Industries culturelles et créatives au Burkina Faso. : Analyse des filières au prisme des politiques et des stratégies d'acteurs

.

Jacob Yarabatioula

▶ **To cite this version:**

Jacob Yarabatioula. Industries culturelles et créatives au Burkina Faso. : Analyse des filières au prisme des politiques et des stratégies d'acteurs .. Sciences de l'information et de la communication. Université Grenoble Alpes, 2018. Français. ⟨NNT : 2018GREAL018⟩. ⟨tel-02179744⟩

HAL Id: tel-02179744

https://theses.hal.science/tel-02179744v1

Submitted on 11 Jul 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

HAL Authorization

Communauté
UNIVERSITÉ Grenoble Alpes

THÈSE

Pour obtenir le grade de

DOCTEUR DE LA COMMUNAUTÉ UNIVERSITÉ GRENOBLE ALPES

Spécialité : **Sciences de l'Information et de la Communication**

Arrêté ministériel : 25 mai 2016

Présentée par
Jacob Yarassoula YARABATIOULA

Thèse dirigée par **Bertrand CABEDOCHE et Benoit LAFON**

préparée au sein du **Laboratoire GRESEC-Groupe de Recherche sur les Enjeux de la Communication**
dans **l'École Doctorale Langues, Littératures et Sciences Humaines**

Industries culturelles et créatives au Burkina Faso

Analyse des filières au prisme des politiques et des stratégies d'acteurs

Thèse soutenue publiquement le **26 octobre 2018**,

devant le jury composé de :

Monsieur Bertrand CABEDOCHE
Professeur de Sciences de l'Information et de la Communication, Université Grenoble-Alpes (co-directeur)
Monsieur Benoît LAFON
Professeur de Sciences de l'Information et de la Communication, Université Grenoble-Alpes (co-directeur)
Monsieur Serge Théophile BALIMA
Professeur de Sciences de l'Information et de la Communication, Université Ouaga 1 Pr Joseph Ki-Zerbo (rapporteur)
Monsieur Pierre MŒGLIN
Professeur de Sciences de l'Information et de la Communication, Université Paris Nord (rapporteur)
Monsieur Bernard MIÈGE
Professeur émérite de Sciences de l'Information et de la Communication, Université Grenoble-Alpes (membre)
Monsieur Philippe BOUQUILLION
Professeur de Sciences de l'Information et de la Communication, Université Paris 8 (membre)
Monsieur Francisco Ayi D'ALMEIDA
Directeur général adjoint *Culture et Développement*, Grenoble (invité)

Dédicace

*A ma mère, **Sissénassan**, qui s'en est allée…entre temps.*

*& **Congo Jean**, mon beau-frère, qui n'est plus, parce que Dieu l'a repris…à la fleur de l'âge et sur le champ de la mission du Père*

Remerciements

D'abord, nous voulons dire un grand merci à nos deux directeurs de thèse : Bertrand CABEDOCHE et Benoît LAFON qui ont su donner à notre travail sa dimension scientifique par des conseils, des recommandations et la relecture annotée de notre tapuscrit. Merci par ailleurs pour le sursaut pédagogique, consenti pour nous « *récupérer* » et faire finalement de notre travail, un aboutissement heureux. À Isabelle PAILLIART, nous n'avons pas assez de mots pour traduire notre gratitude. Elle nous a permis de mener cette thèse au sein du GRESEC d'une part et grâce à elle, nous avons pu renouveler le dépôt de volonté et de persévérance dans la recherche.

Nous voulons avant tout exprimer notre profonde reconnaissance à Bernard MIÈGE, professeur émérite, pour tout ce qu'il a su apporter dans ce travail de recherche. Grâce à lui, nous avons pu mener avec sérénité cette thèse. Son apport a permis de passer de la difficulté paralysante à la passion de la recherche.

Nous remercions très franchement les membres du Laboratoire, les doctorants et le personnel, en particulier Razika HAMMACHE, pour toutes les formes de soutien et de bienveillance dont nous avons été toujours l'objet tout au long de ce parcours. Nous avons senti et touché du doigt la notion de solidarité, voire de famille avec chacun de vous du GRESEC et voudrions ici témoigner notre profonde gratitude.

C'est compliqué de dire merci à quelqu'un qui est co-auteur d'une certaine façon de ce travail. Nous avons consenti ensemble des sacrifices qu'il est difficile d'exprimer ici. Barka ! Bénéwendé Éveline**.**

Nous voulons ici remercier nos deux grandes sœurs, Rebecca et Ruth, pour leur appui indescriptible à toutes les phases de nos études. Nous serons pour toujours reconnaissant vis-à-vis de leur soutien et bénédictions prononcées.

Nous sommes redevable à notre épouse Eveline et à travers elle, notre belle-famille (notre beau-père CONGO Timoty, notre belle-mère Justine KABORÉ, nos beaux-frères Luc et Nathanaiel et notre belle-sœur Suzanne) pour les nombreux sacrifices consentis pour l'aboutissement de ce travail de recherche. Nous remercions Dorcas K. GOUERIBOU, (celle qu'on appelle maman Dorcas) pour ses encouragements et son soutien moral et spirituel.

Nous reconnaissons par ces lignes le soutien indéfectible de Claude D. TOUNTIAN et Julienne son épouse au Canada pour l'aide financière, les prières et le soutien moral.

Quoi dire à Émile ZIDA et à sa famille ? Sinon leur traduire par nos faibles mots notre gratitude pour le soutien moral et souvent financier. Merci pour cette marque d'amitié voire de fraternité engagée d'il y a près dix ans…et merci de continuer de tracer nos chemins communs.

Francisco D'ALMEIDA, nous voudrions vous dire toute notre gratitude pour les conseils avisés et aussi pour le soutien financier. C'est assez encourageant de voir votre engagement sans faille aux côtés des jeunes États africains pour le développement et la culture. À jamais nous vous sommes reconnaissant.

Merci infiniment aux familles IDO Babou et CLAPIÉ à Grenoble pour leur aide combien précieuse et chaque fois renouvelée durant nos séjours de recherches.

Nous exprimons ici notre reconnaissance aux membres de l'église évangélique des Assemblées de Dieu de Grenoble et aux membres de l'église des Assemblées de Dieu de Gounghin (Burkina Faso) pour leur fraternité et leur soutien spirituel.

À la grande famille de l'Union des groupes bibliques du Burkina (UGBB)**,** nous exprimons notre reconnaissance.

Nous tenons à remercier des amis de toujours qui n'ont cessé de nous encourager de plusieurs façons : la famille Marcel & Lisa KÉRÉ, Jérémie WANGRÉ et sa famille, Dieudonné TINDANO et sa famille, Victor BONKOUNGOU et sa famille, Gérard KABORÉ et sa famille...

Last but not least, merci au ministère de la Culture, aux Directions régionales qui ont facilité la collecte des données en région ; merci beaucoup à Casimir KABORÉ pour sa contribution ; merci à tous nos étudiants de Master et à ceux de l'ENAM ; merci en particulier à Alassane SOULAMA pour son aide dans la retranscription combien fastidieuse des entretiens audio.

Résumé

Comment se construisent, se structurent et s'organisent les filières des industries culturelles et créatives au Burkina Faso ? Quel est leur niveau de développement ? Quels sont les défis actuels auxquels elles sont confrontées et quelles sont les stratégies des acteurs. Ce sont-là les questions que se propose de répondre notre travail de recherche.

Le développement des industries culturelles au Burkina Faso est en marche depuis les indépendances et s'est accentué lors de ces dix dernières années. Cette dynamique connait des hauts et des bas au gré des circonstances (environnement), des acteurs et des politiques publiques. Malgré les efforts et les avancées dans le secteur, on note la faible industrialisation de la culture et le caractère dit embryonnaire des filières. Pendant ce temps, les espoirs des acteurs placés en ces industries culturelles et créatives pour leurs capacités à créer des richesses et des emplois sont grands et relatifs. Les discours et les pratiques sont souvent contradictoires et les politiques publiques manquent de pragmatisme.

Face à cette situation, couplée avec les mutations qui atteignent aujourd'hui les industries culturelles, notre travail s'est évertué à montrer l'état ou l'environnement dans lequel a évolué et évolue actuellement l'industrialisation de la culture et comment les acteurs à chaque niveau des filières industrielles (Livre, Musique enregistrée, Cinéma et audiovisuel, Jeux vidéo) et des filières dites créatives (Mode et textile, Design & artisanat d'art) s'organisent et structurent leurs secteurs pour continuer d'exister dans un contexte d'ouverture, de mondialisation des œuvres artistiques et culturelles. Enfin, le travail se conclut en s'ouvrant sur les mutations actuelles qui caractérisent les filières industrielles de la culture, tant au niveau des facteurs de production que des stratégies des acteurs.

Mots-clés

Industries culturelles ; Industries culturelles et créatives ; Développement culturel ; Filières ; Stratégies d'acteurs ; Politiques culturelles ; Politiques publiques ; Economie de la culture ; Economie politique.

Abstract

How are built, to structure and organize courses cultural industries and creative in Burkina Faso? What is their level of development? What are the current challenges they are facing and what are the strategies actors? These are just issues that sets out to answer our research work.

The development of cultural industries in Burkina Faso is in operation since independence and has intensified over the past ten years. This dynamic knows the ups and downs depending on the circumstances (environment), actors and public policy.

Despite the efforts and progress in the sector there is the low industrialization of culture and embryonic chains character. Meanwhile the hopes of the actors placed in them (cultural industries and creative) for their ability to create wealth and jobs are large and related. Discourses and practices are often contradictory and public policy lack of pragmatism.

Faced with this situation, our work is striven is to show the State or the environment in which evolved and are currently changing the industrialization of culture and how the actors at each level of the streams industrial (Book, Music, Cinema and audiovisual, Video games) and the so-called *creative industries* (Fashion and textile, design & Arts and crafts) are organized and structure their sectors to continue to exist in a context of openness, globalization of artistic and cultural works.

Finally, the work closes by opening up the current changes that characterize the industrial sectors of culture both at the level of production factors in the strategies of the actors.

Keywords

Cultural industries ; Cultural and creative industries ; Cultural development ; Dies ; Stakeholder strategies ; Cultural policies ; Public policies ; Economy of culture ; Political economics.

Koolong n'guili[1]

Burkĩna Faaso ka, kʋdẽmdã tʋʋm noyã la tʋʋm naadsã, meebo, la yõgnego yaa yell yaa wãn wãna? B yıdgame n ta zĩ bʋgo ? Zuloees nins sẽn be, tı neb nins sẽn be tʋʋm noay kãensa pʋgã wã sɛgd rũnda-rũnda wã yaa bõe ne bõe ? Yaa sokdes a woto la tõnd vaeesg tʋʋmdã na n leoke.

Kʋdẽmda tʋʋm noy laog sẽn tõe tũu n kẽ wã, yıdgr sınga hal Burkĩna Faaso soog-m-menga reegr wakate la yaa yʋʋm piig sẽn nan loogã pʋgẽ la a sıng taoor kẽnde. Tʋʋmd a woto tara a pãnga la a pãn-komsem ne yɛll nins sẽn gũbıg tõndã, sẽn kẽed ne a tʋmtʋmdbã la polẽntıka rãmba raabo. La baa ne b sẽn nãngd pãnga n kẽndg taorã, d yãtame tı kʋdẽmda yell sẽn kẽesd laoga ka waoge, la a tʋʋm noyã yaa wa b sẽn na dogde. La wakat kãnga neb nins sẽn tʋmd a pʋgẽ wã tara tẽeb gũudem kãsenga (kʋdẽmda tʋʋm noyã, ne tʋʋm naandse) ne bãmb sẽn tar pãng tõogo tı naan arzɛgse ne nus tʋʋma sẽn kẽed bõn-kãng wɛɛngẽ. Goama ne tʋʋma mii n ka tũud taab ye, bala, tẽngã zãadb ka tolg n kẽes-a sʋk boto ye.

Yell a woto taore, tõnd tʋʋmda makame tı wilig kʋdẽmda tʋʋma sẽn yaa soaba, a sẽn be zĩig ninga, la tʋmtʋmdba sẽn be nems nins fãa (Seb-gʋndba, Yıınyıdba, Sĩnim maandba, Reem-kelgdse, Reem-getse, « ze vidieo ») la nus tʋʋm naandı wã rãmba :(zamaanã nug nag-teedo, te-wʋgdı, la nin-naandse fanteedo, sunda futu, ne yõg-teedo,) sigla b tʋʋma sẽn na yıl n paam tı ãndũni wã rãmb bãng b tʋm-tʋmdı la b rog-n-mik tʋʋm sẽn ya toto dũni wã yidgr wɛɛngẽ. Tı baase, tʋʋmda pakd a kʋılemse ne tekr nins sẽn be rũnda-rũndã sẽn kẽed ne kʋdẽmda tʋʋm noya wɛɛngẽ, sãn yaa ne a tʋʋmtʋmdbã bı tʋʋmda menga, bı nao-kẽndr nins tʋmtʋmdba sẽn tog n dıkã.

Gombi-raado

Kʋdẽmda tʋʋm-noyã ; kʋdẽm tʋʋma sẽn kẽesd laogo ; kʋdẽmda tʋʋm yıdıgrı ; tʋʋm-noyã ; so-tũudsi ; polẽntik ninga sẽn be kʋdẽmda tʋʋm wɛɛngẽ ; neb nins sẽn maand polẽntıkã ; laog ninga sẽn be kũdẽmda tʋʋma wɛɛngẽ .

[1] « Koolong n'guili » signifie en langue mooré : l'action de résumer de synthétiser. L'idée d'un résumé, en langue nationale mooré parlée par la majeure partie des burkinabè, révèle la difficulté de traduire dans nos langues, certains concepts et réalités scientifiques. L'exercice de traduction de certains travaux scientifiques dans les langues nationales de certains pays africains reste un enjeu total.

Sigles et abréviations

AEPJLN	:	Association des éditeurs et publicitaires de journaux en langues nationales
ANAPAP	:	Association nationale des artistes plasticiens
APRODEM	:	Association des producteurs, éditeurs et distributeurs de musique
ARPEM	:	Appui au réseau des entrepreneurs de musique
ARPIC	:	Appui au renforcement des politiques et industries culturelles
ASCOVECA	:	Association des commerçants et vendeurs de K7 et CD du Kadiogo
ASSEDIF	:	Association des éditeurs du Burkina Faso
BBDA	:	Bureau burkinabè du droit d'auteur
CEDEAO	:	Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest
CELPAC	:	Centre de lecture et de promotion artistique et culturelle
CENASA	:	Centre national des arts du spectacle et de l'audiovisuel
CEPRODIF	:	Centre d'édition, de production, de distribution et de formation
CERFAC	:	Comité chargé de l'examen des requêtes de financement des activités culturelles
CLAC	:	Centre de lecture et d'animation culturelle
CNAA	:	Centre national d'artisanat d'art
DGCA	:	Direction générale du cinéma et de l'audiovisuel
DPICC	:	Direction de la promotion des industries culturelles et créatives
DRCT	:	Direction régionale de la Culture et du Tourisme
FDCT	:	Fonds de développement culturel et touristique
FESPACO	:	Festival panafricain du cinéma et de la télévision de Ouagadougou
FILO	:	Foire internationale du livre de Ouagadougou
GPNAL	:	Grand prix national des arts et des lettres
ICC	:	Industries culturelles et créatives
INAFAC	:	Institut national de formation artistique et culturelle
INAFEC	:	Institut africain d'études cinématographiques
ISIS/SE	:	Institut supérieur de l'image et du son/Studio-école
MCT	:	Ministère de la Culture et du Tourisme
PNC	:	Politique nationale de la culture
PNDES	:	Plan national de développement économique et social
REDISPAM	:	Réseau des acteurs de la distribution des produits audiovisuels et musicaux
SCADD	:	Stratégie de croissance accélérée et de développement durable
SNC	:	Semaine nationale de la culture
SNDICC	:	Stratégie nationale de développement des industries culturelles et créatives
SONACIB	:	Société nationale du cinéma du Burkina
UEMOA	:	Union économique et monétaire Ouest-africaine

Sommaire

VOLUME I

INTRODUCTION GENERALE : CONSTRUCTION THEORIQUE DE L'OBJET D'ETUDE ET APPROCHES METHODOLOGIQUES DE RECHERCHE 18

I. CONTEXTE ET ENJEUX DE NOTRE RECHERCHE 19
II. PROBLEMATIQUE ET FORMULATION DES HYPOTHESES 31
III. CADRE CONCEPTUEL ET DELIMITATION DE L'OBJET D'ETUDE 39
IV. APPROCHES METHODOLOGIQUES ET ANNONCE DU PLAN 85

PARTIE 1 : ÉMERGENCE DES INDUSTRIES CULTURELLES ET CREATIVES AU BURKINA FASO : MISE EN PERSPECTIVE DES POLITIQUES ET ELEMENTS CONTEXTUELS 111

INTRODUCTION GENERALE DE LA PREMIERE PARTIE 1 111
CHAPITRE 1 : POLITIQUES DE DEVELOPPEMENT DES INDUSTRIES CULTURELLES ET CREATIVES AU BURKINA FASO : ENTRE MIMETISME ET ADAPTATION 113
I. DES POLITIQUES ET DES STRATEGIES TOUS AZIMUTS 115
II. ENVIRONNEMENT GLOBAL DE DEVELOPPEMENT DES INDUSTRIES CULTURELLES 129
III. ROLES DES ACTEURS DANS LA STRUCTURATION DES FILIERES : LES PERCEPTIONS DES ENQUETES 167
CHAPITRE 2 : TRAJECTOIRES ET CONTEXTES D'EMERGENCE DES INDUSTRIES DE LA CULTURE AU BURKINA FASO 181
I. CONTEXTE D'EMERGENCE DES INDUSTRIES CULTURELLES AU BURKINA FASO 182
II. MISE EN PERSPECTIVE DES FILIERES 207
III. CARTOGRAPHIE DES INDUSTRIES CULTURELLES ET CREATIVES 229

CONCLUSION GENERALE DE LA PARTIE 1 239

PARTIE 2 : LES INDUSTRIES CULTURELLES AU BURKINA FASO : DES FILIERES PORTEUSES MAIS EN TENSION (CINEMA, AUDIOVISUEL ET MUSIQUE) 246

INTRODUCTION GENERALE DE LA PARTIE 2 246

CHAPITRE 3 : LA FILIERE *CINEMA ET AUDIOVISUEL :* VERS UNE INTEGRATION DES LOGIQUES ET DES MOYENS DE PRODUCTION 248

I. LES ENJEUX DE LA FILIERE *CINEMA ET AUDIOVISUEL* AU BURKINA FASO 249
II. ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT DE LA FILIERE CINEMA & AUDIOVISUEL 254
III. LE MARCHE DU CINEMA ET DE L'AUDIOVISUEL AU BURKINA FASO 331
CHAPITRE 4 : LA FILIERE *MUSIQUE ENREGISTREE :* DECONSTRUCTION DES LOGIQUES DE PRODUCTION ET NOUVELLES POSTURES DES ACTEURS 346
I. LES ENJEUX DE LA MUSIQUE ENREGISTREE AU BURKINA FASO 348
II. ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT DE LA FILIERE 350
III. LE MARCHE DE LA MUSIQUE ENREGISTREE AU BURKINA FASO 394

CONCLUSION GENERALE DE LA PARTIE 2 ..... **410**

Sommaire

VOLUME II

PARTIE 3 : DES INDUSTRIES CULTURELLES AUX INDUSTRIES CREATIVES : STRUCTURATION DE FILIERES EMERGENTES ET RESTRUCTURATION DE FILIERES EXISTANTES 417

INTRODUCTION GENERALE DE LA PARTIE 3 417

CHAPITRE 5 : LA FILIERE *LIVRE* ET EDITION AU BURKINA FASO : DES POLITIQUES PUBLIQUES EN MANQUE DE COHERENCE ET DE PRAGMATISME 419

I. L'EDITION DU LIVRE ET DE LA PRESSE 424
II. LA DISTRIBUTION, LA DIFFUSION ET LA COMMERCIALISATION DU LIVRE 465
III. LA CONSOMMATION : REPENSER LES POLITIQUES DE LECTURE PUBLIQUE 478
IV. L'ECONOMIE DE L'INDUSTRIE DU LIVRE ET DE LA PRESSE AU BURKINA FASO 499

CHAPITRE 6 : LA FILIERE *JEUX VIDEO :* UNE INDUSTRIE CULTURELLE POSSIBLE POUR LE BURKINA FASO ? 516

I. LA FILIERE *JEUX VIDEO* : CARACTERISTIQUES ET ENJEUX 518
II. COMPRENDRE LA FILIERE *JEUX VIDEO* AUJOURD'HUI 525
III. L'ETAT DES LIEUX DE LA FILIERE *JEUX VIDEO* AU BURKINA FASO 540

CHAPITRE 7 : LES FILIERES *DESIGN* ET *MODE* AU BURKINA FASO : LA PRECARITE D'UN SECTEUR PORTEUR ET UN EFFET SIGNATURE A CONSTRUIRE 560

LA FILIERE *DESIGN* ET A*RTISANAT D'ART* 560

I. LES ENJEUX DE LA FILIERE *DESIGN* 562
II. ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT DE LA FILIERE 564
III. L'ECONOMIE ET LE MARCHE DE LA FILIERE *DESIGN* 574
IV. FORCES ET FAIBLESSES DE LA FILIERE *DESIGN* 581

LA FILIERE *MODE* ET *TEXTILE* 586

I. LES ENJEUX DE LA FILIERE *MODE* ET *TEXTILE* 587
II. ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT DE LA FILIERE 589
III. LES MARCHES DES PRODUITS DE LA MODE 599
IV. FORCES ET FAIBLESSES DE LA FILIERE 600

CONCLUSION GENERALE DE LA PARTIE 3 604

CONCLUSION GENERALE : SORTIR LES INDUSTRIES CULTURELLES ET CREATIVES DE LEUR CHRYSALIDE 607

Tableaux

Tableau 1: Les filières des industries culturelles 82
Tableau 2: Les grands groupes de filières culturelles 83
Tableau 3: Tableau récapitulatif de l'échantillon 93
Tableau 4: L'état des âges des enquêtés selon leur statut 102
Tableau 5: Répartition des enquêtés selon le sexe et le statut 102
Tableau 6: Répartition des enquêtés selon le niveau d'études et le statut 102
Tableau 7: Répartition des acteurs culturels selon la région de résidence 103
Tableau 8: La répartition et l'évolution des ressources humaines du ministère de la Culture 133
Tableau 9: Évolution annuelle du budget du MCAT de 2007 à 2016 (en milliards de F CFA) 148
Tableau 10: La part du budget de la culture dans le budget national 148
Tableau 11: Évolution des montants octroyés par le CERFAC 150
Tableau 12: Fonds de promotion culturelle en millions de F CFA 150
Tableau 13: Bilan du premier appel à projet 152
Tableau 14: Liste des banques actives au Burkina Faso 155
Tableau 15: Profil des enseignants 163
Tableau 16: Nombre de structures délivrant un diplôme 166
Tableau 17: Répartition des enquêtés selon ce qu'ils pensent être le rôle de l'État vis-à-vis de la culture 167
Tableau 18: Répartition des enquêtés selon leur appréciation du niveau de soutien financier de l'État aux industries culturelles 168
Tableau 19: Répartition des enquêtés selon leur appréciation du niveau de soutien politique de l'État aux industries culturelles 169
Tableau 20: Répartition des enquêtés selon leur opinion du rôle joué par le privé 171
Tableau 21: Répartition des enquêtés selon ce qu'ils pensent être le rôle des publics vis-à-vis de la culture 173
Tableau 22: Évolution de la population par groupe d'âge 186
Tableau 23: Répartition des deux catégories d'enquêtés selon l'ancienneté de la connaissance des IC 204
Tableau 24: Répartition des acteurs culturels selon l'ancienneté de la connaissance sur les IC 205
Tableau 25: Répartition des consommateurs selon l'ancienneté de la connaissance sur les IC 205
Tableau 26: Existence industries culturelles au BF selon le statut 209
Tableau 27: Catégorie sociale/Avoir entendu parler des IC 211
Tableau 28: Répartition des enquêtés selon l'ancienneté de la connaissance sur les IC 212
Tableau 29: Effectifs des enquêtés ayant ou pas cité des exemples d'entreprises culturelles 213
Tableau 30: Catégorie sociale x capable de cerner la notion d'industries culturelles 214
Tableau 31: Répartition des enquêtés selon leur perception des industries culturelles 216
Tableau 32: Répartition des enquêtés selon leur perception du pouvoir des industries culturelles 225
Tableau 33: Statut juridique des entreprises culturelles 230
Tableau 34: Ancienneté des entreprises culturelles 231
Tableau 35: Nombre de filières cumulées par les entreprises culturelles 233
Tableau 36: Nombre de maillons cumulés dans la chaine de valeur 234
Tableau 37: Taille de l'entreprise culturelle 235
Tableau 38: Cout et chiffre d'affaires des entreprises culturelles 236
Tableau 39: Les thématiques du FESPACO au fil des éditions 251
Tableau 40: Évolution du nombre de structures de production 259
Tableau 41 : Répartition des sociétés de production selon l'ancienneté 261
Tableau 42: Tableau comparatif de la production cinématographique au Burkina Faso et en France 262
Tableau 43: Évolution de la production cinématographique dans l'espace UEMOA 263
Tableau 44: Évolution du nombre d'autorisations accordées 265
Tableau 45: Nombre d'autorisations accordées en 2016-2017 265
Tableau 46: Déclaration des œuvres audiovisuelles au BBDA 265
Tableau 47: Nombre de métiers de la production cinématographique 267

Tableau 48: Nombre d'acteurs évoluant dans le cinéma et l'audiovisuel 268
Tableau 49: Évolution du soutien de l'État et de ses partenaires à la production cinématographique et audiovisuelle 271
Tableau 50: Part de la production numérique de 2000 à 2008 278
Tableau 51: Évolution du personnel du cinéma et de l'audiovisuel 282
Tableau 52: Évolution de l'appui financier de l'État au cinéma 285
Tableau 53: Nombre de structures ayant obtenu une autorisation d'exercer la distribution de films 290
Tableau 54: Structures de distribution cinématographique 291
Tableau 55: Évolution du nombre de films en compétition inscrits. 296
Tableau 56: Les thématiques de ciné droit libre sur les huit dernières éditions 298
Tableau 57: Évolution du nombre de séances de projections cinématographiques 300
Tableau 58: Les salles de cinéma au Burkina Faso 308
Tableau 59: Nombre de salles de cinéma fonctionnelles en 2017 309
Tableau 60: État des vidéo-clubs à Ouagadougou 315
Tableau 61: Liste des films acquis par le CNA Afrique diffusés depuis 2013 318
Tableau 62: État de projections de films selon les origines sur la période de janvier à décembre 2016 318
Tableau 63: Évolution du nombre de chaines de télévision 319
Tableau 64: Nombre d'entrées en salle de 1994 à 1997 selon l'origine des films 326
Tableau 65: Location de films par la SONACIB 326
Tableau 66: État des entrées des salles de janvier à décembre 2016 327
Tableau 67: Les circuits commerciaux des œuvres cinématographiques 332
Tableau 68: Évolution des entrées en salle de 2012 à 2016 334
Tableau 69: Répartition des enquêtés selon la quantité de films vus/acquis par an 335
Tableau 70: Répartition des enquêtés selon la fréquence vis-à-vis de la télévision 335
Tableau 71: Répartition des enquêtés selon l'appréciation prix du ticket de cinéma 335
Tableau 72: Répartition des enquêtés selon leur appréciation des films 336
Tableau 73: Répartition des enquêtés selon leur appréciation de l'audiovisuel 336
Tableau 74: Répartition des enquêtés selon les critères de choix d'un produit culturel 337
Tableau 75: Répartition des enquêtés selon les conditions d'augmentation du budget culture 337
Tableau 76: Répartition des enquêtés selon le budget familial annuel alloué à la culture 338
Tableau 77: Évolution du nombre de membres exerçant dans l'audiovisuel déclarés au BBDA 338
Tableau 78: Le poids des emplois dans la filière *Cinéma et audiovisuel* 339
Tableau 79: Contribution de la culture au PIB en 2009 339
Tableau 80: Répartition des droits dans le domaine de l'audiovisuel 340
Tableau 81: Perceptions des droits sur les projections vidéo et location 340
Tableau 82: Évolution du soutien financier de l'État aux activités cinématographiques 340
Tableau 83: Évolution du nombre d'œuvres musicales déclarées 352
Tableau 84: Évolution des maisons de production dans le temps 354
Tableau 85: Ancienneté des structures de production musicale 355
Tableau 86: Les premières unités de duplication industrielle 360
Tableau 87: Importance numérique des artistes-musiciens 361
Tableau 88: Évolution du nombre d'attestations délivrées aux musiciens 363
Tableau 89: Nombre de producteurs professionnels déclarés au BBDA 364
Tableau 90: Nombre d'éditeurs professionnels déclarés au BBDA 365
Tableau 91: Services et prix appliqués dans les home studios 365
Tableau 92: Les autres faitières et syndicats d'envergure nationale 367
Tableau 93: Licences d'entrepreneur culturel 375
Tableau 94: Nombre, année de création, statut et situation géographique des structures de diffusion 381
Tableau 95: Les événements culturels et leur périodicité 383
Tableau 96: Nombre de radios et de télévisions 385
Tableau 97: Nombre d'autorisations délivrées pour la duplication des supports (en milliers) 395
Tableau 98: Nombre de K7 et CD dupliqués (en milliers) 396
Tableau 99: Distribution et commercialisation de la musique sur téléphone mobile 399

Tableau 100: Évolution du nombre d'usagers de sonneries téléphoniques 402
Tableau 101: Poids de la musique enregistrée dans la formation du PIB 406
Tableau 102: Droits de reproduction mécanique recouvrés (en millions de francs CFA) 407
Tableau 103: Rémunération pour copie privée (en millions de francs CFA) 407
Tableau 104: Nombre de manuscrits d'œuvres littéraires reçu au GPNAL de 1983 à 2016 426
Tableau 105: Déclaration des œuvres littéraires de 2001 à 2016 428
Tableau 106: Répartition des maisons d'édition selon l'année de création 430
Tableau 107: Répartition des maisons d'édition par rapport au nombre total d'ouvrages édités 435
Tableau 108: État du nombre de titres de la presse écrite 436
Tableau 109: Adhésion des auteurs littéraires de 1985 à 2000 438
Tableau 110: Adhésion des auteurs littéraires de 2001 à 2016 439
Tableau 111: Liste des librairies fonctionnelles 468
Tableau 112: Évolution du fonds documentaire des CELPAC 482
Tableau 113: La ventilation de la subvention de l'OIF sur 4 ans 483
Tableau 114: Part des contributions de l'OIF et de l'État au compte des CELPAC 483
Tableau 115: Nombre de titres répartis par genre littéraire 487
Tableau 116: Nombre de bibliothèques scolaires et universitaires 488
Tableau 117: Le nombre d'abonnés des centres de lecture publique par région 489
Tableau 118: Répartition des enquêtés selon la fréquence à la bibliothèque 489
Tableau 119: Fréquentation des centres de lecture par région 490
Tableau 120: Répartition des enquêtés selon l'appréciation des prix du livre 490
Tableau 121: Répartition des enquêtés selon l'appréciation des prix du journal papier 491
Tableau 122: Répartition des enquêtés selon l'appréciation du prix abonnement bibliothèque 491
Tableau 123: Répartition des enquêtés selon la fréquence vis-à-vis des journaux 491
Tableau 124: Répartition des enquêtés selon leur appréciation du livre 499
Tableau 125: Effectif et périodicité de la presse écrite au Burkina Faso 500
Tableau 126: Répartition des enquêtés selon leur appréciation de la presse écrite 501
Tableau 127: Contribution de la filière *Livre* au PIB 502
Tableau 128: La part de la filière *Livre* dans la création d'emplois 502
Tableau 129: Dépenses culturelles des ménages 503
Tableau 130: Dépenses de consommation des ménages allouées aux biens et services culturels 504
Tableau 131: État financier du projet d'acquisition d'ouvrages pour les CELPAC en 2016 505
Tableau 132: Évolution du nombre d'élèves 2010-2011 A 2014-2015 505
Tableau 133: Effectif des élèves du public et du privé de l'enseignement primaire 506
Tableau 134: Nombre d'établissements secondaires selon le type d'enseignement 506
Tableau 135: Nombre de centres ENF et effectif des apprenants 507
Tableau 136: Effectifs des apprenants déclarés alphabétisés 508
Tableau 137: Chiffres sur les dépenses d'achat de manuels scolaires 509
Tableau 138: État des droits répartis sur le livre en F CFA 509
Tableau 139: Chiffre d'affaires du marché des jeux vidéo dématérialisés selon le support de lecture en France en millions d'euros 538
Tableau 140: Marché des jeux vidéo en 2015 539
Tableau 141: Quantité de consoles et machines de jeux vidéo importées 543
Tableau 142: Déclaration des œuvres arts graphiques et plastiques 568
Tableau 143: Évolution du nombre de designers et sculpteurs au Burkina Faso 570
Tableau 144: Contribution de la culture au PIB 574
Tableau 145: État de la contribution des arts graphiques et appliqués à la création d'emplois 575
Tableau 146: Les enquêtés selon leur appréciation de la qualité de l'œuvre d'art & design au Burkina 576
Tableau 147: Les enquêtés selon leur appréciation sur le cout des œuvres d'art & design au Burkina 577
Tableau 148: Évolution du nombre d'objets en textile exportés 600

Graphiques

Graphique 1: Évolution du ministère de la Culture de 1957 à nos jours 130
Graphique 2 : Répartition du budget exécuté par nature 149
Graphique 3: Nombre de dossiers reçus et nombre de dossiers financés par le fonds 153
Graphique 4: Montant sollicité et montant effectivement accordé par le fonds 153
Graphique 5: Évolution des adhésions au BBDA 157
Graphique 6: Évolution du nombre de structures de formation depuis 1965 160
Graphique 7: Répartition des structures de formation par région administrative 161
Graphique 8: Répartition des structures de formation par statut 162
Graphique 9: Répartition des structures de formation par nature 163
Graphique 10: Répartition des structures de formation par domaine de formation 164
Graphique 11: Répartition des structures de formation selon la durée de la formation 165
Graphique 12: Périodes charnières du développement de la culture perçues par les enquêtés 200
Graphique 13: Nuage de mots sur les IC 213
Graphique 14: Répartition des enquêtés selon la capacité à cerner la notion d'IC 214
Graphique 15: Répartition des enquêtés selon leur opinion sur la marche de la culture au Burkina Faso 216
Graphique 16: Niveau de formation des entrepreneurs culturels 232
Graphique 17: Répartition des entreprises par filière culturelle 232
Graphique 18: Situation géographiques des maisons de production audiovisuelle 260
Graphique 19: évolution temporelle des sociétés de production audiovisuelle 261
Graphique 20: Évolution ces cinq dernières décennies de la production 264
Graphique 21: Évolution de la production selon les genres 266
Graphique 22: Évolution de la participation des acteurs du cinéma au FESPACO. 297
Graphique 23 : Évolution du nombre de journalistes pour la couverture du FESPACO. 297
Graphique 24: Évolution du nombre de salles de cinéma 309
Graphique 25: Année de création des salles de cinéma 310
Graphique 26: Implantation géographique des salles fonctionnelles 311
Graphique 27: Tendance actuelle des vidéo-clubs 316
Graphique 28: Évolution du nombre de télévisions commerciales au Burkina Faso 319
Graphique 29: Évolution du nombre de sociétés de production 354
Graphique 30: Situation géographique des sociétés de production phonographique 355
Graphique 31: Statut des sociétés de production musicale au Burkina Faso 356
Graphique 32: Évolution du nombre d'œuvres déclarées 358
Graphique 33: Évolution annuelle du nombre d'artistes-musiciens au Burkina Faso 361
Graphique 34: Évolution du nombre de maisons de distribution 378
Graphique 35: Répartition des maisons de distribution selon l'ancienneté 379
Graphique 36: Statut juridique des maisons de distribution 379
Graphique 37 Évolution du nombre d'autorisations délivrées dans le temps 396
Graphique 38: Évolution du nombre de K7 et de CD dupliqués 396
Graphique 39: Évolution du parc d'abonnements Internet mobile 398
Graphique 40: Répartition des enquêtés selon leur appréciation faite sur la musique burkinabè 403
Graphique 41: Appréciations du cout des produits de la musique 404
Graphique 42: Évolution des droits répartis 407
Graphique 43: Nombre de manuscrits d'œuvres littéraires reçus au GPNAL 426
Graphique 44: Nombre total de titres répertoriés dans les bibliographies nationales 427
Graphique 45 : Déclaration des œuvres littéraires au BBDA de 2001 à 2016 429
Graphique 46: Evolution du nombre d'auteurs au Burkina Faso 439
Graphique 47: Evolution du nombre d'auteurs dans le temps 440
Graphique 48: Répartition des maisons d'édition selon l'année de création 458

Graphique 49: Répartition des maisons d'édition selon le nombre total de titres édités 459
Graphique 50: Importance du fonds documentaire par région 482
Graphique 51: Répartition de l'activité des opérateurs par filière culturelle 501
Graphique 52: Répartition des emplois culturels selon les filières 502
Graphique 53: Évolution dans le temps des effectifs des élèves 506
Graphique 54: Droits reversés aux membres de la filière *Livre* 510
Graphique 55: Chiffre d'affaires mondial du jeu vidéo en 2019 524
Graphique 56: Chiffre d'affaires mondial du jeu vidéo en 2015 537
Graphique 57: Évolution des recettes générées par l'importation des produits jeux vidéo 545
Graphique 58: Nombre de consoles et machines de jeux vidéo vendus au Burkina Faso 547
Graphique 59: Évolution des œuvres déclarées au BBDA 568
Graphique 60: Évolution du nombre de designers et de sculpteurs 571
Graphique 61: Évolution de la valeur des objets exportés 574
Graphique 62: Répartition des enquêtés selon la quantité œuvres d'art & design acquise par an 577
Graphique 63: Nombre d'objets exportés en région africaine 579
Graphique 64: Évolution du nombre d'objets exportés hors d'Afrique 580

Figures

Figure 1: Synthèse du cadre théorique 38
Figure 2: Modèle théorique d'analyse du développement des industries culturelles et créatives 40
Figure 3: Caractères généraux des modèles 75
Figure 4: Évolution et répartition du personnel du ministère en fonction par emploi 134
Figure 5: Approche sociohistorique de l'émergence des IC au BF 197
Figure 6: La chaine de valeur de la filière *Cinéma et audiovisuel* 255
Figure 7: Les maillons de la production cinématographique et audiovisuelle 256
Figure 8: Les maillons de la mise en marché des produits cinématographiques et audiovisuels 289
Figure 9: Les maillons de la mise en marché des produits cinématographiques et audiovisuels 306
Figure 10: Le circuit de la chaine de valeur appliqué 307
Figure 11: La chaîne de valeur de la filière M*usique enregistrée* au Burkina Faso 351
Figure 12: Description de la filière *Livre* au Burkina Faso 424
Figure 13: Description de la chaine d'édition du livre et de la presse 424
Figure 14: Description de la chaine de distribution du livre et de la presse 465
Figure 15: Circuit courant du livre et de la presse au Burkina Faso 466
Figure 16: Les acteurs du livre et de la presse au Burkina Faso 471
Figure 17: Description de la chaine de consommation du livre et de la presse 478
Figure 18: Chaine de valeur de la filière *Jeux vidéo* 525
Figure 19: La chaîne de valeur de la filière *Design* au Burkina Faso 565
Figure 20: La chaine de valeur de la filière *Mode* 589

Illustrations

Illustration 1: Les secteurs prioritaires repris sur ce tissu-gadget du parti au pouvoir..... 123
Illustration 2: Perception de Damien GLEZ..... 218
Illustration 3: Perception de TIMPOUSS..... 219
Illustration 4: Perception de GAMA..... 220
Illustration 5: Perception de DJA..... 221
Illustration 6: Perception de TAPSOBA..... 222
Illustration 7: Perception de MAÏGA..... 223
Illustration 8: Perception de KABRE..... 224
Illustration 9: Perception de BURKINBY..... 227
Illustration 10: Perception de Christophe SAWADOGO..... 228
Illustration 11: Une vue de ce que sera le ciné Guimbi une fois les travaux terminés..... 313
Illustration 12: Le contraste entre l'existant et le projet de réhabilitation..... 313
Illustration 13: Plainte d'un consommateur de la musique burkinabè sur les réseaux sociaux..... 389
Illustration 14: Quelques exemples du commerce en ligne des produits phonographiques..... 400
Illustration 15: L'état de la Bibliothèque nationale du Burkina en 2017..... 486
Illustration 16: Confection d'un objet design dans le studio Hamed OUATTARA..... 576
Illustration 17: La promotion des produits du design via les réseaux sociaux..... 578

Encadrés

Encadré 1: Dialogue de sourds autour des industries culturelles..... 30
Encadré 2: Les traits constituants de la théorie des industries culturelles selon Bernard MIÈGE..... 59
Encadré 3: Les contraintes des outils numériques de collecte de données..... 98
Encadré 4: Quelques retombées de la politique culturelle pour les industries culturelles..... 125
Encadré 5: Les directions centrales du ministère de la Culture..... 131
Encadré 6: Quelques extraits des perceptions sur le rôle de l'État..... 168
Encadré 7: Quelques propos d'enquêtés sur la concurrence déloyale ou fondée de l'État d'avec le privé..... 170
Encadré 8: Quelques rôles des PTF perçus par les enquêtés..... 172
Encadré 9: Quelques éléments de perceptions sur le rôle du consommateur culturel..... 173
Encadré 10: Ce qu'un économiste lambda pense du projet de développement des industries culturelles..... 217
Encadré 11: Témoignage du réalisateur Aboubacar DIALLO sur le métier de producteur..... 270
Encadré 12: Objectifs de la Fédération des cinéastes du Burkina..... 272
Encadré 13: Missions et acquis de la DGCA:..... 283
Encadré 14: Textes d'application de la loi 047..... 286
Encadré 15: Les objectifs du festival Ciné droit libre..... 299
Encadré 16: Étude de cas sur le FESPACO..... 301
Encadré 17: Extrait d'un article de Libération en ligne sur la renaissance des salles..... 311
Encadré 18: Limites d'une politique de quotas..... 390
Encadré 19: Étude de cas sur le Jardin de la musique Reemdoogo..... 392
Encadré 20: Étude de cas portant sur les possibilités d'une édition privée..... 464
Encadré 21: Économie du livre en France en quelques chiffres..... 469
Encadré 22: Les attributions des services techniques de la BNB..... 485
Encadré 23: Étude de cas sur les CELPAC : la problématique de la gouvernance..... 498
Encadré 24: Histoire des jeux vidéo..... 540
Encadré 25: Coupures de presse faisant état des avancées africaines en matière de jeux vidéo..... 557

INTRODUCTION GÉNÉRALE

Construction théorique de l'objet d'étude et approches méthodologiques de recherche

Le réel n'est jamais ce qu'on pourrait croire mais

il est toujours ce qu'on aurait pu penser.

G. Bachelard

Introduction générale :
Construction théorique de l'objet d'étude et approches méthodologiques de recherche

Le présent texte introductif aborde la démarche théorique et la posture méthodologique adoptées pour conduire notre recherche portant sur : *« Industries culturelles et créatives au Burkina Faso. Analyse des filières au prisme des politiques et des stratégies d'acteurs ».*

Dans un premier temps, nous présentons les enjeux de notre travail et les motivations intrinsèques qui nous ont littéralement poussé à nous engager dans cette recherche.

Dans un second temps, nous exposons la problématique suivie de la formulation des hypothèses construites autour des filières des industries culturelles et créatives d'une part et des politiques et stratégies d'acteurs de l'autre.

Le troisième moment situe le cadre théorique dans lequel notre objet s'inscrit principalement. Ce cadre théorique est porté par les concepts d'*industries culturelles et créatives* d'une part et de *filière* d'autre part. L'objet d'étude est, précisons-le, plus largement la question du développement et de l'organisation des industries culturelles et créatives au Burkina Faso.

Cette section portant sur le cadre théorique fait donc le point des connaissances sur les théories des industries culturelles et discute les concepts d'*industries culturelles*, d'*industries créatives* et de *filière,* les considérant comme essentiels dans l'analyse que nous portons sur le développement des industries culturelles d'une part et la compréhension des stratégies et politiques développées et mises en œuvre dans le contexte du Burkina Faso, d'autre part.

La théorie sur laquelle se fonde notre travail étant celle des *industries culturelles*, cette section propose également un modèle d'analyse, construit sur la base de nos hypothèses, pour faire ressortir les stratégies d'acteurs et la nature des politiques de développement des industries culturelles et créatives au Burkina Faso. Des stratégies d'adaptation aux stratégies pragmatiques en passant par l'opportunisme, la section permet d'appréhender l'historicité des industries culturelles et leur évolution (révolution) depuis les années 1960 d'une part et envisager une compréhension des mutations diachroniques, d'autre part.

Enfin, nous présentons et décrivons la posture méthodologique adoptée pour traiter notre objet d'étude. Il met un point sur la délimitation de l'objet d'étude, sur les méthodes de recherche et sur les outils de collecte des données.

Le fil conducteur de cette recherche reste, bien entendu, l'analyse des filières des industries culturelles et créatives dans le but de comprendre mieux ce qu'il convient d'appeler le *« projet de développement des industries culturelles et créatives au Burkina Faso »*[2].

I. Contexte et enjeux de notre recherche

A. Un contexte évolutif mais avec les mêmes préoccupations

Le Burkina Faso[3], autrefois appelé Haute-Volta, est communément appelé pays du Cinéma ou pays de la Culture du fait de l'organisation régulière et de la notoriété continentale du Festival panafricain du cinéma et de la télévision de Ouagadougou (FESPACO) et de la Semaine nationale de la Culture (SNC), entre autres. Au fil des années, des contextes différents ont caractérisé le développement de la culture.

Le premier niveau du contexte d'évolution des industries culturelles et créatives est un contexte caractérisé par une « *quête de développement* ». Le pays, en effet, a entamé aux lendemains des Indépendances en 1960, à l'instar des autres pays d'Afrique francophone, ce qu'il conviendrait d'appeler sa *« marche vers le développement »*[4]. Cette quête, en vue de sortir du sous-

[2] C'est bien un projet, du fait de la jeunesse relative des industries culturelles (un peu plus de 50 ans pour certaines filières et sérieusement moins de 20 ans pour toutes les filières dans la perspective industrielle de la culture) mais aussi du fait de son niveau d'organisation et de structuration. Par ailleurs, les programmes et projets implémentés par l'État et ses partenaires montrent dans leur nature, l'idée d'un début où tout est à faire.

[3] Burkina Faso se traduit littéralement en : « pays ou terre des Hommes intègres ».

[4] Le développement entendu comme amélioration des capacités de l'homme ou des conditions sociales, économiques, politiques et culturelles. L'idée de développement, on le sait, donne lieu à des interprétations diverses. Nous n'allons pas trop nous étendre donc sur cette notion polémique et même le considérer comme une quête de bien-être. Cf. CABEDOCHE, Bertrand, 1990, *Les Chrétiens et le tiers-monde. Une fidélité critique*, Paris, Karthala (Coll. « Economie et Développement »).

développement et se hisser au rang des « *pays émergents* », s'est traduite par des discours et des pratiques tantôt volontaristes, souvent contradictoires et toujours soutenus par des théories du développement sans cesse remises en cause. L'idée de développement, on le sait, donne lieu à des interprétations diverses et est toujours sous-tendue par des idéologies et des ambitions géopolitiques comme le confirme Bertrand CABEDOCHE :

> *«… L'incarnation n'est pas anodine. En ces années soixante où la géopolitique du monde se cristallise dans la guerre froide, le président Harry S. Truman témoigne de sa conviction profonde : la pauvreté constitue le lit du communisme. Forte du succès de l'expérimentation du plan Marshall, la Maison Blanche prône la lutte contre le* sous-développement. *La référence enjoint concrètement de procéder à l'injection massive d'une aide financière temporairement limitée et au transfert technologique, pour accélérer le* take-off ». [5]

Quoi qu'il en soit, au-delà des guerres de mots et loin des contradictions des courants et *écoles développementalistes*, le Burkina Faso doit objectivement relever encore nombre de défis tels que l'accès à l'eau potable, à l'éducation, aux soins de santé, à la nourriture... Ce sont ces défis qui ont favorisé, de gré ou de force, l'adoption d'outils et de politiques jugés capables d'induire la croissance économique et sociale après les années d'Indépendance.

En effet, le pays a connu successivement des plans quinquennaux et décennaux de développement, puis au tournant des années 1980, des phases de mise en œuvre des *Programmes d'ajustement structurel* (PAS)[6] dont la plus emblématique est la phase des années 1990, avec son lot de privatisations et d'arbitrages sur les secteurs dits « *prioritaires* ». Lesdits secteurs étaient pour l'essentiel la santé, l'éducation, l'agriculture, l'eau et l'assainissement. Comme il fallait s'y attendre, la culture ne constituait guère un secteur prioritaire pour les institutions internationales, instigatrices de ces programmes d'ajustement structurel. Cette période de l'histoire du Burkina Faso (tout comme celle de presque tous les pays africains qui voulaient bénéficier de *l'aide au développement*, distribuée par la Banque mondiale et le Fonds monétaire international) a marqué plus ou moins profondément les politiques publiques en général et les initiatives culturelles en particulier.

---

[5] CABEDOCHE Bertrand. Communication internationale et enjeux scientifiques : un état de la recherche à la naissance des sciences de l'information-communication en France », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n° spécial 20 ans, dossier *L'internationalisation de la communication*, n°17/2, 2016, pp. 55 à 82, [en ligne] URL : http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2016-dossier/04-CABEDOCHE/. Consulté le 10 avril 2018.

[6] Pour aller loin dans la connaissance de ces référentiels pour l'Afrique et les contraintes de développement pour le continent africain lire entre autres : KI-ZERBO, Joseph. *A quand l'Afrique ? Entretien avec René Holenstein*. Paris, France: Editions de l'Aube, 2003. KABOU, Axelle. *Et si l'Afrique refusait le développement ?* Paris, France: L'Harmattan, 1991.

Puisque les mesures macroéconomiques prises et mises en œuvre n'ont pas donné les résultats escomptés, les décideurs à tous les niveaux, aujourd'hui encore, prospectent des voies et moyens pour enclencher le développement (poursuivi comme un idéal finalement). Selon le Programme des Nations unies pour le développement (PNUD), le Burkina Faso fait partie des pays ayant un *Indice de développement humain* (IDH) faible. En effet, le *Rapport sur le développement humain 2016* classe le Burkina Faso au rang de 185e sur 188[7]. L'IDH du Burkina en 2016 est de 0,402 et son PIB par habitant est estimé lui aussi, pour la même année, à 650 $USD ; ce qui fait du Burkina Faso, sur la base de ces données macroéconomiques, l'un des pays les plus pauvres de la planète avec plus de 40 % de la population vivant toujours sous le seuil de pauvreté selon la Banque mondiale.

L'essentiel de l'économie du Burkina Faso repose sur l'agriculture occupant 86 % de la population active. Le coton, puis l'or, à partir des années 2009, constituent les deux piliers (mais combien dépendant du marché international) de la croissance économique du pays[8].

On est en plein dans le scénario d'un pays qui cherche ses marques de développement mais qui va, après coup, désenchanter très vite face aux faibles résultats produits par les théories développementalistes censées impulser le *take off* de Rostow.

> *« Un siècle plus tard, les sociétés humaines sont pareillement hiérarchisées et linéairement disposées, chez Walt Whitman Rostow, selon leur degré d'avancement en six étapes sur l'échelle de la croissance. Point de départ, la société traditionnelle ; puis, le pré-décollage, avec le dégagement de surplus agricoles ; le* take off*, à partir d'un fort investissement, l'émergence d'industries motrices et la fin des blocages culturels et socio-politiques ; l'image de la modernité, avec l'établissement de la démocratie, condition de dépassement du décollage ; la voie vers le développement, avec le constat d'un exode rural, conjointement au développement de la production industrielle ; enfin, la maturité, concrétisée par la consommation de masse ».*[9]

Les premiers éléments de contexte, en lien direct avec les courants de pensées des années d'après-guerre et post-indépendances, montrent combien le développement de la culture, plus loin, saisie comme donnée économique, va devenir dans le même contexte (quête de développement) un enjeu pour les États désormais libres et souverains.

---

[7] PNUD, Ra*pport sur le développement humain 2016*, 43 p. [document PDF].

[8] Depuis 1994, le Burkina Faso connaît une croissance économique moyenne de 5 %...Le système productif est marqué par une prépondérance du secteur tertiaire dont la part est supérieure à 45 %. Le poids du secteur primaire varie entre 28 et 31 % et celui du secteur secondaire, entre 14 % et 24 %. cf. PNDES, p.8.

[9] CABEDOCHE Bertrand. Communication internationale et enjeux scientifiques : un état de la recherche à la naissance des sciences de l'information-communication en France », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n° spécial 20 ans, dossier *L'internationalisation de la communication*, n°17/2, 2016, pp. 55 à 82, [en ligne] URL : http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2016-dossier/04-CABEDOCHE/. Consulté le 10 avril 2018.

Le second niveau du contexte se situe dans les constatations faites par les autorités politiques et leurs partenaires sur les échecs relatifs des programmes de développement mis en œuvre et la volonté de continuer à croire au développement. En effet, toujours dans cette volonté de venir à bout du sous-développement et de ses manifestations, comme la pauvreté, et ainsi nouer avec la croissance économique, le Burkina Faso a façonné de nouveaux outils de développement[10]. En faisant le constat, dans les années 2000, de l'échec relatif des précédentes politiques[11] et dynamiques de développement, le Burkina Faso s'est approprié de nouveaux référentiels de développement avec le même espoir d'amorcer son développement et la croissance économique. Le pays a élaboré un premier référentiel intitulé : *Cadre stratégique de lutte contre la pauvreté* (CSLP). Le bilan mitigé de ce dernier a conduit le gouvernement burkinabè à la rédaction d'un second référentiel en 2009 intitulé : *Stratégie de croissance accélérée et de développement durable* (SCADD) avec pour objectif global de : *« réaliser une croissance économique forte, soutenue et de qualité, génératrice d'effets multiplicateurs sur le niveau d'amélioration des revenus, la qualité de vie de la population et soucieuse du respect du principe de développement durable »*.[12]

L'insurrection populaire d'octobre 2014 a mis brusquement fin aux initiateurs de la SCADD d'où, le troisième référentiel en vigueur depuis 2016 baptisé : *Plan national de développement économique et social* (PNDES)[13]. L'objectif global du PNDES est de transformer structurellement l'économie burkinabè, pour une croissance forte, durable, résiliente, inclusive, créatrice d'emplois décents pour tous et induisant l'amélioration du bien-être social.

10 Ces nouveaux outils, après les Programme d'ajustement structurel (PAS), sont aussi encouragés par les mêmes Institutions internationales (de Bretton Woods) et les autres partenaires au développement comme l'Union européenne…

11 Avec les plans 1960-1962, 1963-1967 (premier plan quinquennal), 1967-1970 (Plan-cadre de développement économique et social), 1971 (Plan intérimaire), les plans 1972-1976, 1977-1981, le Programme populaire de développement (PPD) 1984-1985 et le Plan quinquennal de développement populaire (PQDP) 1986-1990, l'État a été positionné dans un rôle d'entrepreneur. À l'inverse, avec les Programmes d'ajustement structurel (PAS) 1991-2000, le Cadre stratégique de lutte contre la pauvreté (CSLP) 2000-2010 et la Stratégie de croissance accélérée et de développement durable (SCADD) 2011-2015, l'entreprise privée a été considérée comme le moteur du développement.

12 Stratégie de croissance accélérée et de développement durable 2011-2015, p.36 [document PDF]

13 Ce dernier référentiel nourrit l'ambition de faire du Burkina Faso, une nation démocratique, unie et solidaire, transformant la structure de son économie et réalisant une croissance forte et inclusive, au moyen de modes de consommation et de production durables.

Pour atteindre l'objectif du PNDES[14], trois axes stratégiques[15] ont été déclinés et c'est justement sur le dernier axe que sont logés les secteurs à fort potentiel de croissance comme, l'agriculture, les mines, l'artisanat, les petites et moyennes entreprises, les petites et moyennes industries, les industries culturelles et touristiques[16].

En somme, les éléments de contexte, en lien avec le recours aux référentiels de développement, permettent de tracer la prise en compte de la culture comme facteur de développement. C'est à partir de la SCADD (en 2011) que l'on retrouve des références à la culture et plus spécifiquement aux industries culturelles.

Le troisième niveau de contexte est relatif aux trajectoires politiques du pays. Aux lendemains des Indépendances, la Haute-Volta a connu beaucoup d'épreuves sur le plan politique (instauration du parti unique, soulèvement populaire, cascade de coups d'État…) mais aussi sur le plan social et économique (sécheresse des années 1973-1974 ; grèves syndicales…). L'histoire et le contexte politique du Burkina Faso ont influencé significativement les politiques culturelles. Les effets des différents « *choix politiques* » se font sentir encore aujourd'hui malgré la stabilisation politique retrouvée en 2016. L'histoire n'est donc pas neutre sur les faits culturels et l'approche historique souvent invoquée dans notre travail tient à cette vérité particulièrement vraie pour le Burkina Faso.

En somme, ces éléments de contexte politique renvoient au scénario d'un pays qui vient de loin et qui retrouve progressivement sa stabilité politique et démocratique. Ce contexte stimule des initiatives et incitent les partenaires techniques et financiers au développement de programmes et projets culture (le cas de ARPEM, ARPIC et plus loin le cas du PSIC).[17]

En définitive, les contextes socioéconomique et politique de la Haute-Volta au Burkina Faso expliquent un pan de l'engagement des différents gouvernements qui se sont succédé, à faire recours systématiquement à de nouveaux modèles de développement, y compris récemment en 2010, le modèle basé sur les industries culturelles.

14 Plan national de développement économique et social 2016-2020, p. 34 [document PDF].
15 Axe 1 : "réformer les institutions et moderniser l'administration", Axe 2 : "développer le capital humain" et Axe 3 : "dynamiser les secteurs porteurs pour l'économie et les emplois".
16 Les acteurs culturels s'accordent à dire que ce référentiel ne fait pas une part belle aux industries culturelles, comme l'a été la SCADD.
17 ARPEM : Appui au réseau des entrepreneurs de musique ; ARPIC : Appui au renforcement des politiques et industries culturelles ; PSIC : Programme de soutien aux initiatives culturelles.

Ces contextes ont largement joué sur le développement culturel en général et les initiatives d'industrialisation de la culture en particulier. De tous ces référentiels évoqués précédemment, c'est bien timidement que les industries culturelles ont été inscrites comme secteur d'activités à part entière.

Depuis 2000, dans un contexte marqué par la mondialisation, le développement culturel et la promotion des industries culturelles et créatives, constituent des enjeux socioéconomiques et politiques.

– *Les enjeux purement socioéconomiques et politiques*

En raison de la mondialisation entre autres, la préservation des identités sociales et culturelles constitue aujourd'hui un enjeu majeur pour le Burkina Faso. L'invasion des biens et services culturels venant d'ailleurs et surtout face à la faible capacité de production et de diffusion des produits culturels locaux, conduisent les décideurs à adopter, au moins dans les discours, des positions pour la sauvegarde du patrimoine et de la culture burkinabè.

Du point de vue des enjeux sociaux, la culture est perçue comme étant le socle de la cohésion sociale et de la paix au Burkina Faso. À travers les divers mécanismes traditionnels de régulation sociale,[18] l'État pense que développer les industries culturelles, c'est tirer du patrimoine culturel burkinabè toutes les bonnes pratiques nécessaires à la consolidation de la paix et du vivre-ensemble.[19]

Du point de vue des enjeux économiques et prenant en compte la fragilité[20] de son économie, le Burkina Faso semble considérer la culture comme une panacée de la dynamisation de l'économie nationale. C'est à ce titre que la SCADD, pour la première fois, a érigé les industries culturelles au rang de secteurs prioritaires. Pour conforter cette perception des choses, les résultats de *l'Étude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique* révèlent qu'en 2009, la valeur ajoutée dégagée par les filières culturelles est

18 Voir l'étude nationale prospective « Burkina 2025 » où il est question des mécanismes de la parenté à plaisanterie comme véritable outil pour désamorcer les crises sociales et promouvoir le vivre-ensemble.

19 On peut se référer à la *Politique nationale culturelle* de 2009.

20 Même si les autorités affichent un optimisme fort, les chiffres macroéconomiques sont encore assez faibles *« Notre pays est sur la voie de l'émergence car, avec l'opérationnalisation du PNDES, le taux de croissance de l'économie nationale devrait s'amplifier en 2018, en 2019 et en 2020. Notre économie nationale en affichant une performance 6,7 % en 2017 a déjà renoué avec un taux de croissance au niveau du potentiel, ce qui permettra sur la durée, de mettre fin à la pauvreté et d'élever substantiellement le niveau de vie des burkinabè. Pour mémoire, le taux de croissance de la richesse nationale était ressorti en 2016 à 5,9 % et à 4,0 % en 2015 »*, Discours du Premier ministre burkinabè sur la situation de la nation le 12 avril 2018 devant les députés à l'Assemblée nationale [document PDF].

estimée à près de 80 milliards de francs CFA, soit 2,02 % du Produit intérieur brut (PIB).[21] Le secteur au Burkina Faso emploie par ailleurs, un nombre relativement important de personnes. En effet, 164 592 personnes, représentant 1,78 % des actifs occupés en 2009, ont un emploi dans le secteur de la culture[22].

– *Les enjeux liés aux politiques culturelles*

Au regard du contexte, notre travail revisite les enjeux liés aux politiques culturelles. Le pays a connu, en effet, plusieurs formes et types de politiques culturelles. Avant les indépendances, l'administration fédérale a créé des centres culturels comme l'indique la circulaire n°191-CAB-SA du 23 février 1954 consacrant la création desdits centres, avec pour objectifs d'organiser des projections, des conférences et mettre en place des bibliothèques. La délibération n°191 du 12 juillet 1958 consacrait la création des *Maisons des jeunes et de la culture* (MJC) dans tous les chefs-lieux de cercles.

Mais aux lendemains des Indépendances, les politiques culturelles sont formulées et mises en œuvre en lien avec des enjeux identitaire et géopolitique. En effet, les acteurs de l'époque postindépendance ont montré leur volonté, voire leur enthousiasme, à faire de la culture un élément d'affirmation de soi et le porte-voix de la Haute-Volta dans le concert des Nations. C'est ainsi que les MJC se sont dotées de statuts, avec pour objectif la revalorisation du patrimoine culturel et dans la même logique de combat pour l'affirmation de l'identité et la culture dite « *nègre* », la *Semaine nationale du cinéma africain* a été lancée en 1969 ; elle avait pour objectif de présenter l'image d'une Afrique nouvelle et mature, et défendre ainsi l'idée d'une histoire racontée par les Africains et pour les Africains. La démarche a été de même nature au niveau de l'action littéraire avec la création en 1967 du *Cercle d'activités littéraires et artistiques de Haute-Volta* (CALAHV), avec comme objectifs la recherche des valeurs de la culture africaine pour le rendez-vous des civilisations et des peuples. La question de la présence africaine dans les relations internationales traverse par ailleurs l'ensemble des initiatives culturelles de cette époque.

Quant aux acteurs de la période révolutionnaire, au tournant des années 1980, la culture est avant tout un outil idéologique et de mobilisation des masses. La lutte contre l'impérialisme culturel était clairement le *leitmotiv* de la *Révolution démocratique et populaire* (RDP), dont

[21] Ministère de la Culture et du Tourisme. 2012. « Etude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique ».
[22] Ministère de la Culture et du Tourisme. 2012. *ibid.*

Thomas Sankara en était le leader emblématique. Dans le Discours d'orientation politique (DOP) prononcé le 2 octobre 1983, il est affirmé clairement que :

> *« Dorénavant, l'épanouissement culturel ne sera plus l'apanage d'un groupuscule d'individus considéré comme une élite du fait de leur instruction scolaire, de leur pouvoir économique ou de leur autorité politique ; cela signifie que toutes les activités culturelles doivent partir du peuple créateur de sa culture et retourner au peuple consommateur de sa culture ».*[23]

L'un des outils majeurs de cette période, c'est vraisemblablement la création de la *Semaine nationale de la culture* (SNC) par décret n°85-486/CNR/PRES/MIC portant institution de la SNC ; c'est aussi le développement dans toutes les provinces d'infrastructures culturelles. C'est enfin, mais pas seulement, la période qui a consacré un ministère plein pour la culture. Dans l'imaginaire de nombre de Burkinabè et d'acteurs culturels, c'est bien la période révolutionnaire, sous le leadership du président Thomas Sankara, que la culture, vue sous l'angle anthropologique et philosophique, a connu ses lettres de noblesse. Le discours idéologique et la stratégie pragmatique du Président ont permis à la période révolutionnaire d'engranger de nombreux acquis encore visibles (théâtres, salles de cinéma, espaces de loisirs...)

De retour à l'ordre constitutionnel avec la IV^{e} République, le Burkina Faso a connu un temps caractérisé par des hésitations et injonctions venues des institutions internationales, puis un autre temps caractérisé par un intérêt accentué pour la dimension économique de la culture.

En effet, de 1990 à la fin du siècle dernier, dans un contexte marqué par la conjoncture économique, le Burkina Faso a tâtonné sur les questions culturelles[24] avant de renouer, au début des années 2000, avec des programmes et projets culturels (Programme de soutien aux initiatives culturelles (PSIC), Programme d'appui au secteur de la culture (PASC)…). La remise en cause des modèles de développement et l'introduction de la notion de *développement humain* puis de *développement durable* ont permis, somme toute, de reconsidérer la variable *culture* dans les approches de développement avec la prise en compte des notions de bien-être.[25]

Au tournant du XXI^{e} siècle alors, nous avons assisté à un regain d'intérêt pour la culture après qu'elle ait été considérée sur plus de deux décennies comme secteur non prioritaire. La IV^{e}

23 Discours d'orientation politique du 2 octobre 1983.

24 Tâtonnements observables dans l'instabilité institutionnelle et dans les faibles ressources allouées à la culture.

25 Ces deux concepts sont très fortement discutés. On peut se référer à l'article de Serge LATOUCHE, « Les mirages de l'occidentalisation du monde. En finir une fois pour toutes avec le développement », *Le Monde Diplomatique*, mai 2001.

République a connu son premier document de politique culturelle qu'en 2005, en lien avec le contexte national de mise en œuvre du Cadre stratégique de lutte contre la pauvreté (CSLP) et la *Convention* de l'UNESCO pour la diversité des expressions culturelles[26] sur le plan international. Cette première politique culturelle sera vite abandonnée (pour prendre en compte le nouveau référentiel de développement, la SCADD) pour une nouvelle, adoptée en octobre 2009, visant à mettre en œuvre une dynamique de développement culturel, fondée sur les valeurs culturelles communes propres aux Burkinabè et sur la créativité des acteurs en vue de l'épanouissement social et économique des populations du Burkina Faso.

C'est cette dernière politique (2009) qui consacre la place de l'économie de la culture dans son objectif stratégique 3 : *« Structurer et développer l'économie de la culture par le développement des industries culturelles* ».

Alors, en prenant en compte tous ces paramètres et l'évolution des politiques publiques, on peut dire que depuis toujours, mais à des degrés différents, le Burkina Faso a considéré la culture comme étant un outil, c'est-à-dire un moyen de développement. Mais ce n'est que récemment que la dimension économique bénéficiant d'une telle volonté a été prise en compte.

– *Les enjeux de développement des industries culturelles et créatives*

Le développement des industries culturelles et créatives est un enjeu qui n'est perceptible que dans cette dernière décennie. Le rôle attribué aux industries culturelles et créatives est pour beaucoup d'acteurs, un rôle, voire une mission de développement économique.

Dans le PNDES, le référentiel en vigueur, c'est sans ambiguïté que les industries culturelles et créatives portent le projet de développement économique et social pour leur capacité présumée ou avérée de création d'emplois et de richesses. L'État burkinabè, au regard de la faiblesse de ses ressources économiques, envisagerait tirer profit de cette nouvelle dynamique autour des industries culturelles et créatives, comme l'atteste toute la documentation institutionnelle

[26] Lire MATTELART, Tristan (2009), « Enjeux intellectuels de la diversité culturelle. Éléments de déconstruction théorique », *Culture et prospective*, n°2, 2009, p. 1-8. MIEGE, Bernard (2011) « La question des industries culturelles impliquées par/dans la diversité culturelle » dans Actes du colloque *Systèmes Informatiques et Gestion de l'Environnement* (SIGE), Douala, Cameroun, 2006, p. 75-81, *Les Enjeux de l'Information et de la Communication* [en ligne], 2006, mis à jour 14 août 2011. w3.u-grenoble3.fr/les.../Actes%20de%20Douala-Miege-pp75-81.html. Et CABEDOCHE, Bertrand (2013), « Diversité culturelle et régulation : des convocations terminologiques historiquement et politiquement délicates », pp. 53-68, in Jamal Eddine NAJI et Yves THÉORÊT (dir.), *Réflexions sur les diversités mondiales*, (Orbicom, Unesco et HACA), Casablanca, Les éditions maghrébines Aïn Sebaâ, 2013. Vidéo : http://orbicom.ca/fr/archives/188-morocco-2013-videos.html.

produite sur le sujet[27] et les discours récurrents des autorités portant sur les « *bienfaits* » des industries culturelles et créatives au Burkina Faso.

> *« Le secteur de la culture et du tourisme est un pan important des services marchands et notre pays dispose d'énormes potentialités à même de conforter son leadership culturel et de renforcer son attractivité touristique. A ce titre, mon Gouvernement porte une attention particulière au développement des industries culturelles et touristiques, afin de renforcer la contribution de ce sous-secteur au développement socio-économique du Burkina Faso. C'est le lieu pour moi de féliciter et de louer le courage et l'abnégation des acteurs de la culture et du tourisme qui ont su, malgré une situation sécuritaire difficile, développer des initiatives innovantes pour continuer à inciter les visiteurs du monde entier à privilégier davantage la destination Burkina Faso »*[28].

Notre enquête révèle que près de 70 % des personnes interrogées pensent que les industries culturelles ont un pouvoir économique et qu'elles constituent un paradigme de développement digne de confiance. Les industries culturelles dans cette perspective doivent créer des richesses et des emplois et aider à sortir le pays de sa situation de pays en voie de développement.

En somme, au regard du contexte particulièrement rythmé politiquement et préoccupant économiquement parlant, des enjeux politiques, sociaux et économiques structurent et expliquent la mise en œuvre du projet de développement des industries culturelles et créatives.

B. Les objectifs de la recherche

Les recherches sur les industries culturelles et créatives au Burkina Faso, voire en Afrique francophone, sont encore assez marginales[29], même si l'objet n'est pas aussi distant des réalités et pratiques de toujours. On dispose de quelques travaux sur le Livre, la Presse, le Cinéma, la

27 Le document de stratégie de développement des industries culturelles ; la Stratégie nationale de la culture et du tourisme ; le programme national de développement économique et social…

28 Discours du premier Ministre burkinabè sur la situation de la Nation. Discours prononcé devant l'assemblée Nationale le 12 avril 2018.

29 Au tournant des années 2000, une étude pionnière a été réalisée, sur l'économie de la culture, ALLEMAN, Marie-Lise, D'ALMEIDA, Francisco Ayi, MIÈGE, Bernard, WALLON, Dominique (2004), *Les industries culturelles des pays du sud, enjeux du projet de convention internationale sur la diversité culturelle*, Paris ; elle a été commanditée par *l'Organisation internationale de la Francophonie* dans le cadre d'une programmation générale sur le développement des industries culturelles. Après cette étude, avec l'aide de l'UNESCO, une étude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique, a été réalisée. Des études ponctuelles et des rapports techniques sont souvent produits avec l'appui des partenaires techniques et financiers mais aucune approche scientifique sur le sujet des industries culturelles n'a été envisagée. Il existe maintenant un début avec le travail de thèse qu'Émile ZIDA a soutenu le 2 mars 2018 sous la direction de Bertrand CABEDOCHE, au sein du Laboratoire du Gresec. Sinon, les ressources disponibles sont sectorielles et produites soit par des chercheurs étrangers, soit commandées par des Institutions internationales et régionales.

Radio et plus encore de la Télévision. Mais la plupart des travaux sont abordées dans des champs disciplinaires assez disparates (comme l'histoire de l'art, les lettres modernes, la sociologie, le journalisme et la communication, le marketing…) et ne permettent pas une vue d'ensemble de la réalité des industries culturelles. En effet, l'essentiel de ces travaux restent marqués par des conceptions esthétiques et sont élaborés dans la sphère professionnelle pour des finalités prescriptives ; ainsi, ils se donnent rarement comme perspective l'analyse des relations complexes de la production et de consommation et s'emploient peu à relever les caractéristiques communes aux produits culturels.

En consacrant donc cette thèse à l'analyse des industries culturelles et créatives comme le Livre, la Musique enregistrée, le Cinéma et l'audiovisuel[30], nous voulons en réalité poser la question de la complexité des médiations qui relient, aujourd'hui plus qu'hier, la chaine de valeur dans chaque filière d'une part et les stratégies des acteurs qui vont avec les mutations actuelles et les définitions des politiques publiques culturelles, d'autre part.

L'autre raison est liée aux défis que notre pays le Burkina Faso travaille à relever depuis les années 2010 en matière de développement des industries de la culture. Ces industries culturelles suscitent chez la majeure partie des acteurs (publics et privés) espoirs et admiration. Les tendances actuelles, voulues par les institutions internationales comme l'UNESCO et le l'OIF notamment, autour des politiques culturelles africaines, placent largement les questions d'économie de la culture en général et celles de développement des industries culturelles et créatives en particulier, au centre des dispositifs d'accompagnement. Le Burkina Faso semble vouloir profiter de tout cela en acceptant les réformes qui vont avec[31] et les signatures de conventions qui l'engagent.

Finalement pour avoir fait un Master[32] sur la question des industries culturelles à l'Université Senghor d'Alexandrie (Egypte), nous avons senti à la fin de ce parcours, le besoin de continuer et d'approfondir nos connaissances sur le sujet, tant son intérêt pour les pays du Sud est grandissant et les attentes vis-à-vis de lui sont prégnantes. Par ailleurs, en tant qu'acteur sur le

30 Les filières *Jeux vidéo, Mode et textile, Design et artisanat* sont aussi analysées pour révéler leur potentiel et situer les contraintes actuelles de leur plein épanouissement. Les deux dernières permettent en outre d'aborder un pan des industries créatives dans leur fonctionnement et leur modèle économique.

31 Le pays a rédigé sa politique nationale culturelle avec l'aide de l'UNESCO. Il a entrepris la révision de cette politique avec l'appui financier de la Commission européenne… pour ne citer que ces exemples qui montrent les retombées directes des engagements internationaux sur les politiques publiques des pays du Sud en particulier.

32 Nous avons été de la première promotion en 2009 ayant eu droit à ce Master, consacré uniquement à la question des industries culturelles. Avant, ledit Master était intitulé « *Management de la culture et des médias* ». L'offre de formation est depuis cette période orientée vers la problématique des industries culturelles.

terrain,[33] nous sommes souvent confronté aux nombreuses questions de signification des notions d'*industries culturelles et créatives* d'une part et de comment faire pour développer une industrie culturelle typique, d'autre part. Des acteurs culturels, tout comme l'administration culturelle publique, manipulent le concept d'industries culturelles (et récemment celui d'industries créatives) en le débarrassant de ses éléments de complexité pour ne retenir qu'un aspect de son ambiguïté : l'argent ! Les industries culturelles sont perçues au Burkina Faso comme tout ce qui donne de l'argent dans le secteur de la culture.

Combien de fois avions-nous donc été interpelé en public comme en privé pour « *livrer une définition-explication* » du groupe de mots « *industries culturelles et créatives* » ? Et combien de fois encore nous avons eu de la peine à fournir une réponse adéquate à nos interlocuteurs ? Dieu seul sait combien de fois en effet, nous avons eu des dialogues fortuits comme celui (souvent sans parvenir à convaincre) dans l'encadré *infra*.

Encadré 1: Dialogue de sourds autour des industries culturelles

Dialogue de sourds autour des industries culturelles

...Rappelle-moi encore ce que tu fais comme recherche ?

Je travaille sur les industries culturelles et créatives.

...des usines de… euh ! Culture ? On en a par ici au Burkina Faso ?

Non pas vraiment ça.

C'est quoi alors ces industries culturelles et...quoi ?

…Et créatives.

Les industries culturelles et créatives, oui ! C'est ça ! Mais c'est précisément quoi tu fais ?

Pour faire simple, je veux savoir comment notre pays peut bien profiter de sa culture pour se développer.

Ah ! Ça ! Je te dis, tu es sur la bonne voie ! Tu sais, la culture est notre avenir, c'est notre pétrole. On dit souvent que la culture c'est tout ce qui nous reste, quand on a tout perdu !

Tu as raison !

Bonne chance à toi

Merci !

Source : Notre enquête de terrain, 2017

L'analyse des perceptions des acteurs et des discours produits autour de l'objet des industries culturelles et créatives en révèle un contenu relativement enchanteur et attractif, jusqu'à ériger ces dernières comme une panacée contre les grands maux et défis de développement du pays. Le développement tant voulu par le Burkina Faso veut (voudrait) se reposer aussi sur les industries culturelles et créatives, si nous prenons pour authentiques et sincères les déclaratifs des acteurs et des décideurs.

[33] Nous avons coordonné des projets culturels qui nous renvoyaient constamment à la problématique de développement des industries culturelles et créatives. Ceci notamment à partir de notre nomination au poste de coordonnateur du festival de musique dénommé les Nuits atypiques de Koudougou (NAK) entre 2008 et 2009 ; puis le poste d'administrateur du Centre de Développement Chorégraphique la Termitière.

Prenant en compte le contexte d'émergence des industries culturelles et d'une part, les enjeux liés à leur développement et d'autre part considérant les défis attachés au projet d'industrialisation de la culture au Burkina Faso, notre travail, *in fine*, voudrait tracer des sillons pour beaucoup plus de recherches scientifiques[34] sur la question des industries culturelles et créatives dans le champ des Sciences de l'information et de la communication (SIC).

II. Problématique et formulation des hypothèses

A. Le développement et l'organisation des filières culturelles en question

Le développement des industries culturelles et créatives s'est opéré progressivement au gré des politiques publiques, des opportunités offertes par les organisations internationales et des stratégies d'acteurs économiques et sociaux. Les discours et les pratiques des autorités nationales depuis la IV^{e} République sont assez volontaristes se contentant souvent de récupérer à leur compte les discours et concepts de certaines organisations internationales comme l'UNESCO (Culture et développement, politiques culturelles, industries créatives, villes créatives, diversité culturelle…), et plus récemment l'Organisation internationale de la francophonie (OIF). Tous ces discours portés par les autorités politiques du Burkina Faso d'hier à aujourd'hui insistent sur le rôle ô combien déterminant de la culture dans le développement économique et social du pays. Rien qu'au début du 2^{e} trimestre de l'année 2018, le Premier ministre du pays a encore usé de cette rhétorique en déclarant en substance que :

> *« …mon Gouvernement porte une attention particulière au développement des industries culturelles et touristiques, afin de renforcer la contribution de ce sous-secteur au développement socio-économique du Burkina Faso ».*[35]

« *La culture compte !* », « *La culture est un puissant levier de développement !* », sont entre autres convictions et déclaratifs qui reviennent dans les discours des acteurs politiques et économiques du Burkina Faso. Cette insistance établissant le lien entre développement culturel et développement économique est désormais une constante surtout après les premières études sectorielles et programmatiques qui ont su relever le potentiel de la culture en termes de création

34 Notre objectif s'écarte d'une démarche prescriptive et se réserve de donner des solutions ou des plans de développement des industries culturelles et créatives. Notre travail cependant se veut une analyse de l'existant c'est-à-dire des faits d'industrialisation ou de développement des industries culturelles et créatives. Nous espérons ainsi contribuer à l'amélioration des connaissances et dans une moindre mesure permettre aux acteurs engagés dans le projet d'industrialisation de la culture au Burkina Faso de s'en inspirer pour formuler des politiques publiques.

35 Discours sur la situation de la Nation 2018, prononcé à l'Assemblée nationale le 12 avril [support PDF].

de richesse (plus de 2 % au PIB en 2009) et d'emplois (plus de 150 000 emplois en 2009). Abdelfettah BENCHENNA[36] confirme que cette insistance ne date pas d'aujourd'hui[37] :

> *« Ses premières traces se trouvent déjà, dès la fin des années 1960, dans les premières réflexions, menées au sein de l'UNESCO, sur le rôle que doivent jouer les activités culturelles dans la vie économique des pays qui viennent à peine de conquérir leur indépendance. L'accent est mis sur la simultanéité entre développement économique et social, d'une part, et développement culturel, d'autre part… ».*[38]

Depuis l'époque des indépendances jusqu'à maintenant, l'objectif a été quasiment le même, quoique les moyens de mise en œuvre aient fondamentalement changé. Il s'est toujours agi de mettre le développement culturel au service du développement économique et social.

A partir de la période des Indépendances jusque dans les années 1980, le développement culturel était pensé comme une affaire de l'État central et des associations à vocation non marchande ; cette tendance va évoluer par la promotion de l'initiative privée et de l'entrepreneuriat au tournant des années 1990 et 2000 avec notamment l'application du PAS (Programme d'ajustement structurel) et autres théories néolibérales. Depuis cette dernière période, la culture est présentée comme le fer de lance pour bâtir une économie et une industrie créatives.

Dans les pays en développement comme le Burkina Faso, les institutions internationales (notamment l'UNESCO[39]) ont beaucoup encouragé (voire imposé) les États à stimuler l'entreprise privée, la créativité, l'innovation. Au Burkina Faso, et comme un peu partout en Afrique occidentale francophone, on est arrivé au point où la question du développement est perçue comme étant, certes, économique mais aussi culturelle.

Fort de ce qui précède, notre préoccupation centrale n'est pas de revenir sur l'histoire de cette conviction (ou de cette croyance pour reprendre le terme de Gilbert RIST, 2007[40]) pour retracer

36 Abdelfettah BENCHENNA est Maitre de conférences en sciences de la communication à l'Université Paris 13.

37 Cf. annexe des parties pour voir la prise de conscience progressive qui a marqué la culture et les acteurs.

38 BENCHENNA, Abdelfettah. « Une économie politique critique de l'entrepreneuriat culturel dans les pays du Maghreb est-elle envisageable ? » In *Industries culturelles et entrepreneuriat au Maghreb*, 282. Paris, France: L'Harmattan, 2016. P.37.

39 Unesco, conférence intergouvernementale sur les politiques culturelles pour le développement, conférence de Stockholm, 30 mars au 2 avril 1998.

40 Le développement a servi, selon Gilbert RIST, pendant des décennies, à légitimer des politiques économiques et sociales et a fait croire à la richesse pour tous. Pourquoi le développement est-il aujourd'hui encore au centre d'un débat passionné s'il a largement échoué ? C'est sans doute, selon Gilbert RIST, parce qu'il repose sur une croyance occidentale. Pour Rist, les stratégies de développement sont une suite de paradigmes inefficaces. Lire

les différents programmes et projets avec leur succès et leurs échecs, mais plutôt de porter un regard distancié sur les éléments de compréhension relatifs aux enjeux de développement des industries culturelles au Burkina Faso, à partir d'une analyse des filières, en mettant à contribution d'une part, la théorie des industries culturelles et l'approche de l'Économie politique critique (EPC), d'autre part.

En effet, les industries culturelles et créatives sont des industries qui ont pour objet des contenus ou des biens fortement symboliques. Ces contenus, pas comme les autres[41], font depuis ces deux dernières décennies, l'objet d'une industrialisation[42] au Burkina Faso et constituent un enjeu économique, sociopolitique et un enjeu culturel et artistique. Tout compte fait, les industries culturelles jouent un rôle sociétal spécifique et doivent être questionnées comme *un fait social total*[43] puisqu'elles participent à la construction des sociétés, favorisent l'accélération et le développement des échanges sociaux et contribuent à la création et à la diffusion des représentations. Dans ce sens, on peut remarquer l'absence d'une approche générale, voire systématique, des produits culturels ; ce qui ne permet pas du reste, de voir ce qui les rend singuliers et ce qui les oppose aux formes antérieures de la production de l'art et de l'information ; aussi, cette absence d'approche générale laisse croire que les produits culturels ne relèveraient que de leur dynamique propre. Or, une approche générale pourrait montrer les relations qui les rapprochent au point de constituer un « *système* ». En somme, la sectorisation empêche de voir le phénomène des industries culturelles et créatives dans son ensemble.

RIST, Gilbert, *Le développement. Histoire d'une croyance occidentale*. Presse de Sciences Po, Paris, 3e édition revue et augmentées, 2007, 483 p.

41 Ces biens ou produits ne sont pas comme les autres parce que le produit culturel présente des spécificités intrinsèques : la complexité même du produit, son unicité, sa valeur symbolique esthétique intrinsèque (un produit d'expérience), sa dimension hédonique et esthétique entre autres. Bernard MIÈGE identifie cinq principaux constituants qui font des produits culturels industrialisables, des produits à part entière. Le premier trait constituant est la reproductibilité du produit culturel ; le deuxième trait renvoie à l'incertitude qui caractérise le produit culturel en tant que bien d'expérience ; le troisième trait constituant est lié au recours au travail et à la création artistique ; le quatrième trait quant à lui s'appuie sur le modèle éditorial et de flot et enfin le cinquième trait constituant est l'internationalisation des produits culturels (MIÈGE, 2017).

42 Sans entrer dans une longue discussion conceptuelle, précisons que le terme industrialisation est utilisé ici pour faire référence à la présence de trois facteurs dans le champ de la production culturelle et communicationnelle: investissement et valorisation de capitaux importants, production mécanisée, division du travail. Par le terme de marchandisation, nous faisons référence au processus qui transforme, en les soumettant aux lois du marché, objets et services en marchandises, c'est-à-dire en produits dotés tout à la fois de valeur d'usage et de valeur d'échange. La marchandisation est un processus plus englobant que l'industrialisation en ce qu'elle n'implique pas nécessairement l'utilisation de techniques industrielles de production. Voir : Tremblay, Gaëtan. 2008. « Industries culturelles, économie créative et société de l'information ». *Global Média Journal-Canadian Edition* 1 (1): 65-88.

43 MŒGLIN, Pierre, 2012, « Une théorie pour penser les industries culturelles et informationnelles ? », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 1 | 2012, mis en ligne le 05 septembre 2012, consulté le 04 juillet 2016. URL : http://rfsic.revues.org/130.

C'est pourquoi, de façon générale, nous nous posons la question de savoir : *comment se structurent et s'organisent le développement des industries culturelles et créatives au Burkina Faso ?* C'est le lieu de savoir, en effet, si la perspective holistique des faits culturels oriente ou pas les politiques et les stratégies d'acteurs d'une part et s'il suggère la complexité des liens inter et intra filières en rapport avec la pluralité des champs imbriqués, d'autre part.

Analyser, en effet, l'organisation des filières des industries culturelles au prisme des politiques et des stratégies d'acteurs, revient à lever un pan de la question générale de recherche, exprimé ci-avant. C'est à ce niveau (filière) que se jouent la structuration et l'organisation de la production ; et c'est bien là aussi que l'on perçoit la pertinence des politiques publiques à travers un ensemble de jeux d'acteurs.

Or, pour l'instant, les filières affichent un niveau de développement plus ou moins modeste d'une part et connaissent de nouvelles formes de « *filialisation* » voire de mutations[44] (en termes de modes de créations, de production des contenus, de diffusion, de valorisation et même de consommation) plus ou moins profondes, d'autre part. C'est cette situation qui a inspiré les questions spécifiques qui cherchent à comprendre : *quelles sont les modalités d'organisation des filières des industries culturelles et créatives au Burkina Faso* ? Autrement dit, c*omment se construisent, se structurent et s'organisent les filières et les acteurs des industries culturelles et créatives au Burkina Faso ?* Quels sont les marchés et les défis de mise en marché des produits culturels industrialisés ? Quelles stratégies sont imaginées et mises en œuvre par les différents acteurs face aux mutations incessantes qui touchent et qui caractérisent même les filières des industries culturelles ?

L'analyse des filières dans notre travail s'opérera en lien avec la *théorie des industries culturelles*, laquelle suggère de comprendre et d'analyser la production et la consommation et par ricochet le fonctionnement des filières, comme un système et dont la structure est en « *crise* » permanente.[45]

44 Les mutations, rappellent Philippe BOUQUILLION et Yolande COMBÈS (2007), peuvent témoigner d'une continuité, voire d'une accentuation de phénomènes anciens, et être également porteuses de changements importants pour les industries de la culture et de la communication, voire de rupture au niveau de la distribution et de la diffusion et parfois au niveau de la production. p.17.

45 BOUQUILLION, Philippe, et COMBÈS Yolande. 2007. *Diversité et industries culturelles. Questions contemporaines*. Paris, France: L'Harmattan, p.16.

B. Formulation des hypothèses

Fort de ces questionnements qui viennent d'être émis, et prenant appui sur les objectifs visés, notre travail s'appuie sur deux hypothèses principales.

Hypothèse 1 :

À propos du développement des industries culturelles et créatives, les politiques et les stratégies des acteurs conçues et mises en œuvre par le Burkina Faso correspondent à des spécificités ou réalités politiques, économiques, culturelles et historiques. Il semble que les rapports aux industries culturelles seraient beaucoup plus caractérisés par le mimétisme et l'opportunisme et de ce fait, entraveraient la conception et la mise en œuvre de politiques publiques à même de traduire dans les faits, après les discours, la réalité souhaitée du développement industriel de la culture.

En effet, le développement des industries culturelles au Burkina Faso est un *fait social total*. Il implique des acteurs et fait référence à des stratégies qui montrent bien que les industries culturelles et créatives sont une *construction sociale* (souvent controversée). La réalité sociologique révèle un développement relativement faible des filières, et les industries culturelles font face à un problème de synergie et de cohérence des politiques en regard des exigences qu'impliqueraient les logiques d'organisation industrielle des filières et le prisme de l'environnement global.

Cette incohérence, nous semble-t-il, contraint les acteurs, tantôt au mimétisme et à l'adaptation sans cesse du système et des logiques, tantôt le plus souvent à des actions pragmatiques de courte durée et de moindre portée. Tout ceci n'est pas sans effet sur le développement et l'épanouissement des filières des industries culturelles et peut expliquer mieux le caractère dit « *embryonnaire* » des industries culturelles et créatives au Burkina Faso.

Ce caractère « *embryonnaire* » s'explique moins par la jeunesse relative des filières et des acteurs que par ladite (in)cohérence des politiques et des stratégies d'acteurs face aux mutations (imposées aujourd'hui par le numérique et l'internationalisation du marché essentiellement) qui affectent les filières des industries culturelles en termes de production, de distribution et de consommation des produits culturels.

En outre, si les constats relatifs à la situation des industries culturelles des pays comme le Burkina Faso mettent à jour les obstacles économiques[46] comme principale contrainte et facteur explicatif du niveau (insatisfaisant) de développement actuel des industries culturelles, ces constats révèlent aussi, quand on pousse l'analyse dans une approche filière, des incohérences et des tâtonnements au niveau des stratégies d'acteurs et également au niveau de l'organisation : organisation de la production, organisation des acteurs, organisation institutionnelle, etc. C'est la raison pour laquelle nous pensons que l'industrialisation de la culture, qui reste un projet, tout comme sa mise en œuvre actuelle, est caractérisée par un ensemble de forces et d'opportunités en quête de politiques et de cohérence pour les propulser et d'autre part, par des faiblesses et menaces tant objectives que relatives, intrinsèques qu'extrinsèques, en quête d'un environnement adéquat pour se développer et donc passer de la chenille au papillon.

Cette hypothèse, en lien avec les industries culturelles et créatives, nous permet de faire l'état des lieux du développement des industries culturelles en termes de forces et de faiblesses objectives et de construire les temporalités caractéristiques de la marche des industries culturelles au Burkina Faso. Si par ailleurs, cette hypothèse est vérifiée (ou pas), nous parviendrons à expliquer le faible développement des filières empiriquement constaté, le mimétisme des acteurs et la faible adaptation des politiques publiques.

In fine, cette hypothèse vise à mettre à jour les freins ou obstacles structurels au développement des industries culturelles et créatives. Elle suggère une perspective sociohistorique (même si l'accès aux archives est un casse-tête chinois) pour appréhender le développement des industries culturelles au Burkina Faso. Sur le plan théorique, cette hypothèse nous permet de revisiter la question de l'économie politique et la théorie des industries culturelles.

Hypothèse 2 :

À propos des filières culturelles industrielles, l'organisation de la production (sous la forme d'un *oligopole* à franges avec des logiques ou des modèles stables) et l'environnement global ne favorisent pas suffisamment le développement des industries culturelles et créatives au Burkina Faso. Les mutations actuelles commandent une réorganisation des filières culturelles industrielles à partir de logiques et des synergies industrielles cohérentes et intégrées.

[46] La réponse, dans presque tous les pays, se traduit par la flopée de mécanismes de financement ou de soutien aux initiatives culturelles.

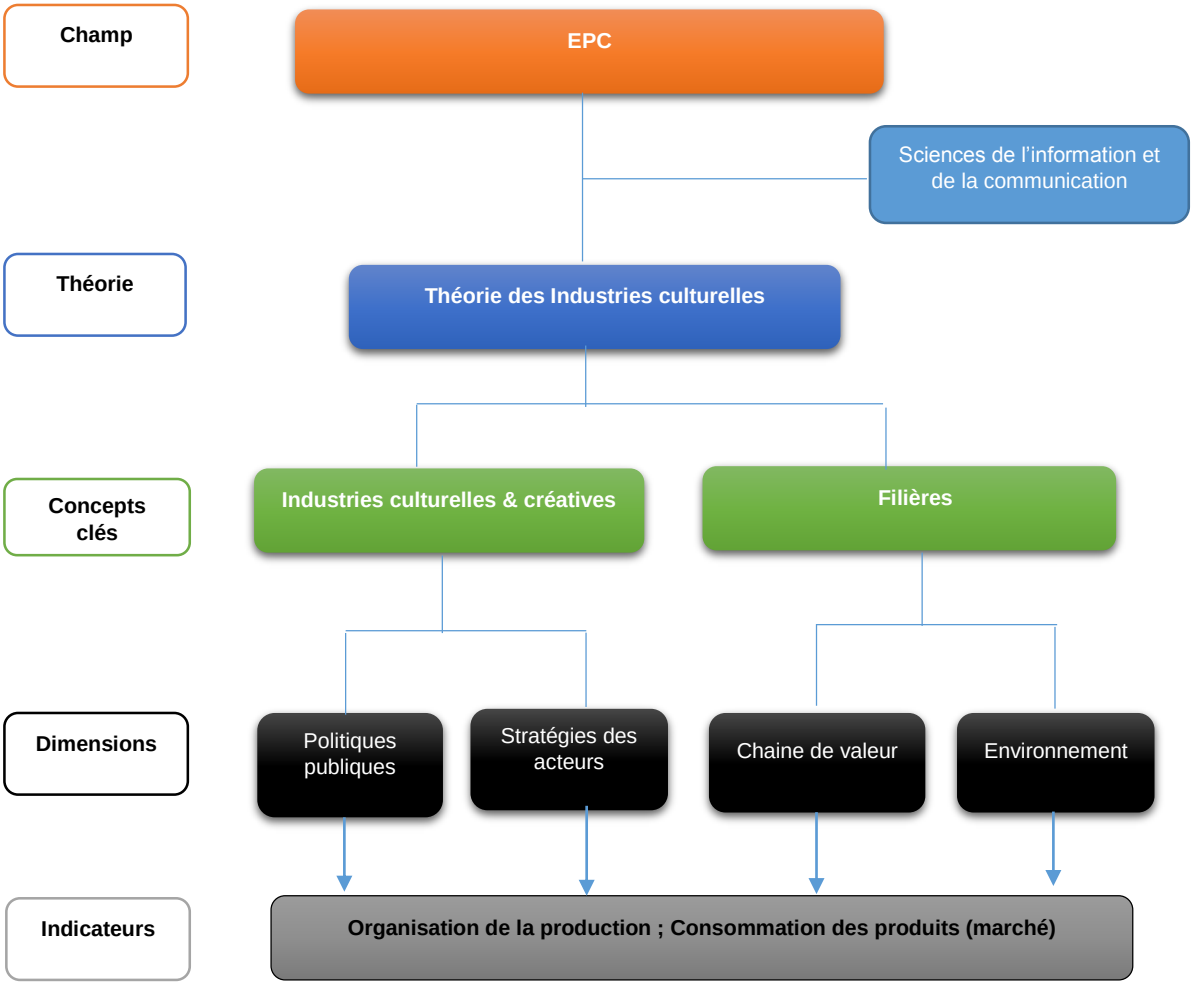
L'organisation de la production dans les différentes filières des industries culturelles légitime de ne pas envisager les filières étudiées comme une entité homogène. Elles présentent des caractéristiques d'hétérogénéité touchant la structuration, la logique industrielle et économique des filières. Une telle compréhension et organisation des filières assure la prise en compte des facteurs extrinsèques et intrinsèques, perturbant ou rendant difficile l'organisation de la chaine de production des filières.

Quand on considère un certain nombre d'indicateurs sur la fragilité des industries culturelles étudiées et l'organisation des acteurs, on est bien tenté par l'idée de formulation d'un modèle de développement des industries culturelles et créatives. Ce modèle, qui se voudrait politique et stratégique, devrait incarner les enjeux et défis actuels pour arriver à opérer un changement profond et faire passer le Burkina Faso d'une stratégie de serpent (mimétisme) et caméléon (formalisme et adaptation) à une stratégie de chenille-papillon (développement intrinsèque et extrinsèque).

En définitive, cette hypothèse situe la place d'une approche filière dans le développement des industries culturelles et créatives au Burkina Faso. Elle pose le débat théorique sur l'organisation classique de la production des biens culturels industrialisés avec des mutations profondes en cours dans le monde.

Toute la démarche théorique est matérialisée par le schéma ci-dessous.

Figure 1: Synthèse du cadre théorique



Source : Auteur, 2017

III. Cadre conceptuel et délimitation de l'objet d'étude

A. Le cadre théorique d'analyse

Afin d'apporter des éléments de compréhension relatifs aux questionnements exprimés précédemment sur le développement et l'organisation des industries culturelles et créatives au Burkina Faso, nous avons eu recours à la théorie des industries culturelles. Les travaux contemporains[47] liés à cette théorie permettent de penser les industries culturelles et créatives dans une approche socioéconomique et avec une perspective sociohistorique.

En effet, une approche socioéconomique de notre objet s'inscrivant bien dans le cadre d'une Économie politique critique (EPC) de la culture, est à juste titre appropriée. Cette approche permet de porter un regard critique sur les enjeux qu'il y a pour le pays de développer des industries culturelles d'une part et comprendre (ou tenter de comprendre) les rapports de force ou les stratégies des acteurs, d'autre part. C'est ce cadre théorique qui suggère aussi la prise en compte de plusieurs niveaux d'analyse, tels que le rôle des pouvoirs politiques, les stratégies des acteurs économiques et sociaux et enfin, les perceptions et les pratiques des publics-consommateurs.

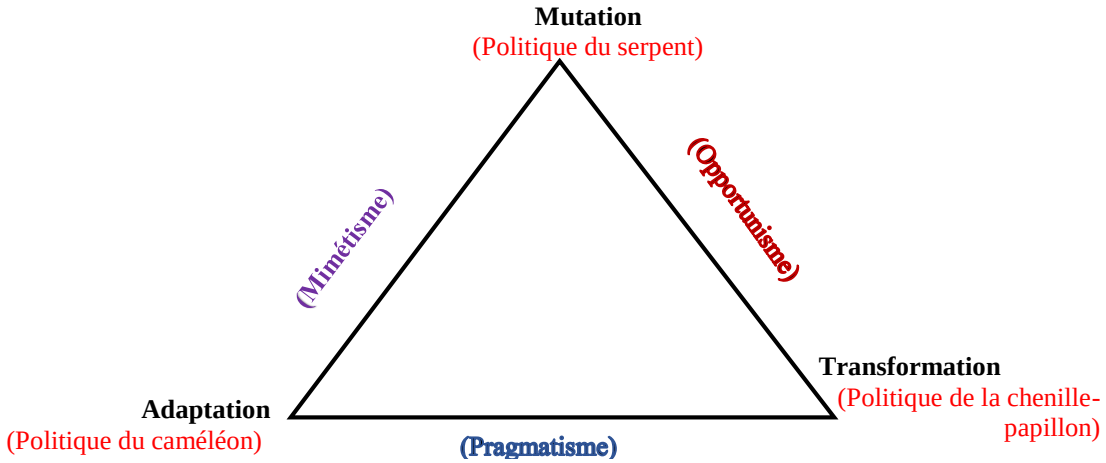
La perspective sociohistorique que nous avons convoquée dans ce travail, permet d'analyser les problèmes empiriques, de comprendre les évolutions et les moments clés de ruptures depuis les années 1960 à nos jours. Elle permet par ailleurs d'analyser et de comprendre les choix opérés par les différents acteurs en présence dans les différentes filières des industries culturelles et créatives. C'est le cas des politiques publiques culturelles des années d'Indépendance à l'adoption de la politique culturelle de 2010 en passant par la période révolutionnaire et des ajustements structurels.

C'est en se référant à ce cadre théorique que nous avons conçu le modèle ci-après. Ledit modèle d'analyse rend compte de la complexité de l'objet d'étude et de l'opportunité de nos hypothèses. Il fait allusion à une métaphore sur le caméléon, le serpent et la chenille pour traduire les enjeux des industries culturelles et créatives au Burkina Faso. Ces trois métaphores renvoient à la trilogie adaptation-mutation-transformation et suggèrent les états suivants : le mimétisme, l'opportunisme et le pragmatisme.

[47] Notamment, ceux de Bernard MIÈGE, Pierre MŒGLIN, Gaëtan Tremblay, Philippe BOUQUILLION, Bertrand CABEDOCHE, qui structurent notre réflexion autour des industries culturelles.

Quand on considère ces métaphores du *caméléon*, du *serpent* et de la *chenille*, l'analyse des filières, objet de notre recherche, devient un grand projet où des intérêts divergents se rencontrent et où les acteurs différenciés font et défont, en fonction des opportunités et de l'environnement, les politiques de développement des industries culturelles. Ce modèle révèle les attitudes des acteurs, la cohérence des politiques et la qualité de l'environnement.

Figure 2: Modèle théorique d'analyse du développement des industries culturelles et créatives



Source : Auteur, 2017

– **La stratégie du caméléon ou l'adaptation et le mimétisme**

Le caméléon change de façon régulière la couleur de sa peau et prend celle de son environnement immédiat. C'est une stratégie de camouflage qui permet d'échapper aux prédateurs du milieu ou encore de tromper la vigilance des proies. Le caméléon, dans ce cas, se fond (et se confond) à l'environnement pigmenté et est guidé par l'instinct de survie. Analyser les filières au prisme des stratégies d'acteurs et de l'environnement global revient à prendre en compte les leçons que nous inspire la stratégie du caméléon, laquelle a ses avantages mais aussi ses inconvénients.

Le premier principe à considérer, c'est l'environnement. Le caméléon ne décide pas de la couleur à prendre pour sa peau. Le choix est dicté par l'environnement immédiat (espace et temps). Le deuxième principe à considérer, c'est le statut du pigment qui, finalement, n'est pas stable mais changeant. On ne sait jamais la couleur du caméléon ! Il la prend constamment dans son biotope. Il est donc assujetti au rythme de changement et de modification de ce biotope. Le troisième principe, c'est que malgré toutes les précautions prises par le caméléon, il arrive qu'il

soit capturé par d'autres prédateurs plus forts et plus rusés que lui. Il y a donc des limites dans la stratégie du mimétisme[48].

Revenant à notre objet d'étude, il semble que c'est de cette façon que les acteurs du secteur de la culture se comportent. Les décideurs politiques s'adapteraient aux discours et pratiques dictés par l'ère du temps. Les pratiques dominantes à l'international seraient celles que l'on retrouve en local sans souvent un effort d'appropriation conceptuelle. Les politiques publiques et les pratiques seraient en train d'être mimées en fonction de l'origine des financements et le poids du donateur. Les acteurs s'accommoderaient, à l'image du caméléon, pour bénéficier des avantages offerts par l'environnement financier et technique. Ils s'accommoderaient aussi pour ne pas s'attirer des ennuis avec les grandes puissances et les institutions internationales.

La caractéristique principale de cette posture, c'est le retour presqu'à la case départ, dès l'arrêt des financements et la clôture des projets. En témoignent les effets mitigés du *Programme de soutien aux initiatives culturelles* (PSIC)[49].

L'autre caractéristique qui n'en est pas moins importante, d'ailleurs, c'est l'aspect peu structurant des initiatives. Le mimétisme aurait finalement transformé des acteurs culturels en capteurs de financements extérieurs. Il aurait réduit l'effort, en termes de rupture épistémologique, pourtant nécessaire au succès des projets et programmes que les partenaires techniques et financiers offrent à l'État burkinabè. Sans conviction, ni vision, il serait difficile de développer des industries culturelles au Burkina Faso, même avec de l'argent à la pelle.

- **La stratégie du serpent ou la mutation et l'opportunisme**

Le serpent de temps en temps se débarrasse de sa vieille peau et se revêt d'une nouvelle mais tout en restant venimeux ! Sa peau neuve ne change pas sa nature d'animal dangereux à la morsure mortelle. Mais cette capacité de muer confère des avantages en termes de renouvellement des cellules. Les cellules mortes et devenues inefficaces sont remplacées par de nouvelles cellules protectrices. On peut remarquer que le changement de peau n'est pas

48 Michel De CERTEAU définit comment prendre acte des tactiques des acteurs, tout en les distinguant des stratégies constituant le cadre contraint d'exercice de leur résilience, comme aurait aussi dit Boris CYRULNIK. Cf. De CERTEAU Michel (1980). *L'invention du quotidien. Les arts de faire*. Paris: Gallimard (*The Practice of Everyday Life*, trans. Steven Rendall, BERKELEY : University of California Press, 1984).

49 Toutes les 2 phases (phase 1 du 1er février 2000 au 31 janvier 2003 ; et phase 2 du 1er février 2003 au 31 juillet 2005) ont certes, atteint des objectifs mais aujourd'hui tous les acteurs s'accordent à dire qu'il a manqué une approche structurante dans l'action de l'UE.

automatique mais périodique. On peut aussi observer que le serpent se débarrasse toujours de la vieille ou ancienne peau au profit d'une nouvelle.

L'opportunisme est au cœur de la stratégie du serpent. Il se fait une peau neuve laissant voir et croire qu'il maitrise la situation alors qu'elle lui échappe et que le vieillissement est inexorable[50].

Fort de ces constats, et revenant à notre objet d'étude, on peut expliquer la faiblesse de nos politiques en matière d'industrialisation de la culture avec les limites de l'opportunisme. Dans le cadre de certains programmes, des acteurs auraient su profiter de la générosité des bailleurs pour intercepter des fonds et les détourner par la suite. Nous verrons plus loin le boom de création de structures culturelles de type associatif au tournant des années 2000 et qui s'expliquerait par ce que nous avons appelé *opportunisme*. Les initiatives culturelles (création d'entreprises, création de festival, lancement de concours musical, de danse, de théâtre) ne résistent pas longtemps. En pleine conscience de leur mortalité prochaine, voire avec la pleine volonté de ne pas les voir perdurer, la finalité première de certaines entreprises créées dans des conditions opportunistes, n'est pas le résultat du projet, mais le bénéfice immédiat de la subvention sans condition de suivi.

> *« …voilà comment ça se passait avant. C'est-à-dire que l'Union Européenne ou la Francophonie de manière générale, pour encourager la création artistique sur le continent africain, pas parce qu'ils nous aimaient hein, mais parce que les films étaient en français, ils soutenaient directement les réalisateurs. Je suis un réalisateur, j'ai mon projet, je vais moi-même déposer une demande de financement au niveau de l'Union Européenne, au niveau de l'ACP à l'époque puis en fonction de l'intérêt du projet on le finançait […]. Et si tu constates le caractère rigolo de l'affaire, c'est que finalement les Africains, ils ont tellement bien compris ça que, chaque cinéaste a créé sa maison de production. Bon mais, ça satisfait au moins les besoins de procédures de nos bailleurs du Nord qui estiment que l'argent doit être donné plutôt à des structures qu'à des individus, voilà. Bon, voilà donc et je pense que c'est beaucoup plus des boutiques quoi (rire)… ».*[51]

50 Nous nous recommandons de la posture défendue par tous ceux qui, comme Armand MATTELART, Roger BAUTIER, Bernard MIÈGE…, nous invitent à nous inscrire dans le long terme et à nous prévenir du systématisme des lectures en termes de rupture et à les considérer conjointement aux lectures en termes de continuité.
Cf. CABEDOCHE, Bertrand (2018), « Témoignage du désir d'Histoire », pp. 8-16, préface à l'ouvrage de Jean-Chrétien EKAMBO, *Médias pionniers au Congo : Se Kukianga 1891 ; Minsamu Miayenge 1892*, Kinshasa et Paris, L'Harmattan, coll. "Médias d'hier".

51 Entretien avec BB, le 15 février 2017 de 9h15 à 10h45 dans les locaux de l'ISTIC.

Enfin, c'est assez emblématique de voir les grippages fonctionnels dans la plupart des associations ou faitières culturelles au Burkina Faso. Certains acteurs seraient arrivés à des niveaux où ils ne se font plus confiance et ne se cachent pas leur haine mutuelle. Des associations sont créées avec de bonnes intentions au départ avec une convergence parfaite du déclaratif, de l'intentionnalité et de l'engagement réel ; elles ont su convaincre certains partenaires au développement, qui ont même accepté délier le cordon de la bourse. Et soudain, c'est la léthargie, le déclin et la mort de l'association. Ces cas sont tellement légion qu'ils pourraient interpeler les acteurs au sujet des méfaits de l'opportunisme et l'absence de projet structurant dans beaucoup d'initiatives culturelles mais plutôt des effets de paille, des pétards mouillés, des initiatives mort-nées…

- La stratégie de la chenille-papillon ou la transformation radicale et le pragmatisme

La chenille au départ est une bête rampante. Elle passe une partie de sa vie dans ce statut. Lequel statut lui confère des avantages mais aussi des inconvénients. Elle est bien limitée dans ses déplacements et peut être à tout moment rattrapée par des prédateurs. Avec la volonté et un travail bien souvent dur et douloureux, elle subit un processus profond et se transforme en un papillon. D'une bête rampante, la voilà en train de voler de fleur en fleur.

On pourrait remarquer que ce ne sont jamais toutes les chenilles qui deviennent des papillons. Cela demande donc du travail personnel et de la volonté d'une part et cela implique un environnement favorable. On note aussi que le changement est radical et oblige un changement de statut[52].

Revenant donc à notre objet, tenté ici par la prescription, c'est le type de stratégie qui convient au contexte du Burkina Faso. Il faut une « *révolution culturelle* » qui fait passer le pays d'un simple pourvoyeur de « *matières premières culturelles* » à un pays qui crée de la valeur ajoutée avec une logique industrielle maitrisée de sa culture, de son patrimoine que tout le monde reconnait riche et varié.

Cette stratégie de chenille-caméléon inspire des réformes de l'intérieur (surtout) et de l'extérieur. Ces réformes peuvent toucher les politiques publiques, les dispositifs d'appuis

[52] Nous nous recommandons de la posture défendue par ceux qui, comme Missè, nous invitent à nous débarrasser radicalement des fausses barbes, comme celle par exemple du développement pour construire le paradigme du changement social. Cf. MISSÈ Missè (2014), « Les théories critiques en communication pour le changement social : regard critique », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 4 | 2014, mis en ligne le 01 janvier 2014. URL : http://rfsic.revues.org/931 ; DOI : 10.4000/rfsic.931.

financiers et techniques. Une véritable politique d'industrialisation de la culture ne se caractériserait alors que sous le sceau d'un double changement : intrinsèque et extrinsèque.

B. Les industries culturelles comme théorie[53]

1. De l'industrie culturelle aux industries culturelles

a. *L'industrie culturelle pour dénoncer la logique capitaliste de l'œuvre d'art*

Le concept « *industrie culturelle* » (au singulier) a été l'œuvre d'ADORNO et HORKHEIMER, tous deux de l'École de Francfort[54]. Il a été forgé face aux menaces appréhendées de l'application des techniques de reproduction industrielle à la création et à la diffusion massive des œuvres culturelles. Les propos suivants traduisent la posture des auteurs de *La dialectique de la raison* et tout le procès fait à l'industrie culturelle dans leur rôle de nivellement et de standardisation.

> *« Les parties intéressées expliquent volontiers l'industrie culturelle en termes de technologie. Le fait qu'elle s'adresse à des millions de personnes impose des méthodes de reproduction qui, à leur tour, fournissent en tous lieux des biens standardisés pour satisfaire aux nombreuses demandes identiques. Le contraste technique entre les quelques centres de production et des points de réception très dispersés exige forcément une organisation et une planification du management. Les standards de la production sont prétendument basés sur les besoins des consommateurs : ainsi s'expliquerait la facilité avec laquelle on les accepte. Et, en effet, le cercle de la manipulation et des besoins qui en résultent resserre de plus en plus les mailles du système. Mais ce que l'on ne dit pas, c'est que le terrain sur lequel la technique acquiert son pouvoir sur la société est le pouvoir de ceux qui la dominent économiquement. De nos jours, la rationalité technique est la rationalité de la domination même. Elle est le caractère coercitif de la société aliénée ; les autos, les bombes et les films assurent la cohésion du système jusqu'à ce que leur fonction nivellatrice se répercute sur l'injustice même qu'elle a favorisée. Pour le moment, la technologie de l'industrie culturelle n'a abouti qu'à la standardisation et à la production en série, sacrifiant tout ce qui faisait la différence entre la logique de l'œuvre et celle du système social. Cela est le résultat non pas d'une loi de l'évolution de la technologie en tant que telle, mais de sa fonction dans l'économie actuelle »*[55]

[53] Cette section s'inspire principalement du dernier ouvrage de Bernard MIÈGE (2017), *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*, aux éditons PUG, Une édition entièrement refondue et augmentée.

[54] L'École de Francfort est une école de philosophie et de sociologie critique allemande dont les plus illustres sont bien entendu Theodor W. ADORNO, Max HORKHEIMER, Herbert MARCUSE, Jürgen HABERMAS, Axel HONNETH…

[55] HORKHEIMER, Max, et ADORNO, W. Theodor. *La dialectique de la raison. Fragments philosophiques*. Paris, France: Gallimard, 1974, p.180-181.

Dans *La dialectique de la raison*, un ouvrage écrit pendant la guerre et publié à Amsterdam en 1947, lesdits auteurs ont relevé les menaces perçues de l'application des techniques de reproduction en série des œuvres culturelles.

Ils ont utilisé les termes *culture de masse* pour caractériser le phénomène de reproduction industrielle avant de l'abandonner au profit du terme « *industrie culturelle* ».[56] À leurs yeux, comme le souligne Enzo TRAVERSA[57], l'industrie culturelle (*Kulturindustrie*) n'est qu'une dimension du processus de réification qui, depuis le début du XX^{e} siècle, phagocyte la planète. ADORNO et HORKHEIMER pensent en effet que, lorsque les relations sociales prennent la forme d'un échange de marchandises, la culture n'échappe pas à l'aliénation générale.

> *« Maintenant que l'art ne connait plus de limites et que l'argent a perdu sa fonction médiatrice, il achève d'aliéner ceux qui s'en approchent et s'assimilent à lui : on aboutit à la réification totale ».*[58]

Cette préoccupation des auteurs laisse voir que chaque secteur de la production est uniformisé et tous le sont par rapport aux autres et que finalement la civilisation contemporaine n'offre plus rien de nouveau.

> *« L'industrie culturelle fournit en tout lieu des biens standardisés pour satisfaire aux nombreuses demandes identifiées comme autant de distinctions auxquelles les standards de la production doivent répondre. A travers un mode industriel de production, on obtient une culture de masse faite d'une série d'objets portant très manifestement l'empreinte de l'industrie culturelle : sérialisation-standardisation-division du travail. Cette situation n'est pas le résultat d'une loi de l'évolution de la technologie en tant que telle mais de sa fonction dans l'économie actuelle ».*[59]

L'idée centrale donc des auteurs est celle de la dégradation de l'art qui perd son caractère propre en raison de sa mise sur le marché et de la recherche par le consommateur d'une utilité. L'industrie culturelle fixe de manière exemplaire la faillite de la culture, sa réduction à une

56 Lors de deux conférences radiophoniques prononcées en 1962, ADORNO révèle que, dans leurs premières esquisses, ils utilisaient les termes « culture de masse », qu'ils ont par la suite abandonnés au profit de l'expression « industrie culturelle » pour éviter de faire croire *« qu'il s'agit de quelque chose comme une culture jaillissant spontanément des masses mêmes, en somme la forme actuelle de l'art populaire. Or de cet art, l'industrie culturelle se distingue par principe »* (ADORNO, 1964: 12-18). Ils le préfèrent donc à « *culture de masse* » à cause de l'ambiguïté de l'expression.

57 TRAVERSO, Enzo. « ADORNO et les antinomies de l'industrie culturelle ». *Communications* 2012/2, n^{o} 91 (2012): 51-63.

58 HORKHEIMER, Max, et ADORNO W. Theodor. *La dialectique de la raison. Fragments philosophiques*. Paris, France: Gallimard, 1974, p. 237.

59 MATTELART, Armand, et MATTELART, Michèle. *Histoire des théories de la communication*. 3^{e} édition. Repères. Paris, France: La découverte, 2004, p. 42.

marchandise comme les autres. Elle transforme l'acte créatif en valeur et abolit de ce fait sa puissance critique et dissout en lui les traces d'une expérience authentique. Il est clair que pour ADORNO et HORKHEIMER, l'application des méthodes industrielles au champ de la culture aboutirait à la mort de l'art.

De cette conception des choses, Bernard MIÈGE relève au moins deux conséquences.

> *« D'une part d'une dénonciation des formes modernes de la culture de masse ; d'autre part, le contrôle désormais assuré de tous ces processus par l'industrie culturelle, utilisant à son profit les ressources fournies par les progrès de la science et de la technique, et capable de «* récupérer *» les productions apparemment les plus radicales ».*[60]

Mais pour mieux appréhender la position de Theodor ADORNO et de Max HORKHEIMER, Gaëtan TREMBLAY[61] recommande à juste titre de ne pas occulter le contexte qui était celui des deux auteurs.

Inspirés, en effet, par le marxisme en rupture avec l'orthodoxie, les philosophes de *l'École de Francfort*, exilés aux États-Unis, s'inquiètent du devenir de la culture dès les années quarante.

> *« L'idée centrale, maintes fois développée par Adorno, est celle de l'Entkunstung de l'Art, celui-ci se dégradant et perdant son caractère propre…en raison même de sa mise sur le marché et de la recherche par le consommateur d'une utilité, qui serait source de bonheur ou déboucherait sur une appropriation ».*[62]

Les auteurs ne cachent pas leurs inquiétudes et fustigent le système capitaliste vis-à-vis de l'œuvre d'art qui, en réalité, n'a pas pour vocation d'être utile ni proche des choses de la vie, des passions humaines.

> *« Aujourd'hui déjà, l'industrie culturelle apprête les œuvres d'art comme des slogans politiques et les impose à des prix réduits à un public réticent ; elles sont accessibles à tous comme les jardins publics […] La culture est une marchandise paradoxale. Elle est si totalement soumise à la loi de l'échange qu'elle n'est plus échangée ; elle se fond si aveuglement dans la consommation qu'elle n'est plus consommable… ».*[63]

60 MIÈGE, Bernard. 2017. *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*. Communication en +. Grenoble, France: Presses Universitaires de Grenoble.

61 TREMBLAY, Gaëtan. 2008. « Industries culturelles, économie créative et société de l'information ». *Global Média Journal-Canadian Edition* 1 (1): 65-88.

62 MIÈGE, Bernard. *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*. Communication en +. Grenoble, France: Presses Universitaires de Grenoble, 2017, p.15-16.

63 HORKHEIMER, Max, et W. Theodor ADORNO. 1974. *La dialectique de la raison. Fragments philosophiques*. Paris, France: Gallimard, p. 238 et 239.

Les prises de position d'ADORNO en particulier sont nées autour du projet de recherche sur les effets culturels des programmes musicaux à la radio, dans le cadre du *Princeton Office of Radio Research*. Ce projet de recherche en collaboration avec Paul LAZARSFELD en terre américaine, comme nous le relatent Armand et Michèle MATTELART, n'a pas abouti aux résultats escomptés.

Pendant que LAZARSFELD travaille à rapprocher l'Europe et l'Amérique ou encore à développer une convergence entre la théorie européenne et l'empirisme américain, ADORNO refuse de se plier au catalogue de questions proposé par le commanditaire : selon lui, les modalités de construction de ce questionnement enferment l'objet de recherche dans les limites du système de radio commerciale en vigueur aux États-Unis, et font obstacle à l'analyse de ce système, ses conséquences culturelles et sociologiques. Il critique de ce fait, dans cette étude, le statut de la musique ravalée à l'état d'ornement de la vie quotidienne, et dénonce ce qu'il appelle le *bonheur frauduleux de l'art affirmatif*, c'est-à-dire un art intégré au système. Mais ce sont ses analyses du jazz qui restent emblématiques de sa position extrême. C'est ainsi que, au milieu des années 1940, ADORNO et HORKHEIMER créent le concept d'*industrie culturelle*. Cet oxymore[64] hautement problématique est issu d'un détournement du contenu initial de la culture, au profit de l'industrie capitaliste.

> *« …ils analysent la production industrielle des biens culturels comme mouvement global de production de la culture, comme marchandise. Les produits culturels, les films, les programmes radiophoniques, les magazines témoignent de la même rationalité technique, du même schéma d'organisation et de planification du management que la fabrication des voitures en série ou les projets d'urbanisme »*[65].

On peut donc remarquer avec Gaëtan TREMBLAY que le concept d'*industrie culturelle* a pris forme dans un contexte d'émergence des médias de diffusion massive, dans une tentative d'analyse critique de la standardisation du contenu et de la recherche de l'effet qui se situent, selon les théoriciens de l'École de Francfort, aux antipodes de ce qu'est fondamentalement

64 L'industrie culturelle relève de l'oxymore, cette figure linguistique qui consiste à allier deux mots de sens contradictoire pour leur donner plus de force expressive. Mais cette expression permet aussi d'insister sur la tension productive (HIVER 2010) entre les deux notions d'industrie et de culture. En effet, Enzo TRAVERSO (2012) rappelle que le concept d'« industrie culturelle » se situe au croisement du pessimisme culturel allemand, de la théorie wébérienne de la rationalité et de la théorie marxiste de la réification. Theodor W. ADORNO l'élabore dans une double confrontation avec Walter BENJAMIN, dont il reprend l'idée du déclin de l'*aura* de l'œuvre d'art dans le monde industriel, et Kracauer SIEGFRIED, dont il récuse la vision de l'image comme moyen de connaissance.

65 MATTELART, Armand et MATTELART, Michèle. 2004. *Histoire des théories de la communication*. 3e édition. Repères. Paris, France: La découverte, p. 41.

l'œuvre d'art. En plus de ce contexte d'émergence des médias, Enzo TRAVERSO[66] fait savoir que la théorie adornienne de *l'industrie culturelle* s'inscrit dans un contexte marqué par l'avènement de la société de consommation, la naissance du marxisme occidental et l'essor du modernisme esthétique des avant-gardes, avec à l'arrière-plan un anticapitalisme romantique hérité d'une *Kulturkritik* débarrassée de ses visées conservatrices.

En conclusion, il est clair aux yeux de ces deux auteurs que l'industrie culturelle est à redouter car elle fixe la faillite de la culture, sa chute dans la marchandise, gage d'une dévalorisation de l'acte culturel et la restriction de sa valeur critique. La production industrielle scelle définitivement la dégradation du rôle intrinsèque de la culture.

b. Les critiques sur l'industrie culturelle

Il est difficile, comme le relèvent Armand et Michèle MATTELART, de ne pas entendre dans le texte d'ADORNO et HORKHEIMER, l'écho d'une vigoureuse protestation lettrée contre l'intrusion de la technique dans le monde de la culture. La pierre d'achoppement semble bien être cette reproductibilité d'un *donné culturel* par des moyens techniques. Gaëtan TREMBLAY fait remarquer que sur la question des moyens techniques, HORKHEIMER et ADORNO insistent moins sur la technologie elle-même, que sur son rôle dans l'économie et ses effets sur la société et la culture.

Comme on peut le constater aujourd'hui, l'essai de Theodor W. ADORNO apparaît, comme le qualifie Enzo TRAVERSO[67], à la fois prémonitoire et myope : prémonitoire, car la réification de la culture a connu des développements à l'époque insoupçonnables ; et myope, car l'art et la création ne sont pas morts, en dépit de leur forme marchande portée par le concept et la théorie des *industries culturelles* (au pluriel). La *déploration adornienne*[68] sur la culture populaire industrialisée met en évidence les réticences qui sont bien perceptibles tant dans le milieu artistique qu'administratif. Or, la culture se présente aujourd'hui, de plus en plus, sous la forme d'une marchandise qui se vend de mieux en mieux (même si la forme marchande est encore loin de recouvrir toutes les activités d'ordre culturel).

66 TRAVERSO, Enzo. « ADORNO et les antinomies de l'industrie culturelle ». *Communications* 2012/2, nº 91 (2012): 51-63.
67 TRAVERSO, Enzo. *Op. cit.* p. 62.
68 Theodor W. ADRONO soutient la thèse selon laquelle la forme esthétique est du contenu sédimenté. Cf. *Théorie esthétique* (1982), Paris, Klinchsieck (traduction française Marc Jimenez).

Des auteurs sur la base de travaux de terrain[69] insistent sur le fait que les produits culturels ne constituent pas un tout indifférencié (comme chez ADORNO et les membres de l'école de Francfort). Ils repèrent ainsi des conditions de production et de valorisation très différentes, selon que ces produits peuvent être reproduits aisément ou pas ; selon qu'ils impliquent ou non la participation directe d'artistes à leur conception ou encore selon que les stratégies des producteurs se développent ou non dans un cadre national ou transnational.

> *« Quelle qu'ait pu être la clairvoyance d'ADORNO et d'HORKHEIMER,* comme le relèvent Armand et Michelle MATTELART*, dans l'analyse des phénomènes culturels, il semble qu'ils n'aient aperçu qu'un aspect-certes, fondamental-de la conjonction entre art et technologie, mais qu'une surestimation de l'art comme ferment révolutionnaire les a empêchés d'apercevoir de tout autres aspects de cette conjonction »*.[70]

L'une des preuves sur ce sujet est venue de Walter BENJAMIN[71] qui a produit un texte intitulé « *L'œuvre d'art à l'ère de sa reproductibilité technique* », écrit en 1933 où il indique en effet, comment le principe même de la reproductibilité rend périmée une vieille conception de l'art, qu'il appelle cultuelle. Les techniques de reproduction, pour BENJAMIN, ont la capacité de s'appliquer à toutes les œuvres d'art, en ébranlant la tradition et en atteignant leur *aura.* On peut se demander, en effet, comment l'œuvre cinématographique ou photographique peut parvenir au consommateur final sans passer par la reproduction ? Comme le fait remarquer Walter BENJAMIN: *« on reproduit de plus en plus d'œuvres d'art qui ont été faites justement pour être reproduites »*[72].

Après tout, malgré le développement fulgurant de l'industrialisation de la culture depuis l'époque d'ADORNO et d'HORKHEIMER, on peut difficilement soutenir qu'il s'est

69 Les travaux pour le compte du CNRS d'Armel HUET, Jacques ION, Alain LEFÈBVRE, René PERON et Bernard MIÈGE (1973-1975 : Capitalisme et industries culturelles, 1978 ; HUET et *alii*, Capitalisme et industries culturelles, 1984 ; MIÈGE, 1989, The capitalization of Cultural Production.

70 MATTELART, Armand, et Michèle MATTELART. *Histoire des théories de la communication*. 3e édition. Repères. Paris, France: La découverte, 2004, p. 42.

71 Bernard MIÈGE dit à propos de Walter BENJAMIN que même si les sources d'inspiration théoriques d'ADORNO et de Benjamin sont parfois assez voisines, leurs perspectives diffèrent donc sensiblement ; le second (Benjamin) est incontestablement plus sensible aux problèmes sociétaux et même politiques…et surtout il prend en compte le domaine de la technique qu'il inscrit dans une analyse de la modernité. Le paradoxe est qu'à la différence des autres membres de l'« École de Francfort », il ne traite pas de l'industrie culturelle, mais cependant, plus qu'eux, il fournit les clés d'une approche argumentée avec sa proposition centrale autour du thème de la reproductibilité (MIÈGE, Bernard. 2017. *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*. Communication en +. Grenoble, France: Presses Universitaires de Grenoble.
p. 17).

72 BENJAMIN, Walter. « The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction », in *Illuminations*, New-York : Schocken, 1969.

accompagné d'une extinction totale de l'activité créatrice ou de la mort de l'art. Les différents secteurs de pratiques artistiques continuent de se développer partout dans le monde avec de nouvelles règles d'expression foisonnantes comme jamais auparavant dans l'histoire, depuis les débuts de la révolution industrielle.[73]. Si la production culturelle en série s'est considérablement développée, la recherche créative en a fait tout autant. Non seulement l'art n'a-t-il pas disparu depuis l'avènement de l'industrialisation mais il a connu une effervescence nouvelle, à tel point qu'on peut se demander s'il n'a pas stimulé la créativité. L'exemple de certains pays comme le Burkina Faso n'ayant une longue « *culture industrielle* », confirme les constats (ou infirme la prophétie des auteurs de La dialectique de la raison) qu'on peut faire aujourd'hui sur la qualité et la quantité de la production artistique.

Notre enquête de terrain par ailleurs a montré que la pensée d'ADORNO compte encore des adeptes au Burkina Faso, même si l'expression n'évoque plus nécessairement une telle perspective catastrophiste.[74] Lors de certaines rencontres d'acteurs culturels, il est souvent rappelé aux uns et aux autres (artistes et surtout entrepreneurs culturels), l'impérieuse nécessité de travailler avec une certaine « *éthique culturelle* » pour ne pas brader au nom de l'argent, la culture et le patrimoine burkinabè. Il y a comme un sentiment de méfiance qui se dégage dans certains milieux professionnels et qui fait croire en effet, que les remarques d'ADORNO sur l'incursion de la technique dans la culture, dénaturent le produit et tendent à rendre esclave le créateur de l'œuvre d'art.

Malgré ces limites objectives de l'approche adornienne de l'industrie culturelle, cela n'enlève rien à sa prégnance ni à la pérennité de son influence dans les milieux culturels, particulièrement en Europe comme le reconnaissent aujourd'hui les auteurs en SIC[75].

73 Le domaine de la peinture depuis les premières explorations du début du XIX[e] siècle, les nouvelles approches et les écoles se sont succédées à un rythme accéléré: impressionnisme, fauvisme, cubisme, abstractionnisme, constructivisme, surréalisme, hyperréalisme, pop'art, etc.

74 Voir partie 1, le tableau rapportant les perceptions des enquêtés sur les industries culturelles et créatives.

75 CABEDOCHE, Bertrand (2016) « Communication internationale et enjeux scientifiques : un état de la recherche à la naissance des sciences de l'information-communication en France », *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n° spécial 20 ans, dossier *L'internationalisation de la communication*, n°17/2, 2016, pp. 55 à 82, [en ligne] URL : http://lesenjeux.u-grenoble3.fr/2016-dossier/04-CABEDOCHE/] et MIÈGE, Bernard (2017). *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*. Communication en +. Grenoble, France: Presses Universitaires de Grenoble.

En effet, quand le concept a refait surface à la fin des années 70, la situation a bien sûr profondément évolué. De nouveaux médias, au premier rang desquels la télévision, se sont développés, et la marchandisation de la culture s'est fortement accentuée.

Avec le développement fulgurant des industries de la culture, force est de reconnaitre que cette irruption, à la fois discursive et actancielle, ne s'est pas nécessairement accompagnée d'une extinction de l'activité créatrice dans les différents secteurs de pratiques artistiques. TREMBLAY relève que :

> *« … tout au contraire, les remises en question des conventions et des canons de la création artistique n'ont jamais été aussi fréquentes que depuis la fin du XIX^e^ siècle et de nouveaux langages, de nouvelles règles d'expression ont foisonné, comme jamais auparavant dans l'histoire, depuis les débuts de la révolution industrielle ».*[76]

2. Les industries culturelles : évolution des éléments constitutifs d'une théorie

Le concept d'industries culturelles a moins d'un demi-siècle pour le reste du monde et pas plus de deux décennies pour le Burkina Faso. C'est dire combien la notion est récente puisque ce n'est guère qu'à la fin des années 1970 que son emploi a émergé.

L'évolution du concept d'*industrie culturelle* vers *industries culturelles* est en effet un élargissement de la perspective au tournant des années 1970. D'abord, l'expression *industries culturelles* (au pluriel) est désormais convoquée pour désigner la pluralité de secteurs économiques davantage qu'un processus unique. Ensuite, l'accent catastrophiste (la fin de la création artistique) et nostalgique s'atténue pour faire place à une analyse plus économique toujours pour autant dans une perspective critique. Enfin, la problématique se centre davantage sur le processus de production.

Par ailleurs, deux autres raisons au moins peuvent expliquer l'élargissement du concept. D'abord, les industries culturelles sont considérées comme au cœur du capitalisme et de ce fait, subissent des modifications en fonction des tendances sociales nouvelles et les modes de production.[77] Ensuite, l'ouverture théorique à des disciplines comme la sociologie ou l'économie politique[78] va agrandir l'intérêt scientifique et élargir l'horizon politique du concept

[76] TREMBLAY, Gaëtan. (2008). Industries culturelles, économie créative et société de l'information. *Global Media Journal -- Canadian Edition, 1*(1). 65-88.

[77] BOUQUILLION, Philippe. *Les industries de la culture et de la communication. Les stratégies du capitalisme*. Communication, Médias et Sociétés. Grenoble, France: Presses Universitaires de Grenoble, 2008.

[78] Travaux dans la filiation d'auteurs comme Herbert SCHILLER (*Communication et cultural Domination*, 1976), Douglas SMYTHE (*Dependency Road : Communication, Capitalism and conciousness in Canada*, 1981), Armand

d'industries culturelles. En effet, l'accent de ces analyses pluridisciplinaires mis sur les phénomènes de concentration et de transnationalisation, sur les stratégies du capitalisme financier a rapproché plusieurs secteurs antérieurement séparés. L'élargissement de la perspective à partir de la notion d'industries culturelles (grâce à la revendication animée et controversée sur le Nomic[79] et l'établissement d'un rapport McBride entre autres) a permis à certaines organisations internationales comme l'UNESCO, de prendre en charge une question dont elles perçoivent bien qu'elle est appelée à revêtir une importance stratégique, au même titre que la circulation de l'information.

Notons-le, dès les premiers moments de la création du concept d'*industries culturelles* dans les années 1970, le consensus s'est arrêté juste autour de trois filières comme le *Cinéma*, la *Musique enregistrée* et l'*Édition de livres*.

> *« L'unanimité n'est pas faite ni sur les critères de la définition, ni sur son extension à l'ensemble des activités qu'elle recouvre. À partir de quand peut-on, ou doit-on parler d'industries culturelles plutôt que de création artistique ou d'expression culturelle ?... »*[80]

Il a fallu beaucoup de travaux de recherche pour quand même arriver à lever certaines questions et affiner davantage le concept d'industries culturelles.

– *La notion des industries culturelles saisie par quelques auteurs*

Entre le milieu des années 70 et le milieu des années 80, des auteurs vont développer des analyses assez voisines et convergentes. Des observateurs en sont venus à la conclusion de l'élaboration d'une *théorie des industries culturelles*.

Les travaux de Nicholas GARNHAM[81] insistent particulièrement sur les caractéristiques spécifiques des marchandises culturelles. L'auteur situe trois niveaux d'importance de celles-ci : d'abord l'importance de la maximisation de l'audience. GARNHAM explique qu'en partant

MATTELART (*Multinationales et systèmes de communication*, 1974 ; (avec Jean-Marie PIEMME : Télévisions : enjeux sans frontières, 1980).

79 Nomic : Nouvel ordre mondial de l'information et de la communication. Pour savoir plus sur la revendication animée et controversée sur le Nomic, cf. CABEDOCHE, Bertrand. « Le rapport Mac Bride, conférence du consensus avant l'heure? L'expérimentation refoulée d'une médiation politique originale, porteuse d'un espace public sociétal et des valeurs fondatrices de l'UNESCO ». *Les Enjeux de l'information et de la communication* 2011, nº 1/2011 (2011): 69-82.

80 TREMBLAY, Gaëtan. *Les industries de la culture et de la communication au Québec et au Canada.* Communication et société. Québec: Presses de l'Université du Québec, 1990, p. 37.

81 Les ouvrages marquants de Nicholas GARNHAM (anglo-saxon) sont : *Public services versus the mar*ket (1983) ; *Public Policy and the Cultural Industries* (1984) ; *Capitalism and Communication. Global Culture and the Economics of Information* (1990).

du fait que chaque produit culturel est un prototype, le profit dépend donc de la reproduction et de la distribution. Les couts de reproduction étant cependant marginaux en comparaison des couts de production, cela permet de faire des économies d'échelle à partir d'une maximisation de l'audience.

Ensuite, il évoque l'importance du répertoire. Il part du principe que la demande étant hautement élastique (volatile car elle doit en permanence exprimer la différence), il est impossible de prévoir le *hit* et le *flop*[82]. Cette spécificité (l'incertitude) oblige alors les acteurs culturels à offrir un répertoire (ce que MIÈGE nomme catalogue). Enfin, il situe l'importance de *la stratégie*. C'est une spécificité propre aux industries culturelles : les produits culturels ne sont pas détruits dans le procès de consommation. Ce qui, sous certaines conditions, conduit les producteurs et les distributeurs à des stratégies sinon de rareté, du moins de pénurie relative de l'offre. Cette stratégie convoque deux conséquences : l'une c'est la création de l'audience comme préoccupation permanente des industriels de la culture. La seconde est la tendance à une concentration oligopolistique prenant appui sur un réseau de petites firmes satellites dépendantes et chargées de la production.

Les travaux d'Enrique BUSTAMANTE et Ramon ZALLO[83] évoquent la problématique de la concentration et de la transnationalisation (presse, radio, télévision, livre, disque, et publicité). Ils soutiennent que le procès de concentration et de transnationalisation est analysé comme non linéaire ni irréversible. Ils mettent l'accent sur l'importance des tendances favorables à la réglementation qui, en Europe de l'Ouest, qui marquent les différentes composantes du secteur de la communication et qui inspirent de plus en plus les politiques publiques...

ZALLO en particulier s'intéresse à un double procès dans les industries de la culture : le procès de travail (relevant de nombreuses formules variées) et le procès de valorisation, à propos duquel est soulignée l'importance des mécanismes de formation de la demande, auquel l'État participe étroitement, parallèlement aux stratégies publicitaires.

Le phénomène de fragmentation et de segmentation des audiences dans l'audiovisuel et la technoculture incite à l'émergence de nouvelles formes de valorisation, partiellement héritées des formes éditoriales ou radiotélévisées en une combinaison inédite des mêmes : le stockage d'information pour un usage individuel et interactif.

82 *Hit* et *flop* : le succès et l'échec.

83 Les ouvrages marquants d'Enrique BUSTAMENTE et de Ramon ZALLO (d'origine espagnole) sont : *Les industrias culturales en Espana grupos multimédia y transnacionales* (1988) ; Économie de la culture et de la communication (1988).

Les travaux de Jean-Guy LACROIX et Les *Cahiers de recherche sociologiques* de l'UQÀM[84] se donnent pour objectif de jeter les bases d'une théorie des industries culturelles qu'ils situent dans la filiation de la théorie critique, en ce que ces industries participent activement à la reproduction sociale.

Jean-Guy LACROIX accorde toute son attention à la question du travail culturel, en particulier à sa dévalorisation. Il touche la question de l'abaissement de la valeur de la production culturelle par l'augmentation de la productivité du travail culturel due à sa machination et à sa gestion taylorienne.

En terrain québécois, Jean-Guy LACROIX avec Gaëtan TREMBLAY et Benoit LÉVESQUE ont travaillé sur la dénationalisation. Ils expliquent que la recherche de la rentabilité maximale conduit à dénationaliser et internationaliser autant la propriété des entreprises que la production.

Enfin, les travaux de Patrice FLICHY[85] ont ouvert de façon déterminante des horizons nouveaux en s'intéressant d'abord au processus qui va de l'innovation à la marchandise et ensuite et surtout à partir des systèmes fondateurs du disque de musique enregistrée, du cinéma et de la radio, l'histoire de la séparation progressive des matériels et des programmes, qui n'allait pas de soi lors de l'émergence des industries culturelles.

Se situant dans ce courant d'analyse, qui accorde la primauté au processus de production, Patrice FLICHY procède à l'analyse des structures industrielles et des stratégies d'acteurs dans les différentes branches de l'audiovisuel en distinguant deux grands types d'organisation de la production et de la mise en circulation : la production de marchandises et la production de flot. La marchandise culturelle renvoie à des produits qui sont vendus sur un marché : produits édités ou cinéma. La culture du flot quant à elle, concerne les produits qui peuvent être caractérisés par la continuité et l'amplitude de leur diffusion. Ceci implique que chaque jour, de nouveaux produits rendent obsolètes ceux de la veille. Il montre aussi que cette deuxième spécificité de ce domaine est de se trouver à l'intersection du champ de la culture et de l'information. Le modèle économique de la culture de flot est, selon Patrice FLICHY, assuré par la publicité, par l'État et par le mécénat. Cette distinction entre modèle éditorial et modèle de flot est

84 Dossier des Cahiers sur : *Les industries culturelles : un enjeu vital* (1988 : 12-13) et *La condition d 'artiste : une injustice* (1990).

85 FLICHY, Patrice. 1980 et 1991. *Les industries de l'imaginaire. Pour une analyse économique des médias*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

fondamentale puisqu'elle structure l'acte de production et les stratégies des acteurs économiques et sociaux.

L'ouvrage d'Armel HUET, Jacques ION, Alain LEFÈBVRE, Bernard MIÈGE et René PERON[86], faisant état de travaux de recherche menés, marque un point tournant. Il s'agit, dans un premier temps, de montrer comment le champ de la culture et des communications n'échappe plus aux règles fondamentales de l'économie capitaliste et, dans un deuxième temps, d'identifier les formes particulières qu'y revêtent les procès de marchandisation et d'industrialisation, selon les différents secteurs de production qu'on peut et qu'on doit nécessairement y distinguer.

L'attitude scandalisée devant l'envahissement du champ culturel par les techniques industrielles a fait place au froid constat sociologique selon lequel les artistes ne vivent pas hors du monde et sont soumis aux contraintes sociales et économiques qui caractérisent la société dans laquelle ils évoluent. C'est fort de cette conviction que Bernard MIÈGE, Patrick PAJON et Jean-Michel SALAÜN (1986) reprendront quelques années plus tard cette distinction et la systématiseront en une typologie des logiques structurantes du secteur de la culture et de la communication. Les travaux d'Enrique BUSTAMANTE (1988), de Ramón ZALLO (1988), de Juan CARLOS, Miguel de BUSTOS (1993) et de Gaëtan TREMBLAY, (1990) ; Gaëtan TREMBLAY & Jean-Guy LACROIX (1991) complètent cet effort de systématisation.

À partir de ces travaux donc, et dans cette période des années 1970-1980, des éléments disséminés d'une théorie des industries culturelles sont bien en place, autour desquels les Sciences de l'information et de la communication naissantes vont procéder aux distanciations nécessaires. La même distanciation est partagée au même moment, sans que le lien soit établi entre tous ces auteurs par les chercheurs canadiens Gaëtan TREMBLAY, Jean-Guy LACROIX ; les espagnols Ramon ZALO, Enrique BUSTAMANTE ; le britannique Nicholas GARNHAM, etc.[87]

> *« Mais au fait quand cette théorie a-t-elle émergée et depuis quand est-elle ainsi désignée ? La question se pose car, comme il arrive souvent, les premières élaborations et leur qualification ne sont pas contemporaines. On s'accorde généralement pour considérer que les premiers*

86 HUET Armel, Jacques ION, Alain LEFEBRE, René PERON, et Bernard MIÈGE. *Capitalisme et industries culturelles*. Deuxième édition revue et augmentée : 1984. Grenoble, France: Presses Universitaires de Grenoble, 1978.

87 TREMBLAY, Gaëtan. 1990. *Les industries de la culture et de la communication au Québec et au Canada.* Communication et société. Québec: Presses de l'Université du Québec.

> *travaux datent de la fin de la décennie soixante-dix, et qu'ils se sont développés sans guère de coordination au cours de la décennie quatre-vingt. Mais il semble bien que le premier à avoir utilisé le syntagme pour les désigner (de l'extérieur) soit Ahmed Silem en 1991 (dans son « Encyclopédie de l'économie et de la gestion »). En tout cas, à beaucoup cette émergence peut aujourd'hui apparaître lointaine et peu en relation avec les questionnements actuels. Mais cette réaction, compréhensible, est en réalité à courte vue : car c'est bien à cette période qu'il faut situer les origines des mutations profondes de l'information – communication, autant celle des outils de communication que celle des formes culturelles et informationnelles. Les éclairages de la théorie ont ainsi été formulés peu à peu, mais incontestablement en prenant en compte et à partir de ce qui émergeait des pratiques sociales. Les chercheurs, d'une certaine façon, ne peuvent être qu'en phase avec ce qui « remonte » du terrain ».*[88]

Comme le fait remarquer Bernard MIÈGE, l'idée d'une théorie des industries culturelles n'est recevable que si l'on met l'accent en priorité sur les rapprochements et les parallèles entre les travaux ; elle redevient par contre discutable si on entend par là qu'a été mise au point une théorie unifiée, résultant d'échanges et de débats entre des auteurs différents.[89] Dans l'ensemble, les échanges scientifiques sont alors trop épisodiques pour que, toujours selon l'auteur, l'on puisse, envisager que des échanges suffisamment approfondis, aient pu donner lieu à la production de travaux coordonnés. C'est ce qui explique qu'on ne trouve pas une approche commune à tous les auteurs, même s'ils partagent des préoccupations similaires.

– *Les caractéristiques particulières des industries culturelles*[90]

Les chercheurs (MIÈGE, 1986; ZALLO, 1988; TREMBLAY, 1990) s'entendent généralement pour reconnaitre que les industries culturelles présentent des caractéristiques qui, prises une à une, peuvent se rencontrer dans d'autres secteurs industriels, mais qui, prises dans leur ensemble, ne se retrouvent que dans ce secteur auquel elles configurent un profil particulier.

Ramón ZALLO (1988)[91] les regroupe en trois thèmes : d'abord, l'importance du travail de création ; ensuite, l'exigence d'un renouvellement constant des produits ; enfin, le caractère aléatoire de la demande. On pourrait y ajouter une certaine inélasticité de la demande, une plus

88 MIÈGE, Bernard. « La théorie des industries culturelles (et informationnelles), composante des SIC », *Revue française des sciences de l'information et de la communication* [En ligne], 1 | 2012, mis en ligne le 01 septembre 2012, consulté le 16 juin 2014. URL : http://rfsic.revues.org/80.

89 MIÈGE, Bernard. *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*. Communication en +. Grenoble, France: Presses Universitaires de Grenoble, 2017.

90 Cf. l'encadré n°2 infra.

91 ZALLO, Ramon. 1988. *Economia de la communicacion y la cultura*. Madrid, Espagne: Madrid: Akal/Communicacion.

grande variété des modes de rétribution du travail que dans les autres secteurs industriels, une double articulation en industrie du support et industrie du contenu et les particularités de l'acte consommatoire en matière culturelle.

S'il y a une caractéristique qui résiste, malgré les formes diverses constatables, c'est bien l'acte de création. Toute œuvre culturelle, même produite industriellement, implique au départ un certain travail de création. Or, malgré les progrès de l'informatique, le processus de création échappe encore largement à la mécanisation. C'est un processus aléatoire qui résiste à la systématisation et au contrôle, bien que se soient développés dans certaines filières, comme le cinéma et la télévision, par exemple, une certaine division du travail et des mécanismes d'encadrement. Devant les difficultés d'intégration à la logique industrielle qu'il présente, les grandes entreprises préfèrent souvent laisser à de plus petites la prise en charge de cette partie de la production, avec les risques inhérents qu'elle implique.

Le marché de la culture exige un constant renouvellement de l'offre de produits culturels et à un rythme très rapide. Le sort de la majorité des produits comme les livres, les disques, les films et les émissions de télévision ont une durée de vie très courte et de ce fait, les productions culturelles doivent constamment faire face aux exigences de la nouveauté et du renouvellement.

> «*…les industries de la culture sont marquées par une variabilité et une superposition permanente de modèles économiques différents qui conduit à des marchés à la fois plus segmentés et plus diversifiés et qui contribue à l'effacement des frontières traditionnelles de ces industries »* [92].

Le marché de la culture est également un marché de constantes imprévisibilités, ce qui se traduit en une demande fort aléatoire. Les goûts des publics, malgré les progrès des sondages d'opinion et des techniques du marketing, sont difficilement prévisibles. On peut investir, en effet, des sommes importantes d'argent dans un film ou une série télé, sans aucune garantie d'une réaction positive du public à son égard. Bien sûr, les industriels du domaine ont développé certaines stratégies pour essayer de composer avec cette incertitude, comme le *star system*, les émissions pilotes ou la reproduction de formules déjà éprouvées, mais elles ne réussissent que partiellement à contrer les risques inhérents au caractère aléatoire de la demande.

La demande est incertaine, mais aussi relativement inélastique. Cette caractéristique fait référence au fait que la consommation, en matière de culture dépend du temps disponible autant

[92] BENGHOZI, Pierre-Jean. 2006. « Mutations et articulations contemporaines des industries culturelles ». In *Création et diversité au miroir des industries culturelles*, 129-52. Paris, France: La documentation française.

que du revenu. En effet, la fréquentation du cinéma, du théâtre ou la consommation d'émissions de télé ne dépend pas que du prix demandé. Elle est soumise au temps disponible des consommateurs finaux. Ce qui signifie qu'une baisse de prix ne se traduit pas nécessairement, comme en d'autres secteurs économiques, par une augmentation de la consommation. Et que la croissance de l'offre dans une filière n'entraine habituellement pas une augmentation du temps total de consommation, mais accroit plutôt la concurrence entre les produits des différentes filières culturelles.

Mentionnons également que le salariat, forme privilégiée de rémunération du travail dans les industries capitalistes, ne connait pas la même généralisation dans le secteur des industries culturelles. Il s'est étendu, bien sûr, à une bonne partie du travail technique, de fabrication et de bureau, mais les particularités qui tiennent au processus de création font en sorte qu'on y retrouve dans une large mesure d'autres formules comme la rémunération sous forme de droits d'auteur ou de cachets[93]. On peut même dire que la tendance actuelle en est une de réduction des emplois réguliers, donc du salariat, au profit de la sous-traitance et du travail dit « *autonome* ». Les industries culturelles ont encore ceci de particulier qu'elles nécessitent tout à la fois support et contenu. Mais dans le champ de la culture, l'évolution des industries de support et celle des industries de contenu sont trop étroitement inter-reliées, trop interdépendantes, pour qu'une théorie des industries culturelles puisse faire abstraction des industries de support.

Enfin, la consommation culturelle se distingue par le fait que sa réalisation n'implique pas nécessairement l'appropriation d'une copie individuelle par le consommateur et que l'acte consommatoire ne détruit pas l'œuvre. La consommation, en matière culturelle, est plus une question d'accès et de partage que d'appropriation matérielle. Cette caractéristique permet une double forme de marchandisation et d'industrialisation. La première est une affaire de reproduction matérielle. La seconde implique l'utilisation des réseaux de communication.

La mise à disposition des productions culturelles se fait selon des formes variées, qui représentent autant de rapports différents du contenu au support. Dans certains cas, on offre aux consommateurs une copie individualisée de l'œuvre, comme lorsqu'on leur vend un disque, un livre ou un journal. Dans d'autres cas, une seule copie est diffusée massivement, permettant à tous ceux qui possèdent les équipements de réception d'en prendre connaissance, comme dans

93 LACROIX, Jean-Guy. 1990. *La condition d'artiste : une injustice*. Outremont, Québec: VLB éditeur.

la diffusion radiophonique ou télévisuelle. Une troisième possibilité est représentée par la mise en circulation d'un nombre réduit de copies, accessibles dans un nombre limité d'endroits spécialisés, moyennant un prix d'entrée ou de location.

Patrice FLICHY a déjà proposé de qualifier de logique éditoriale le processus de production et de distribution qui caractérise la première et la troisième forme ; et de logique de flot, celui dans lequel s'inscrit la seconde possibilité. Mais la généralisation des appareils personnels d'enregistrement est venue compliquer cette typologie bipolaire. Le consommateur peut de plus en plus facilement produire sa propre copie d'un produit diffusé, et avec un niveau de qualité qui avoisine celui des fabricants.

Encadré 2: Les traits constituants de la théorie des industries culturelles selon Bernard MIÈGE

Bernard MIÈGE va distinguer cinq traits constituants de la théorie des industries culturelles.

- **Le premier trait constituant : la reproductibilité**

Le premier trait fait référence à une typologie fondée sur la reproductibilité. La combinaison de plusieurs critères d'ordre technique, à savoir la possibilité ou non de reproduire les biens par des séries produites industriellement mais aussi d'ordre économique, c'est-à-dire les séries produites en masse et qui permettent de rapprocher les prix de marché de la valeur ; enfin d'ordre socioculturel, conduit somme toute à d'importantes distinctions, surtout entre les marchandises se rattachant aux trois types ci-après :

Type1 : les produits reproductibles n'insérant pas directement le travail d'artistes (ou d'intellectuels). On a affaire avec ce premier type à toute la gamme des appareils (permettant de lire des images et/ou des sons, ou d'en fabriquer. Cette catégorie a incontestablement assuré l'essentiel de la croissance des consommations culturelles depuis le dernier tiers du XX^{e} siècle ; et contrairement à une conception fortement ancrée chez les défenseurs de la « culture savante », elle implique des dispositions culturelles de la part des usagers et elle est source de pratiques culturelles.

Type 2 : les produits reproductibles supposant l'activité d'artistes. Ces produits forment le cœur de la marchandise culturelle, puisqu'ils comprennent alors aussi bien les livres que les disques de musique enregistrée.

Type 3 : les produits semi-reproductibles supposant l'intervention d'artistes, dans la conception et même dans la production. De ce type on peut donner comme exemple les lithographies, l'édiction de livres à tirage limité et diverses productions artisanales.

Le critère de la limitation de la reproductibilité se combine dans ce type avec un autre critère d'ordre stratégique, et qui motive les producteurs lorsqu'ils jouent autour de l'idée de rareté, celle-ci étant caractéristique d'une conception bourgeoise de l'art, qui a pris la suite du mécénat aristocratique.

L'auteur évoque dans un des séminaires doctoraux du Gresec[94] quatre autres types, à savoir le type (4), relatif aux produits marchands mais ne relevant pas des industries culturelles (comme les spectacles musicaux, achat d'œuvres plastiques uniques…) ; le type (5), relatif aux échanges sociaux (les réseaux sociaux, la recherche d'information…) ; le type (6), relatif aux produits du secteur non-marchand qui ne sont pas rémunérés en fonction de leur cout de production ; enfin le type (7), relatif aux services d'accès gratuit (la presse gratuite, télévisions commerciales…).

- **Le deuxième trait constituant : l'incertitude**

Le deuxième trait constituant selon Bernard MIÈGE renvoie au caractère aléatoire (ou *incertain*) des valeurs d'usage générées par les produits culturels industrialisés, ou reprises par eux, est un élément spécifique des

[94] Séminaire du 06 avril 2017 à 14h, au Gresec, Echirolles.

industries culturelles et qui concourt à en faire des industries encore aujourd'hui différentes des autres, sous bien des aspects.

Alors l'incertitude dont il est question ne saurait être confondue, met en garde Bernard MIÈGE, ni avec l'arbitraire des goûts artistiques, ni avec l'incapacité qui serait celle des producteurs culturels à façonner les marchés et à y appliquer les techniques de plus en plus perfectionnées du marketing.

L'incertitude est un *aléa* qui crée un décalage à la fois global et sectoriel, d'où les efforts d'adaptation (professionnelle et artistique) des acteurs sur toute la chaine de production à des degrés de succès variables. C'est comme si aujourd'hui et même hier, tous acceptent, comme le confirme Bernard MIÈGE, tant bien que mal, cette succession d'échecs, seulement compensée pour les mieux pourvus par des succès significatifs, mais rarement prévisibles.

Ce paradoxe du produit culturel industrialisé s'explique d'après MIÈGE par trois de leurs particularités intrinsèques : La dialectique du tube et du catalogue : le succès étant *a priori* considéré comme imprévisible, on étale les risques et les chances sur une gamme de titres. On cherche dans ce modèle à compenser les échecs éventuels en termes commerciaux tout comme en termes de rentabilité financière stricte par les succès. Les éditeurs font continuellement recours à la logique de catalogue où sont répertoriés une gamme de produits et dont la rentabilité ne se calcule plus sur la base d'un titre mais sur la base du catalogue tout entier.

La recherche permanente de nouveaux talents (star system) et le renouvellement régulier des formes : le modèle part du principe que la soif de nouveautés est permanente chez le consommateur. Or il peut y avoir crise de créativité et inadéquation entre l'offre et la demande des publics.

La généralisation de la sous-traitance qualifiée : on a souvent fait des pronostics sur la disparition des firmes de petites dimensions face à la concentration monopolistique des majors. Mais force est de reconnaitre leur ténacité voulue et entretenue de façon tacite par des firmes plus puissantes financièrement. Les risques économiques sur de petites firmes sous-traitantes appelées à prendre des risques artistiques et à innover d'une part et le positionnement des firmes monopolistes à un endroit décisif du cycle de production distribution, voire de diffusion d'autre part ne constituent pas une situation de bipolarité structurelle surtout au vue des évolutions récentes de l'internationalisation des marchés des produits culturels industrialisés.

- **Le troisième trait constituant : recours au travail et à la création artistique**

Le recours aux travailleurs artistiques et intellectuels pour la conception des produits s'opère selon des modalités largement artisanales qui garantissent l'autonomie de la création.

Les modalités de rémunération des créateurs et tous ceux qui prennent part à la conception du produit donc y compris les techniciens par exemple échappent au salariat. Or le salariat est une des normes qui s'applique aux travailleurs sous le capitalisme. Le *non-salariat*, malgré les exceptions (on trouve des salariés permanents dans certaines filières et même dans ce contexte il y a des emplois qui échappent au salariat), est à nos yeux un trait caractéristique de la force du travail artistique et intellectuelle. Bernard MIÈGE[95] le dit sans détours : *« la question de l'organisation du travail culturel (et journalistique) demeure ainsi un élément clé du fonctionnement des industries culturelles ; mais elle ne doit pas être séparée de tous les autres critères fondant celles-ci, ni d'ailleurs surévaluée par rapport aux autres critères »* (MIÈGE 2016)

- **Quatrième trait constituant : l'internationalisation de la production**

Il fait allusion à une internationalisation modérée qui prend en compte les cultures nationales ainsi que les intérêts des firmes organisées à partir d'elles. Comme Bernard MIÈGE le fait remarquer, l'internationalisation de la production de marchandises culturelles ne répond pas à un processus simple. Son avenir est liée à l'expansion du secteur de la communication et les stratégies sont donc orientées vers une concentration et une internationalisation, croissante des produits du type 1 avec des monopôles sur la vente des matériels ; la stratégie est également orientée, selon toujours Bernard MIÈGE, vers la présence majoritaire de petites et moyennes entreprises détenus par du

[95] MIÈGE, Bernard. 2016. « Industries créatives versus industries culturelles: quoi de nouveau? Quoi de différent? » In *Industries culturelles et entrepreneuriat au Maghreb*, 282. Socio-anthropologie des mondes méditerranéens. Paris, France: L'Harmattan, p.26.

capital national, dans les produits de type 3. Pour les produits du type 2 la concurrence était déjà établie entre capital national et capital internationalisé et pose la question des standards culturels.

- **Le cinquième trait constituant : une internationalisation modérée**

Ce cinquième trait est constitutif de deux modèles fondamentaux : le modèle éditorial et le modèle de flot.

Ces deux modèles sont au cœur de l'exploitation des marchandises culturelles industrialisées de la création à la consommation. Les produits culturels industrialisés sont apparus comme différenciés avec d'une part, la *marchandise culturelle* qui représente l'ensemble des produits qui sont vendus sur un marché et d'autre part, *la culture du flot*, qui renvoie aux produits caractérisés par la continuité et l'amplitude de leur diffusion. Le recours aux moyens de diffusion fait que la culture du flot se trouve finalement à l'intersection du champ de la culture et de l'information. Le modèle économique du flot repose principalement sur la publicité, l'État et le mécénat et le sponsoring.

Sources : (MIÈGE, 2017) et séminaire doctoral, avril 2017

C. Des industries culturelles aux industries créatives[96]

Les industries créatives tout comme les industries culturelles, dans le contexte du Burkina Faso, et plus largement dans le contexte de l'Afrique de l'Ouest francophone, jouent pratiquement le même rôle : le développement économique et social, un point ! C'est ce qui fait dire à Philippe BOUQUILLION que :

> *« …les industries créatives, l'économie créative et la créativité ne sont-elles pas un nouveau grand projet à l'échelle internationale ? Aujourd'hui,* poursuit-il, *ces activités sont décrites, dans nombre de discours officiels, comme la solution pour résoudre les problèmes de développement économique, social, culturel, politique et même individuel sous toutes les latitudes, tant dans les anciens pays industriels que dans les pays émergents ou sous-développés […]. Dans les pays émergents ou sous-développés, ces activités sont décrites comme la clef d'un développement, à moindres frais, sans investissements initiaux lourds. Ce développement, de surcroît, serait respectueux de l'environnement et « durable ».* [97]

C'est la même pensée qui se dégage de nos entretiens avec les cadres de l'administration publique et les opérateurs culturels.

> *« …au niveau international, on pense que c'est le seul domaine où les États faibles peuvent avoir des produits concurrentiels, des niches, des avantages comparatifs, c'est le domaine des industries culturelles. On met des produits sur le marché qui ont une charge, qui ont des valeurs, des puissances. Et comme ils sont indexés, en termes de concurrence, ils se défendent très bien. C'est pourquoi il y a eu convention en 2005 après 20 ans de combat pour que la*

[96] Cette section s'inspire largement de la publication de Philippe BOUQUILLION. Voir donc BOUQUILLION, Philippe (dir). 2012. *creative economy creative industries. Des notions à traduire*. Médias. Paris, France: Presses Universitaires de Vincennes.

[97] BOUQUILLION, Philippe. 2012. *Creative economy creative industries. Des notions à traduire*. Médias. Paris, France: Presses Universitaires de Vincennes, p. 6.

> *culture ne soit pas marchandisée au même titre que les autres. Elle a des objectifs très clairs que les États du Sud doivent prendre en compte pour développer l'économie de la culture ».*[98]

Tout compte fait, la notion d'industries créatives place la culture à une position dans les agendas internationaux qu'elle n'avait jamais connue jusqu'alors. La tendance actuelle c'est de faire de l'économie de la créativité, le principal moteur de développement des sociétés et d'instituer, pour ainsi dire, une nouvelle division internationale du travail fondée sur les spécificités culturelles de chaque pays.

On peut donc se demander, en plus des enjeux de développement socioéconomique, portés par les industries créatives, si ces dernières sont-elles complémentaires ou concurrentes de la notion d'industries culturelles ?

1. Industries créatives : des origines fortement britanniques, politiques et économiques

a. Origines et évolution de la notion d'industrie créative[99]

Les origines de la notion d'*industries créatives* sont britanniques et datent des années 1990 autour du projet visant à l'amélioration de l'image de la ville de Glasgow et plus tard, d'autres villes comme le Grand Lyon, Lille Métropole…

> *« L'idée, de départ,* nous rappelle Florence TOUSSAINT, *est de considérer la culture non comme un élément de dépense, mais comme un investissement, un moyen de valoriser un territoire au niveau économique. Autrement dit, il s'agit de vendre une autre image de la ville, destinée à attirer des investissements et une « classe de créateurs »*[100].

En situant le concept dans un contexte politique, on pourrait rappeler que c'est sous le gouvernement de Tony Blair que l'idée des industries créatives est devenue un axe de politique publique à part entière. Cette vision politique est fondée sur le principe de *creative deal* qui consiste à rompre avec l'état secondarisé de la culture pour s'en servir afin de stimuler l'investissement privé. Les créateurs sont désormais considérés comme des entrepreneurs

98 Entretien avec OD, cadre de la fonction publique culturelle, le 20 février 2017 à Ouagadougou, de 10h à 11h30 dans son bureau.

99 Pour aller plus loin dans la genèse de la notion des industries créatives, lire : BOUQUILLION, Philippe. 2012. *Creative economy creative industries. Des notions à traduire*. Médias. Paris, France: Presses Universitaires de Vincennes.

100 TOUSSAINT, Florence. 2012. « Approche des industries créatives: origines et définition de la notion ». In *Creative economy creative industries. Des notions à traduire*, 61-68. Médias. Paris, France: Presses Universitaires de Vincennes, p. 62-63.

culturels et le développement rendu possible par l'action des *classes créatives* (pour reprendre l'expression de Richard FLORIDA, 2002).

C'est à ce titre que des auteurs comme Gaëtan TREMBLAY, Nicholas GARNHAM[101] et Philip SCHLESINGER[102] pensent que l'origine de la notion est, d'une part, essentiellement politique et qualifie une volonté de repositionnement économique du Royaume-Uni dans un monde de plus en plus globalisé, une tentative pour identifier les secteurs sur lesquels fonder la nouvelle compétitivité de l'économie britannique face à ses concurrents internationaux ; et d'autre part, le précise Gaëtan TREMBLAY :

> *« L'approche en termes d'industries créatives relève d'une stratégie de la distinction. L'usage de la notion se répandra rapidement dans les cercles technocratiques et académiques. Nombre de colloques et de rapports contribueront à sa diffusion nationale et internationale. Et cette stratégie de la distinction sera largement partagée puisque, comme l'affirme vigoureusement la CNUCED, la créativité est une caractéristique de tous les êtres humains et que toutes les sociétés en sont également pourvues ».*[103]

Bernard MIÈGE qualifie par ailleurs les industries créatives de « *grand projet* » et de préciser qu'il est rare que les nouveaux projets remplacent totalement les plus anciens, mais ils en réduisent l'impact et la réputation. Il y voit un état d'obsolescence quand il dit :

> *« Les industries créatives paraissent devoir être rattachées à cette catégorie, mais peut-être sont-elles déjà en train de laisser la première place à l'économie créative (…) en raison des limites tant conceptuelles que pratiques qui se sont déjà manifestées ».* [104]

Le projet en question a connu des aléas, puis des relances dans des contextes particuliers. En Grande-Bretagne, c'est la question du lancement de l'économie immatérielle et en France, celle de la réorientation de la politique culturelle. Par ailleurs, les initiatives des collectivités territoriales (villes créatives) et l'impulsion de l'UNESCO pour la concrétisation de la

101 GARNHAM, Nicholas. 2005. "From cultural to creative industries: An analysis of the implications of the "creative industries" approach to arts and media policy making in the UK". International Journal of Cultural policy, (11), 1.

102 SCHLESINGER, Philip. 2007. "Creativity: from discourse to doctrine?" *Screen*, (48) 3, 377-386.

103 TREMBLAY, Gaëtan. 2008. Industries culturelles, économie créative et société de l'information. *Global Media Journal -- Canadian Edition, 1*(1). 65-88.

104 *« Les grands projets nous projettent délibérément dans l'avenir et sur la base de considérations prospectives sur le développement présumé de techniques, ils en induisent des effets sur les pratiques sociales relevant de ce qui a pu être qualifié d'utopie raisonnée ».* MIÈGE, Bernard. 2017. *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*. Communication en +. Grenoble, France: Presses Universitaires de Grenoble. p.93.

convention pour la diversité des expressions culturelles adoptée en 2005, structuraient et justifiaient la dynamique d'ensemble.

b. Définition des industries créatives et ses différences d'avec les industries culturelles

Yann NICOLAS l'a dit, « *il n'y a pas une définition mais des définitions du champ des industries dites culturelles ou créatives* »[105]. Le moins qu'on puisse dire, c'est que cette expression apparait singulièrement polysémique surtout en fonction dont elle est mobilisée.

Quand il est question des industries créatives, c'est toujours pour mettre l'accent sur le fait que la créativité est le facteur dominant de la production. Les travaux de Richard CAVES montrent que les industries créatives se caractérisent par sept conditions économiques rappelées qui sont : l'incertitude pesant sur la consommation des produits, l'autonomie de la création, la dimension collective d'une production faisant appel à une grande diversité de talents, la rivalité et l'unicité des produits, la différenciation des créateurs selon leurs habilités, l'importance majeure du temps de production, l'objectif étant de faire au plus vite, et la protection des producteurs par le copyright. On est, au vu de cette caractérisation de CAVES, contraint de reconnaitre la difficulté d'utilisation et la confusion possible avec les industries culturelles.

L'approche du département Culture, Media and Sport au Royaume-Uni renvoie à un champ des industries créatives fondé sur des activités trouvant leur origine dans la créativité individuelle, la compétence et le talent, et qui offrent la possibilité de création d'emplois et de richesses à travers l'exploitation de leur propriété intellectuelle.

Les industries créatives, selon l'UNESCO, englobent elles, les activités de production culturelle ou artistique, qu'elles aient lieu en direct ou qu'elles soient produites à titre d'entité individuelle. Les industries créatives sont celles dont les produits ou les services contiennent une proportion substantielle d'entreprise artistique ou créatrice.

« …les industries culturelles auxquelles s'ajoutent toutes les activités de production culturelle ou artistique, qu'elles aient lieu en direct ou qu'elles soient produites à titre d'entité individuelle. Les industries créatives sont celles dont les produits ou les services contiennent une proportion substantielle d'entreprise artistique ou créatrice ».[106]

---

105 NICOLAS, Yann. 2012. « Définir un champ des industries culturelles ou créatives? » In *Creative economy creative industries. Des notions à traduire*, 69-84. Médias. Paris, France: Presses Universitaires de Vincennes. P.69.

106 UNESCO, Institute for Statistics. 2005. « International Flows of Selected Cultural Goods and Services 1994-2003 : Defining and capturing the Flows of Global Cultural Trade ». Montréal, UIS, disponible sur www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/IntFlows_EN.pdf. Consulté le 12/05/2018.

L'organisation *Americans for the Arts* a proposé une définition du champ des industries créatives basée sur les entreprises prenant part de manière prédominante à la production ou à la distribution des arts.

Les concepteurs ont même tenté de dresser un *mapping* des industries créatives mais qui ne résiste pas à la critique scientifique, car on ne peut faire l'économie d'une conceptualisation rigoureuse.

Le consensus n'est pas parfait autour des critères de définition des industries créatives. Richard CAVES[107]retient le caractère différencié et durable de leurs produits ou certaines particularités des qualifications nécessaires à leur production. Marc MÉNARD[108]propose, lui, trois critères en plus de la reproductibilité et de la demande aléatoire. Il s'agit de la mise en œuvre d'un important travail de création, le constant renouvellement de l'offre et le caractère de prototype ou d'unicité des biens produits.

En somme, il ressort de toutes ces définitions que : *« les industries créatives s'appuient sur la créativité, qui en est le moteur et la force ; que cette créativité est essentiellement technique ; que la culture constitue une base à laquelle l'on fait appel pour valoriser les produits de ces industries et que celles-ci sont, dans certains cas, liées à la valorisation des territoires… »*[109]

2. Industries culturelles et industries créatives : maintenir la distinction ?

a. Industries culturelles, industries créatives un bilan mitigé

On peut se poser mille et une questions sur le nouveau paradigme fondé sur la créativité. En effet, comment se définissent les secteurs dits « *créatifs* » ? Qu'est-ce qui caractérise cette économie dite « *créative ?* ». Faut-il, comme se demande Gaëtan TREMBLAY[110], revoir la théorie des industries culturelles, formulée après-guerre par l'École de Francfort, puis reprise et développée à partir des années 1970 par des chercheurs en sciences de la communication ?

107 CAVES, Richard. 2000. *Creative Industries : Contacts Between Art and Commerce*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.

108 MÉNARD, Marc. 2004. *Eléments pour une économie des industries culturelles*. Montréal: Société de développement des entreprises culturelles.

109 TOUSSAINT, Florence. 2012. « Approche des industries créatives: origines et définition de la notion ». In *Creative economy creative industries. Des notions à traduire*, 61-68. Paris, France: Presses Universitaires de Vincennes.

110 TREMBLAY, Gaëtan. 2008. Industries culturelles, économie créative et société de l'information. *Global Media Journal -- Canadian Edition, 1*(1). 65-88, p. 67.

Autant de questions qui restent totales et qui nous forcent à nous poser la question centrale de savoir s'il faut ou pas maintenir une distinction, et sur quelles bases, entre les industries culturelles d'une part et le secteur des autres activités créatives, d'autre part ?

Pour nombre d'auteurs et de chercheurs (MIÈGE, BOUQUILLION, MŒGLIN, TREMBLAY…), il faut maintenir une distinction théorique entre les industries culturelles et médiatiques, d'une part et le secteur des autres activités créatives, d'autre part. En effet, cette distinction se fonde sur la valeur d'usage, incertaine pour les premières et déterminée pour les secondes ; cette distinction se fait aussi sur le rôle politico-social essentiel des premières, accidentel et marginal des secondes. Cette distinction fournit, par ailleurs, un cadre d'interprétation fort différent aux activités créatives des unes et des autres et aux questions corrélatives de la propriété et de leur rapport au bien commun.

Tentant donc une comparaison entre industries créatives et industries culturelles, Bernard MIÈGE fait remarquer que la consistance des produits semble proche, sinon analogue, mais qu'il s'agit de produits semi-reproductibles et assez rarement de produits industriels reproductibles. Une différence, considérée comme significative, apparait dès lors quant à la nature de ces produits. En effet,

> *« …s'ils font appel à la créativité dans la phase de conception, ils sont également adossés au patrimoine qu'ils reproduisent et même qu'ils étendent, étant conservés pour être échangés et vendus ».* [111]

Le même auteur situe la différence par le fait que la reproduction technique n'est pas le but principal des industries créatives. C'est plutôt le management de la créativité qui est central. Aussi, une des différences fondamentales, souligne Bernard MIÈGE, c'est le système juridique régissant les deux types d'industries. D'un côté, nous avons le droit d'auteur et *copyright* et de l'autre, le droit des marques et de propriété intellectuelle. Ces régimes juridiques sont loin de s'interpénétrer selon lui.

Gaëtan TREMBLAY estime que, d'un point de vue scientifique, la notion d'*industrie creative* n'apporte pas grand-chose. Il démontre la fragilité de la construction idéologique et situe les insuffisances de la notion tant du point de vue théorique qu'empirique :

[111] MIÈGE, Bernard. 2017. *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*. Communication en +. Grenoble, France: Presses Universitaires de Grenoble, p.94.

> *«…Au plan théorique, la notion d'industries créatives n'apporte strictement rien aux travaux sur les industries culturelles. L'on savait déjà pertinemment l'importance qu'y joue la création. Et l'opportunité d'étendre à d'autres activités, comme le design, la mode ou les services informatiques, les modèles élaborés pour rendre compte de la spécificité de la production et de la diffusion culturelles n'a pas été établie de manière convaincante. Il faudrait pourtant en faire la démonstration avant de prétendre aux mêmes mesures de protection et de promotion des pouvoirs publics […]. D'un point de vue empirique, les écrits sur les industries créatives ne sont guère convaincants…Les critères de choix ne sont pas explicités, les définitions restent vagues et les données utilisées ne permettent guère d'apprécier la valeur économique réelle de la créativité dans les secteurs retenus […]. D'un autre point de vue, l'amalgame des industries culturelles et des industries "créatives" recèle un danger potentiel, celui de la dilution de la spécificité des industries culturelles et de l'affaiblissement de l'argumentation en faveur de l'intervention des pouvoirs publics... »*[112]

Depuis la fin des années 1990, Bertrand CABEDOCHE[113] s'attaque au pseudo concept de « *classe créatives* » cher à Richard FLORIDA. Les références à la créativité se font fréquentes tant au niveau les décideurs politiques qu'au niveau des organisations internationales comme l'UNESCO, l'OCDE. C'est ce qui fait dire à Pierre MŒGLIN et à Gaëtan TREMBLAY que c'est un mouvement de grande ampleur[114]. Constatant l'évolution de la notion d'industries créatives depuis sa création en 1990 et voulue par le gouvernement britannique dans la perspective néolibérale globale, nous sommes obligé d'admettre avec Bernard MIÈGE qu'en effet c'est un grand projet et que l'évolution du terme n'est pas achevée tout comme les frontières entre les notions d'industries culturelles et industries créatives sont bien poreuses[115].

Aussi, Pierre MŒGLIN et Gaëtan TREMBLAY expliquent en donnant quatre raisons de cet engouement malgré les sérieuses hypothèques que porte cette notion des industries créatives.

---

112 TREMBLAY, Gaëtan. (2008). Industries culturelles, économie créative et société de l'information. *Global Media Journal -- Canadian Edition*, *1*(1). 65-88, p. 82.

113 CABEDOCHE, Bertrand (2018), « La ville, lieu de diffusion ou de captation des ressources ? Une analyse critique des politiques urbaines d'attractivité de la "classe créative" », chapitre d'ouvrage à partir du 7e symposium d'Orbicom, Communication, ville et espace public, 8-10 Mai 2018, in Walter Neira, Bronttis, Yves THEORET, Piere GIGUERE (2018), *Communication, ville et espace public*, Lima (Pérou) et Paris, Université de Lima et la chaire Unesco en Communication et culture de la paix, éditions de l'immatériel (Coll. « Ecritures du monde »).

114 Comment, se demandent ces auteurs, en dépit des incertitudes et handicaps, les références à la créativité gagnent-elles autant de terrain ?

115 Lire MIÈGE, Bernard. 2017. *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*. Communication en +. Grenoble, France: Presses Universitaires de Grenoble. Et BOUQUILLION, Philippe. 2012. *Creative economy creative industries. Des notions à traduire*. Médias. Paris, France: Presses Universitaires de Vincennes.

> *« La première de ces raisons tient à la plasticité de ces références, contre-partie positive de leur polysémie. Tout se passe en effet comme si le flou accompagnant les notions d'industries et d'économie créative favorisait d'autant plus concours et synergies que leur définition est moins précise […]. Deuxième raison, une alliance objective fédère deux familles distinctes d'opposants aux régimes traditionnels de protection en usage dans les industries de la culture, de l'information et de la communication […]. A contrario, la troisième raison militant en faveur de la promotion du principe de créativité dans les industries culturelles tient à ce que face à l'alliance précédente, les acteurs historiques se mettent à leur tour à militer en faveur des droits de la création. Mais c'est, cette fois, pour préserver et, si possible renforcer l'arsenal juridique existant. Dans la continuité de la raison précédente, la quatrième, enfin, conduit des gouvernements et organisations internationales qui n'avaient pas l'habitude d'intervenir en faveur de la culture, de l'information et de la communication, à invoquer la nécessité d'apporter un soutien à leurs industries créatives pour soutenir aussi leurs industries culturelles et info-communicationnelles, désormais en danger, et sans craindre d'être pour autant taxés de reniement de leurs positions antérieures, de dumping économique ou de protectionnisme.*[116]

Enfin, les auteurs comme Pierre MŒGLIN, Bernard MIÈGE et Philippe BOUQUILLION estiment que le projet d'industries créatives est sur le plan scientifique léger et qu'il émane bien plus d'acteurs mûs par des visées capitalistes et pragmatiques de renouvellement du tissu économique.

« Les justifications apportées à l'idée même d'industries créatives ne manquent pas ; elles émanent d'auteurs, souvent publicistes ou experts et plus rarement de chercheurs, mais surtout d'institutions politiques et d'organisations professionnelles. Ce qui étonne, c'est que la plupart des arguments mis en avant insistent moins sur les aspects symboliques ou les dimensions matérielles, généralement tenus pour allant de soi et manifestes, et de fait exposés de manière triviale, que sur des arguments pragmatiques, quasi réalistes. Ainsi, le projet lui-même d'industries créatives, à la différence des projets qui l'ont précédé (le développement culturel, la convergence, la société de l'information, etc.) se donne à voir avant tout comme réaliste et même comme un vaste programme d'action (ou plus exactement comme une série de programmes d'action bien différenciés, dans les différentes régions du monde). Un projet collant au réel donc, comme si persistait , à un niveau plus ou moins conscient, la conviction que

116 MŒGLIN, Pierre, et TREMBLAY, Gaëtan. 2012. « Industries culturelles, politiques de la créativité et régime de propriété intellectuelle ». In *Creative Economy, creative Industries : des notions à traduire*, 193-239. Médias. Paris, France: Presses Universitaires de Vincennes.

ce syntagme recèle comme un oxymoron, dû à l'accolement de termes socio-culturellement assez peu conciliables comme « industrie » d'une part, « création » ou « créativité » d'autre part ».[117]

Le contexte économique particulièrement difficile, semble, d'après les mêmes auteurs, la raison fondamentale mais qu*'on n'ose guère affirmer ouvertement et qu'on préfère dissimuler.* Un contexte marqué en effet, par l'impérieuse nécessité de trouver de nouveaux lieux de valorisation du travail qualifié.

> *« Mais au-delà de cette raison fondamentale, vraisemblablement, on préfère insister sur la dimension performative du syntagme, et donc sur la créativité, plutôt que de rechercher les caractéristiques propres, et donc* a priori, *communes de ces industries nouvelles, ou nouvellement chargées de renouveler les performances d'économies essoufflées ».*[118]

b. Industries culturelles et industries créatives : des notions à traduire pour les Burkinabè

Notre enquête de terrain a montré une relative méconnaissance de cette notion au profit de la notion d'industries culturelles. L'administration publique a opté de faire la nuance entre les deux notions en baptisant une des directions la DPICC, *Direction de la promotion des industries culturelles et créatives.* Dans la pratique, la différence ne s'établit pas automatiquement et l'un est souvent mis pour l'autre[119]. La circulation des deux concepts est fonction des partenaires techniques et financiers qui financent un programme ou un projet. Si le partenaire se sert de la notion d'industries créatives pour englober tout le reste, les acteurs s'alignent derrière cette appellation.

Par ailleurs, c'est bien une hypothèse, l'histoire industrielle du Burkina Faso est nettement jeune et faible qu'on a l'impression que cette histoire pèse aujourd'hui sur l'ensemble des initiatives d'industrialisation du pays. Mais la situation technique et technologique d'aujourd'hui ne permet pas de dédouaner complètement le pays de sa faible industrialisation culturelle. Le Burkina Faso, sur le plan culturel, est beaucoup plus habitué au spectacle vivant, qui reste

117 BOUQUILLION, Philippe, MIÈGE, Bernard et MŒGLIN, Pierre. 2013. *L'industrialisation des biens symboliques. Les industries créatives en regard des industries culturelles*. Communication, Médias et Sociétés. Grenoble, France: Presses Universitaires de Grenoble, p. 73.

118 BOUQUILLION, Philippe, MIÈGE, Bernard et MŒGLIN, Pierre. 2013, *ibid*., p.74

119 Face au portage politique de la notion d'industrie créative et les idéologies de développement en cours (économie créative en particulier), les acteurs ont tendance à substituer l'un à l'autre sans se poser des questions d'ordre épistémologique. C'est donc sans surprise pour nous, si les définitions sont plurielles et inabouties. C'est aussi sans surprise qu'au Burkina Faso, la notion commence à avoir un succès relatif (pour les pays anglophone, c'est surtout la notion d'industrie créative qui est promue et pour cause ! Par contre, on remarquera que les pays francophone font usage de la notion d'industries culturelles et de plus en plus de la notion composée : industries culturelles et créatives) avec des problèmes de délimitation des frontières, entre les deux notions.

encore le modèle économique, qu'à une forme industrielle des produits culturels. Beaucoup d'artistes de la première génération ont beaucoup joué mais n'ont pas toujours produit d'albums. C'était un état d'esprit et l'environnement des affaires comptait pour quelque chose.

Tout se passe comme si le débat en cours était une réalité bien lointaine et que les préoccupations dans le contexte burkinabè sont bien ailleurs.

D. Les industries culturelles érigées en filières

1. Définition et implications théoriques de la notion de filière

a. Le choix de l'approche filière : lever les ambiguïtés

Le choix de faire appel à la notion de filière va au-delà d'une simple clarification lexicale et même sémantique. Dans les faits, comme nous l'attestent BOUQUILLION, MIÈGE et MŒGLIN :

> *« … tant parmi les professionnels que chez les chercheurs règne une assez grande confusion entre : branches, filières, secteurs, industries sont employés, plus ou moins indifféremment, sans conférer à l'appellation retenue une signification bien assurée ».*[120]

Un acteur culturel burkinabè faisait remarquer la confusion qui est régulière et portée souvent au plus haut niveau, en ces termes :

> *« Le projet de loi d'orientation du livre et de la lecture publique est enfin adopté en CM. C'est une victoire d'étape pour les acteurs de la "filière livre" et non du "secteur du livre" comme confusément annoncé dans le compte rendu du CM*[121] *…»*[122].

Souvent on se demande quel terme utiliser, puisque celui de secteur[123] ne parait pas pertinent à nos yeux. La notion de branche[124] satisfait mieux que celle de secteur, mais elle aussi est trop

120 Les mêmes auteurs attestent cette confusion par le fait que souvent, on parle d'industrie de l'audiovisuel pour mettre en évidence la composante économico-technique de celle-ci, par opposition à tout ce qui est créatif et artistique ; dans le cas du livre, on dissimulera même le caractère industriel en se référant toujours à la seule fonction principale, en tout cas stratégique : l'édition. Ou le qualificatif d'industriel sera appliqué quasi exclusivement aux « majors », c'est-à-dire aux firmes dominantes, en situation d'oligopole, par opposition à la multitude de petites et moyennes firmes, l'industrie étant associée dans les représentations sociales à la taille, et donc à la disposition de moyens financiers et techniques. BOUQUILLION, Philippe, Bernard MIÈGE, et Pierre MŒGLIN. 2013. *L'industrialisation des biens symboliques. Les industries créatives en regard des industries culturelles*. Communication, Médias et Sociétés. Grenoble, France: Presses Universitaires de Grenoble, p. 79

121 CM : Conseil des ministres.

122 https://web.facebook.com/konate.draman?ref=br_rs consulté le 06/07/2017 à 17h39.

123 Un secteur d'activité regroupe des entreprises de fabrication de commerce ou de service qui ont la même activité principale. Aussi, on peut remarquer que l'activité d'un secteur présente un défaut d'homogénéité.

124 Une branche d'activité est un ensemble d'unités de production qui ont la même activité de production.

orientée vers une homogénéité, et même une unicité de la production. Alors, pour analyser les industries culturelles et les stratégies des acteurs dans le processus d'industrialisation de la culture au Burkina Faso, nous nous sommes orienté donc vers un référent utilisé pour appréhender la cohérence des activités industrielles et pour marquer une indépendance par rapport à d'autres, qui est la notion de *filière*.

b. Approches et fonctions de la notion de filière

– *Les définitions de la filière*

Depuis les années 1970, le concept de *filière* a fait florès. Il est né de l'économie industrielle française apparue durant la seconde moitié des années 1970[125]. Il se caractérise, entre autres, par sa grande plasticité et présente un intérêt majeur lorsqu'il s'agit d'appréhender des réalités socioéconomiques complexes et en évolution. Mais cette plasticité est aussi un facteur de confusion et c'est pourquoi il est nécessaire de définir ses différentes acceptions.

Selon le *petit Larousse illustré 2018*, la filière est une succession d'états à traverser, de degrés à franchir, de formalités à accomplir avant de parvenir à un résultat. La filière se définit donc dans cette perspective comme *cheminement* par étapes finalisé.

Le *Petit Robert* définit la notion de filière comme l'ensemble des activités productrices qui, de l'amont à l'aval, alimentent un marché final déterminé.

Dans le champ économique, la définition classique se formule comme une succession de stades techniques de production et de distribution reliés les uns aux autres par des marchés et concourant tous à la satisfaction d'une composante de la demande finale.

Une conception quasi linéaire de la filière ne permet pas d'être en phase avec l'important développement de ces phénomènes d'intégration, atypiques en regard des catégories traditionnelles. Il était en conséquence nécessaire de bâtir une autre définition de la filière. De tout ce qui précède, nous pouvons dire que la filière désigne en économie industrielle des ensembles d'activités et enchainements technico-économiques d'amont en aval cohérents, homogènes, structurés autour de la création, de la production, de la diffusion et de la

[125] VANICA, Catherine. 2007. « Télécommunications mobiles avancées: réorganisation des filières et des logiques industrielles ». In *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, 265. Questions contemporaines. Paris, France: L'Harmattan, p.47.

valorisation d'un produit ou d'un même ensemble de produits sur un marché. C'est un ensemble articulé d'activités économiques intégrées et cette intégration est consécutive à des articulations en termes de marché, de technologies et de capitaux.
Catherine VANICA fait remarquer que cette définition pose problème :

> *« … dans cette définition, ce qui pose problème n'est pas l'absence de statut de la filière mais sa relation au marché ou, autrement dit, aux modes de valorisation des productions de la filière. Limitée à un produit spécifique et fortement différencié, l'articulation entre filière et marché, ou modes de valorisation, est trop restrictive et limite l'analyse ; trop élargie, l'analyse perd une part de sa pertinence. On comprend alors que les approches liées à la filière posent de lourds problèmes méthodologiques ».*[126]

Nous pouvons cependant prendre en compte dans le cadre de notre travail la définition formulée par Philippe BOUQUILLION, c'est *« une articulation des ensembles amont/aval homogènes permettant la création, la production, la diffusion et la valorisation d'un même ensemble de produits ».*[127]

Comme on peut le voir, en matière de définition de la *filière*, aucune typologie ne peut se présenter comme exhaustive ni définitive mais, il faut retenir que l'approche filière est, en quelque sorte, d'abord multicritères et peut remplir au moins quatre fonctions.

- *Les fonctions de la filière*

Selon Laurent CRETON[128], la notion de filière peut jouer au moins quatre fonctions. Elle peut d'abord être utilisée comme outil de description technico-économique, qui met en évidence les technologies développées, la nature du produit final et des produits intermédiaires, des structures des marchés, ainsi que les liens qui s'établissent entre ces éléments. Il ne faut pas sous-estimer l'importance de cette fonction de représentation d'un ensemble technico-économique au travers de ses logiques de cohérence repérables. Elle est particulièrement utile pour l'analyse des industries de l'information, de la communication et de la culture.

126 VANICA, Catherine. 2007. « Télécommunications mobiles avancées: réorganisation des filières et des logiques industrielles ». In *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, 265. Questions contemporaines. Paris, France: L'Harmattan, p. 48.
127 BOUQUILLION, Philippe. « La constitution des pôles des industries de la culture et de la communication. Entre « coups » financiers et intégration de filières industrielles ». *Lavoisier Réseaux* 2005/3, nº 131 (2005): 111 à 144.
128 CRETON, Laurent. 1997. *Innovation, filières et stratégies : analyse des industries du cinéma et de l'audiovisuel* [synthèse de travaux en vue de l'obtention de l'habilitation à diriger des recherches]. HDR, Paris: Université de Paris III-Sorbonne.

La filière est également une modalité de découpage du système productif, permettant de repérer des ensembles industriels structurés, en particulier les entreprises qui ont entre elles des relations intenses d'achat-vente et qui participent à l'élaboration de logiques de cohérence autour desquelles s'articulent les activités productives. Dans cette acception, la filière est un espace d'interdépendance qui regroupe des entreprises dont les conditions de production sont complémentaires et dont les contraintes en matière de technologie, de politique de produit et de valorisation déterminent une « *empreinte de structure* ».

La filière peut aussi se concevoir comme un instrument de politique industrielle et constituer une base de représentation utile pour les interventions des pouvoirs publics.

Enfin, l'autonomie de ces entités doit être assurée, les liens internes l'emportant sur les relations avec l'extérieur, ce qui implique une certaine dimension économique et une reconnaissance professionnelle, appréciable quantitativement par des volumes d'activités ou des chiffres d'affaires.

c. Les implications de la notion de filière

Dans une perspective synchronique, la filière se présente comme un sous-ensemble du système productif, avec ses règles, ses contraintes, ses logiques et ses réseaux. Dans cette perspective, on insiste sur les interdépendances technologiques et fonctionnelles, qui participent d'une structuration pouvant être analysée comme un *état du monde*.

Dans la perspective diachronique, l'accent est mis sur la prise en compte des processus, dans leur émergence et leurs développements. Une conception stratégique de la filière se fonde nécessairement sur la prise en compte de cette dynamique.[129]

Dans cette perspective, la filière exprime, selon Laurent CRETON, non seulement la structuration d'un espace productif et son épaisseur, mais encore le déploiement stratégique des pôles ou des firmes sur de nouveaux espaces. Ces déploiements dynamisés par la concurrence et les marchés expriment leur nouvelle cohérence dans la référence à des conceptions

129 A ce propos, Laurent CRETON explique bien que les composantes du système productif et de la socio-économie évoluent et se modifient selon des rythmes différents, les relations entre ces composantes s'en trouvent nécessairement affectées, et c'est précisément l'essentiel de la fonction stratégique de l'acteur que d'appréhender cette dynamique, de construire une vision et de la traduire au travers de logiques d'investissement et d'enchaînement fondées sur de nouveaux schémas de cohérence qui seront validés ou rejetés. Des liens sont distendus, redéfinis ou rompus, d'autres sont créés, et de nouvelles configurations s'élaborent et se confrontent aux exigences du marché (CRETON 1997).

restructurées de l'activité de la firme par le jeu des diversifications, des synergies entre activités et des redéfinitions de « *Métier* ».

La filière s'inscrit dans la dynamique des manœuvres stratégiques qui ne se réduisent pas à leurs dimensions productives et techniques, ni à l'intégration verticale[130] mais renvoient à une intégration du troisième type, dite intégrée ou articulée. La filière se définit donc comme un cheminement qui assure, par une succession organisée de partages d'expérience et de transferts de ressources, le déplacement du champ d'activité de la firme ou de l'entreprise. Selon cette conception, la filière s'appréhende essentiellement par la dynamique des intentions, décisions et engagements des acteurs, en tant que schéma de cohérence privilégié, pour des stratégies dont la sophistication est à la mesure des systèmes de biens et de services qui s'intègrent dans une logique d'enchaînement.

Une implication que nous suggère la lecture de Bernard MIÈGE, c'est que non seulement il faut tenir compte de la ou des chaine(s) de production-consommation (qui regroupe(nt) toute une série d'activités et de professions) mais encore il convient de s'assurer que celles-ci concourent à une production autonome régulière et pérenne. Il est parfois impossible techniquement et même illusoire socio-professionnellement de distinguer le design de l'ameublement, l'architecture de la construction, voire de l'artisanat d'art du tourisme culturel. Elle recouvre du reste un enjeu d'importance stratégique : l'hypothèse de la perte d'autonomie d'une partie des industries culturelles (musique et cinéma notamment) au profit des industries de la communication pour devenir des industries du contenu de ces mêmes industries de la communication est aujourd'hui, sinon certaine, du moins fortement envisageable.

2. Le modèle socioéconomique des filières

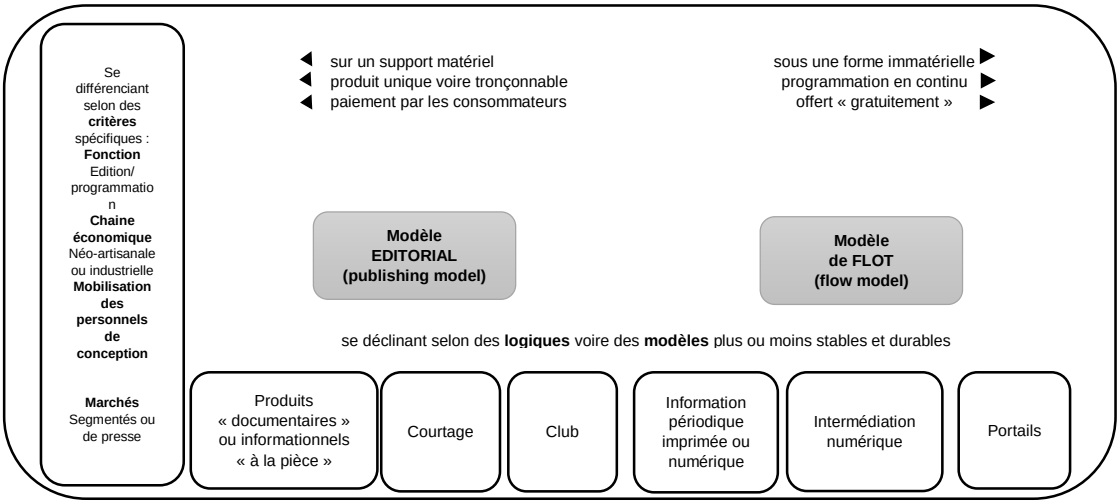
a. Deux modèles fondamentaux d'organisation des filières

Les modèles génériques qui prennent en compte l'ensemble de la chaine de production sont les modèles *éditorial* et de *flot*. Ces deux modèles permettent une remontée de la valeur et aident à comprendre le fonctionnement des filières industrielles, culturelles et informationnelles. Et c'est ce qui fait de ces modèles, des modèles génériques, *« soit qu'ils continuent d'éclairer par eux-mêmes le fonctionnement des diverses productions, soit qu'ils se déclinent dans des*

[130] L'intégration verticale est une stratégie mise en œuvre par un industriel en vue de prendre plein contrôle des activités situées à différents niveaux d'une filière.

logiques plus ou moins stables et durables ».[131] Bien des produits des diverses filières ou sous-filières continuent à se conformer d'assez près à cette caractérisation, mais ce n'est pas le cas de tous. C'est pourquoi Bernard MIÈGE envisage leur déclinaison en logiques : édition de marchandises culturelles, production de flot, information écrite, production des programmes informatisés, retransmission du spectacle vivant. Au-delà des débats théoriques sur ces modèles

Figure 3: Caractères généraux des modèles



Source : Bernard MIÈGE dans *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication. P. 190*

et de leur déclinaison, l'analyse des filières (ce que nous verrons en deuxième partie) montre l'actualité des modèles génériques[132] dans le contexte du Burkina Faso et les signes de changement avec le recours au numérique dans l'acte de production-consommation.

b. Le fonctionnement des modèles[133] et les tendances actuelles

– *Les logiques/modèles comme grille de lecture*

Nous avons évoqué plus haut que les auteurs des théories contemporaines des industries culturelles insistent sur les spécificités qui caractérisent les activités et les produits culturels.

131 MIÈGE, Bernard. 2017. *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*. Grenoble, France: Presses Universitaires de Grenoble. Communication en +, p.147.

132 Suivant les auteurs, avertit MIÈGE, les estimations divergent sensiblement, comme divergent les terminologies, selon que l'on a affaire à des modèles génériques avec des déclinaisons ou à des modèles idéal-typiques donnant lieu par croisement des formes à des modèles définissant selon les auteurs des règles de fonctionnement ou des règles du jeu tout au long des étapes successives.

133 Bernard MIÈGE dit qu'il entend par modèle *« une représentation simplifiée d'un processus ou d'un système de façon à mettre en évidence des règles de fonctionnement récurrentes et susceptibles de se reproduire. Ainsi trouvera-t-on avec la presse d'opinion des modalités d'activation de l'Espace Public qui ont tendance à se reproduire, par exemple, sous l'effet de la concurrence entre les journaux utilisant communément une ligne d'écriture informative et surtout polémique »*. MIÈGE, Bernard. 2004. *L'information-communication, objet de connaissance*. Bruxelles et Paris: De Boeck & Ina, p.153.

Elles se distinguent des industries de « *grande consommation* », tout en ayant des logiques de fonctionnement différenciées. Ces logiques peuvent être considérées comme une grille de lecture des phénomènes en cours et comme un mode de structuration des filières. Philippe BOUQUILLION dit à ce propos que ces logiques s'imposent à tous les acteurs sans exception.

> *« Ces logiques constituent un système de règles du jeu commun aux différents acteurs. Ce système est dans un premier temps défini par ces derniers, mais, dans un second temps, il vient contraindre leurs stratégies. Les logiques font en effet référence à une sorte de combat implicite entre industriels. Ainsi elles concourent à stabiliser sur le long terme, dans une logique de mouvement structurant/structuré».*[134]

Ces logiques ne sont pas non plus des règles du jeu mais comme le suggère Pierre MŒGLIN des idéaux-types, c'est-à-dire considérées en termes de grille de lecture ou de tableaux de pensée homogène de la multitude des phénomènes observés.[135]

En réalité, ces relations ne sont pas fixées une fois pour toutes ; elles se modifient régulièrement sous l'action des acteurs ainsi que des politiques publiques, et en fonction de l'évolution de la réglementation. Il s'ensuit que selon les périodes, tel modèle peut être dominant, puis il peut être supplanté par un autre, et ainsi de suite ; et un modèle peu représenté peut émerger, et devenir dominant. Les relations entre modèles donnent ainsi des indications précieuses sur les évolutions des industries culturelles dans la mesure où elles permettent d'en saisir la dynamique. C'est pourquoi cette question est devenue centrale dans les confrontations non seulement sur les enjeux théoriques mais également sur les conséquences successives du développement des TIC sur la production culturelle industrialisée.

---

134 BOUQUILLION, Philippe. 2007. « Les mutations des ICIC, entre mutations des filières, des contenus et des sociétés ». In *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, 11-29. Questions contemporaines. Paris, France: L'Harmattan, p. 13.

135 « *En se transformant, les filières s'éloignent ou se rapprochent d'un modèle idéal-type, voire empruntent à plusieurs d'entre eux, et les stratégies des nouveaux entrants contribuent à en inventer d'autres. Il sera alors possible de saisir le « sens » des mutations en cours à un triple niveau. Tout d'abord, celui de l'organisation des filières et de l'état des marchés. Ensuite, celui des contenus, en insistant sur les changements qui se produisent dans la nature des produits ou des services de relation en lien avec les transformations des modes de valorisation. Enfin nous pouvons considérer les ICIC comme un fait social total en intégrant notamment l'analyse de leur dimension politique et des enjeux règlementaires. A ces trois niveaux seront examinées les ruptures mais aussi les continuités que connaissent les ICIC…* », BOUQUILLION, Philippe et COMBÈS, Yolande. « Mutations des ICIC, entre mutations des filières, des contenus et des sociétés », 11-29. Questions contemporaines. Paris, France: L'Harmattan, 2007, p13-14.

– *La gestion de l'incertitude au cœur des modèles*

Toutes ces logiques rappellent fort bien l'une des caractéristiques des activités culturelles qui est la gestion de l'incertitude et la prise en compte de la *dialectique du tube et du catalogue*[136]. Le caractère aléatoire des valeurs d'usages, malgré les précautions et moyens déployés par les acteurs, fait des produits culturels industrialisés des biens à part entière et contraint les acteurs à prendre en compte la gestion de cette incertitude dans les différentes filières culturelles industrielles.

Tout prête à croire que la période actuelle offre aux industries culturelles des occasions de profonds changements, mais ces changements se déploient en tenant compte des spécificités des modes de structuration des différentes filières, des champs de pratiques ainsi que des implications sociétales des industries culturelles.

3. Apports et limites de la notion de filière dans l'analyse des industries culturelles

a. *La contribution de la notion de filière à notre travail : comprendre les stratégies d'acteurs et les logiques de production*

Le recours à la notion de filière, plus pertinente à nos yeux permet, comme le souligne Bernard MIÈGE, de mettre l'accent sur : un groupe de produits technologiquement proches, les aspects communs des professions sollicitées, la succession des actions menées pour produire, transformer, vendre et consommer un produit ou plutôt un groupe de produits et enfin, la composante matérielle et de plus en plus immatérielle du produit ou du groupe de produits offerts aux usagers-consommateurs. L'approche filière permet d'éviter, comme le souligne fort bien Bernard MIÈGE, de traiter les industries culturelles comme un tout indifférencié et de les envisager indépendamment des autres. Si nous voulons éviter le danger d'aboutir à une vision morcelée ou éclatée de ces différentes industries, sous réserve d'écarter toute représentation triviale d'un fonctionnement mécanique et figé, la référence à la filière d'après Catherine VANICA permet de rendre compte de la dimension industrielle des stratégies des acteurs.

[136] La dialectique du tube et du catalogue est une expression qui désigne une pratique qui vise à compenser les échecs ou les insuccès par les réussites ou les succès reconnus. Les succès étant presque toujours imprévisibles, les éditeurs ou producteurs étalent les risques et les espérances de succès sur une gamme de produits…cf. BOUQUILLION, Philippe, Bernard MIÈGE, et Pierre MŒGLIN. 2013. *L'industrialisation des biens symboliques. Les industries créatives en regard des industries culturelles*. Communication, Médias et Sociétés. Grenoble, France: Presses Universitaires de Grenoble. Et MIÈGE, Bernard. 2017. *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*. Communication en +. Grenoble, France: Presses Universitaires de Grenoble.

Malgré les réalités extrêmement hétérogènes qu'elle recouvre, la notion de filière permet, en effet, d'apprécier les liens entre filières si palpables qu'il est impossible de particulariser chaque composante. Leur dépendance aujourd'hui plus qu'hier crée des synergies intra-filières et inter-filières.

> *« Le découpage en filière a pour avantage aussi de donner une certaine cohérence aux différentes activités. Il fait apparaitre une proximité entre plusieurs activités formant des ensembles distincts à l'intérieur desquels les acteurs peuvent exploiter des synergies industrielles spécifiques. Les contours des filières contraignent les stratégies des acteurs. Elles forment des ensembles limités et cohérents à l'intérieur desquels des avantages concurrentiels peuvent être rationnalisés à partir de domaines structurés d'amont en aval autour de la création, production, diffusion et valorisation d'un même produit ou ensemble de production homogènes, correspondant à des filières »*[137].

– *L'approche filière, permet de comprendre les rapports de force internes*

Le contrôle exercé sur les entreprises culturelles ne se limite pas au seul pouvoir des acteurs politiques. Des rapports de force et des tensions entre les acteurs tout au long du cycle de vie des produits peuvent être observés. Par exemple, entre les distributeurs et les exploitants de salles de cinéma, on peut observer des rapports de force inégaux conduisant souvent à des frustrations ou même à des blocages dans la chaine de valeur. Il en va de même dans le secteur de l'édiction de livres, entre d'une part les distributeurs et d'autre part, les libraires. Ou encore entre les artistes et les maisons de disques et managers d'artistes. Sans oublier la question salariale et les conditions de travail caractérisées par une forte présence du salariat non déclarée et où les droits d'auteurs sont peu respectés.

L'analyse des filières permet de révéler toutes tensions entre acteurs et qui sont à l'origine des stratégies souvent conjoncturelles. Aujourd'hui dans le cas de la musique, les producteurs signent des contrats dits de 360° pour rentabiliser leur investissement. Les éditeurs de livres offrent plusieurs modes d'édition littéraire pour maitriser la rentabilité de leur investissement. Les réalisateurs de films concentrent l'ensemble des fonctions de production de films.

– *Les mutations et réorganisation des filières*

Face à la complexité et aux turbulences qui caractérisent aujourd'hui le système de production, l'intérêt des stratégies de filière est dès lors important pour comprendre les stratégies de réorganisation des acteurs et de la chaine de production. L'environnement oblige à adopter des

[137] VANICA, Catherine. 2007. « Télécommunications mobiles avancées: réorganisation des filières et des logiques industrielles ». In *Les industries de la culture et de la communication en mutation*, 265. Questions contemporaines. Paris, France: L'Harmattan, p. 48.

stratégies de filière visant l'identification et la création d'un ensemble d'enchaînements porteurs de synergie et de cohérence. Au Burkina Faso, on a eu mémoire des perturbations qui ont caractérisé certaines filières comme le *Cinéma* et la *Musique enregistrée.* Les acteurs du cinéma, au lieu de disperser les ressources sur des créneaux indépendants et isolés, ont dû recourir à des stratégies de déploiement de mouvements complémentaires et enchaînés entre cinéma et audiovisuel par exemple.

L'analyse des filières permet donc de situer les niveaux des manifestations des mutations avec de plus en plus une observation sur ce qu'il convient de caractériser de *brouillage des frontières* entre des filières auparavant bien distinctes… Des synergies se créent en effet, et concourent à l'émergence d'un ensemble hétérogène mais avec des tendances communes.

- *Des logiques industrielles bien particulières*

Les stratégies de filières procurent également les avantages classiques de la pluri-production intégrée. Les réductions de couts obtenues grâce aux synergies techniques et de production constituent un facteur important de compétitivité.

L'intégration permet en outre d'internaliser des transactions et donc d'introduire à des fins stratégiques une distorsion par rapport au système des prix de marché. De telles stratégies montrent leur efficacité dans les luttes concurrentielles effectives ou potentielles par l'accroissement des informations disponibles et du pouvoir accru sur l'environnement qui en résulte au travers de la réduction d'incertitude. C'est pratiquement ce que *Seydoni productions* dans le domaine de la musique a fait. Elle a adopté un schéma stratégique qui lui permettait de se lancer rapidement sur le marché avec de nouveaux produits phonographiques et ainsi prendre de l'avance décisive sur ses concurrents des pays voisins.

Laurent CRETON fait remarquer que les attraits de la notion de filière et les représentations qu'il est possible de développer grâce à elle, ne doivent pas faire perdre de vue la distance que l'on peut rencontrer en matière de stratégie entre concept et concrétisation. C'est pour cela qu'il faut être conscient qu'en matière de stratégie de filière, on surestime bien souvent les synergies dont l'énoncé est assez commode et séduisant, alors que la mise en œuvre est particulièrement délicate à réaliser.

Les exemples abondent de ces stratégies qui, sur le papier, présentaient toutes les caractéristiques de l'opération gagnante et qui se sont abimées dans le fiasco. Pour le même cas, celui de *Seydoni productions,* on a constaté que la répartition des ressources entre plusieurs

pôles et plusieurs métiers a fait courir le risque de dispersion et de déficit qui ont, en plus d'autres facteurs, fait couler l'entreprise. En effet, viser la conquête d'une filière peut conduire l'entreprise à se disperser dangereusement.

> *« La synergie ne se décrète pas : elle résulte éventuellement d'un patient travail permettant de tisser une nouvelle texture qui parvient à intégrer des éléments provenant de différents univers. Il ne suffit pas d'adjoindre pour intégrer, de même qu'une addition de compétences et de savoir-faire ne suffit pas à constituer le Métier d'une entreprise dans l'acception stratégique du terme »*[138].

b. Les filières culturelles : quelles spécificités dans le contexte burkinabè ?

En faisant appel à la notion de filière et en prenant en compte les données de terrain, nous nous rendons compte que des spécificités existent et font du contexte burkinabè un cas de développement des industries culturelles, à part entière.

D'abord au niveau de l'organisation de la production. La forme d'un oligopole à franges existe mais ne constitue pas une stratégie systématique pour plusieurs raisons évoquées dans la partie 2 et 3 de notre travail. C'est un oligopole à franges faiblement ressenti. Le terrain a montré qu'au Burkina Faso, il n'existe que de petites entreprises dont la plupart évoluent dans l'informel. La filière musique, dans les années 2000 avec l'installation de *Seydoni productions*, avait commencé à tisser une première forme d'oligopole à franges au niveau de l'édiction phonographique. Maintenant avec la crise qui a pratiquement emporté l'entreprise dans ses premières fonctions, on ne perçoit pas avec netteté des formes d'un oligopole à franges qui se dégagent dans les différentes filières. Les acteurs semblent être au même niveau de développement. Les différentes filières sont caractérisées par ce que nous pouvons qualifier de « *développement anarchique* » des entreprises ou associations culturelles. On peut dire que la forme d'un oligopole à franges est encore en construction au Burkina Faso. De petites formes sont observables dans le domaine de la musique enregistrée avec des petits éditeurs qui arrivent à dénicher des talents, confectionner une prémaquette et souvent un single avant de se tourner vers des producteurs phonographiques. Les relations dans le cadre de ces formes ne se sont jamais bien terminées entre le petit éditeur phonographique et l'artiste-musicien. Il est en effet courant que l'artiste, estimant qu'il est maintenant grand pour voler de ses propres ailes, aille voir des labels disposant de plus de moyens financiers, pour lancer une carrière à l'international.

[138] CRETON, Laurent. 1997. *Innovation, filières et stratégies : analyse des industries du cinéma et de l'audiovisuel* [synthèse de travaux en vue de l'obtention de l'habilitation à diriger des recherches]. HDR, Paris: Université de Paris III-Sorbonne.

Et comme le plus souvent les relations ne sont pas contractualisées, les petits éditeurs ne peuvent pas ester en justice pour assigner les artistes-musiciens pour rupture abusive de contrat d'édition.

Ensuite, au niveau de la concentration des métiers, c'est beaucoup la précarité qui constitue la logique de cumulation et non une logique d'articulation de la chaine de valeur face à la concurrence qui dicte cette concentration. Cette situation est fortement liée à la surface du marché local et même régional qui ne favorise pas automatiquement la commercialisation des produits culturels industrialisés.

Enfin, et ce n'est pas tout, la fragilité organisationnelle qui se ressent à travers les ressources de fonctionnement, les infrastructures de base (inexistantes) caractérise les entreprises et les filières culturelles. Cette fragilité rend compte du même coup de la faible financiarisation des entreprises culturelles au Burkina Faso. C'est ainsi qu'une des spécificités du Burkina Faso est l'absence ou la faiblesse des maillons de la chaine de valeur dans presque toutes les filières. La distribution est le maillon faible et souvent manquant dans la chaine du livre, du cinéma, de la musique enregistrée. Or c'est bien le passage obligé (quelle que soit sa forme) qui conduit par exemple le livre de l'éditeur au lecteur, ou le film du producteur au spectateur. Cette situation amène les acteurs à adopter des comportements pour continuer à créer, à produire et à commercialiser les produits culturels. C'est d'ailleurs pour cette raison que beaucoup d'acteurs pensent (à raison ou à tort) que les mutations techniques et technologiques devraient aider les pays comme le Burkina Faso à s'affranchir des problèmes de distribution et même de production. Nous ne savons pas si c'est une nouvelle croyance en perspective pour les pays en voie de développement, mais l'analyse des filières dans la seconde partie de notre travail, montre clairement qu'une chose est de trouver une technique, une autre est de se l'approprier. Les louanges et les espoirs portés sur l'Internet et le numérique particulièrement tardent à donner des solutions aux problèmes des filières. Tant que l'accès au capital et à la technologie ne sera pas garanti, et les capacités entrepreneuriales des acteurs renforcées d'une part, et d'autre part les conditions de marché et le cadre règlementaire améliorés, les filières culturelles auront, sommes-nous tenté de le dire, de la peine à se développer harmonieusement.

L'une des spécificités qu'il est difficile de passer sous silence est la place du *spectacle vivant* dans le modèle économique des filières au Burkina Faso. La prépondérance du spectacle vivant fait qu'on peut dire aujourd'hui que les œuvres n'existent, économiquement parlant, que par le spectacle vivant. Les acteurs de la musique enregistrée par exemple trouvent leur salut qu'à travers les spectacles, les festivals auxquels ils sont invités.

c. Les limites de la notion de filière

Les reproches faits à la notion de filière sont associés à l'absence de statut théorique bien défini puisqu'elle renvoie au découpage des ensembles productifs, à leur fonctionnement, aux relations entre les acteurs, aux processus de formation des valeurs marchandes, à des espaces de mise en œuvre des stratégies et à des instruments de politique industrielle.

Les attraits de la notion de filière et les représentations qu'il est possible de développer grâce à elle, ne doivent pas faire perdre de vue, singulièrement dans ce cas, la distance que l'on peut rencontrer en matière de stratégie entre concept et concrétisation. Laurent CRETON recommande d'être conscient qu'en matière de stratégie de filière, on surestime bien souvent les synergies dont l'énoncé est assez commode et séduisant, alors que la mise en œuvre est particulièrement délicate à réaliser.

En outre, la répartition des ressources entre plusieurs pôles, entre plusieurs métiers, fait courir le risque de dispersion et de déficit de masse critique pour chacun d'eux. L'association d'activités ne disposant pas d'un potentiel compétitif propre ne parvient pas à constituer une filière viable, d'autant moins qu'il faut intégrer un cout et un temps d'intégration qui sont généralement beaucoup plus importants qu'on ne le suppose.

E. Délimitation de l'objet d'étude

Les industries culturelles et créatives tout comme les différentes filières qui les composent sont des ensembles si vastes et complexes qu'il serait osé d'en faire une analyse à prétention exhaustive. Nous avons donc, dans un souci de concision, opéré des choix sur des parties ou des sous-ensembles de l'objet global constitué, rappelons-le, par les industries culturelles et créatives.

Tableau 1: Les filières des industries culturelles

Filières historiques				**Nouvelles filières**	
Édition de livres	Musique enregistrée	Information de presse ou de news	Cinéma & Audiovisuel	Jeux vidéo	Info-médiation = Recherche d'information

Source : MIÈGE, 2017 p.89.

1. Les filières des industries culturelles

Les industries culturelles sont, pour le Burkina Faso, à la fois à la base de création de richesses marchandes et sources de valeur symbolique et identitaire. À ce titre, elles focalisent une attention particulière et dégagent de puissants enjeux dont témoignent les débats au niveau international. Situer ces enjeux socioéconomiques, culturels et artistiques voire politiques

apparaît, dès lors, essentiel pour comprendre le développement actuel de ces industries culturelles.

On le sait, l'objet de notre étude a une caractéristique, presque triviale, qui repose sur une part déterminante de création artistique. Cette composante « *culturelle* » des industries de la culture appelle, d'une part, une articulation constante avec l'ensemble du secteur culturel et d'autre part très directement sur la nature économique des produits culturels et sur leurs modes de production. C'est pourquoi particulièrement les industries de la culture sont dans une situation de risque perpétuel, risque qu'on ne trouve pas toujours dans les industries plus classiques. Une autre caractéristique, tout aussi naturelle, des industries de la culture est leur nature industrielle et technologique. Il s'agit, substantiellement, d'industries de la reproduction, définies par la capacité de dupliquer, *via* la technologie, des créations singulières. On peut donc comprendre à partir de cette caractéristique le poids relativement lourd de la reproduction dans son économie, dans le facteur technologique tout comme dans la distribution.

L'objet que nous délimitons est par ailleurs marqué par une surproduction généralisée, une spirale inflationniste des couts et une focalisation des consommations dans une logique de *star system*. On constatera dès que certaines fonctions, situées en aval, deviennent centrales dans la mise en marché des produits de ces industries. C'est notamment les fonctions de programmation et de prescription assurées par les diffuseurs.

Les filières historiques des industries culturelles ont été retenues pour rendre compte de l'émergence des filières industrielles mais aussi pour situer le niveau d'organisation, la logique des filières et les stratégies des acteurs. Ces filières vont permettre de comprendre l'hétérogénéité des filières, même avec l'apparence d'une homogénéité. Les trois filières ont bénéficié à partir des années 1990, de la part des pouvoirs publics de soutiens multiformes ; elles portent en elles l'histoire du parcours des industries culturelles et concentrent en elles les défis de développement culturel au Burkina Faso.

C'est donc les grands groupes de filières listés dans le tableau ci-dessous que nous considérerons dans notre travail de recherche.

Tableau 2: Les grands groupes de filières culturelles

Composantes	**Filières retenues pour l'analyse**
Filières historiques	Edition de livres
	Cinéma
	Audiovisuel
	Musique enregistrée
Nouvelles filières	Jeux vidéo

Source : Auteur, 2017

Comme le tableau ci-dessus l'indique bien, nous avons regroupé des filières entières par souci de cohérence. C'est ainsi que la filière *Cinéma*, qui témoigne d'une autonomie de fonctionnement et d'organisation est, malgré tout, regroupée, pour notre analyse avec la filière tout autant autonome et singulière, l'audiovisuel. Aujourd'hui plus qu'hier, la ressemblance est frappante des métiers et des logiques qui sous-tendent l'organisation et le fonctionnement de ces deux filières. Cette proximité s'est accentuée avec l'arrivée du numérique et les nouvelles stratégies des acteurs en la matière. On voit couramment des techniciens exercer leur métier tant pour la production télévisuelle que pour la réalisation de films ou séries télévisuelles.[139]

Autant de raisons qui nous ont donc conduit à considérer dans le cadre de notre travail les deux filières comme pouvant faire l'objet d'une seule filière dans le contexte actuel. Cependant, nous n'entendons pas défendre une quelconque idée d'homogénéité des deux filières. Il s'agit simplement pour nous de satisfaire à un principe de commodité pour l'analyse.

Le livre, et, dans une certaine mesure, l'information de presse sont aussi réunis, pour relativement les mêmes raisons évoquées au sujet des filières *Cinéma et audiovisuel*. La presse quotidienne tout comme le livre, partagent le champ de l'écrit et de l'édiction.[140]

2. Les filières des industries créatives

La deuxième limitation de notre objet est constituée des filières des industries créatives. Comme on peut le remarquer avec la discussion dans la section précédente, le débat sur les industries créatives n'est pas achevé et peut-être qu'il ne fait que commencer dans ses implications scientifiques. Alors, pour ne pas occulter ce débat à la fois scientifique, stratégique et politique, nous avons fait sans trop d'étalage, une description et une analyse des filières suivantes : la mode, le design, l'artisanat d'art. Elles ne sont pas forcément représentatives de ce qu'il convient d'appeler *industries créatives* mais encore une fois, le terrain nous a inspiré ces filières-là. Leur retentissement dans l'économie nationale (en termes d'emplois) et les nouveaux enjeux politiques y relatifs nous ont orienté vers ce choix.

139 Lire BOUQUILLION, Philippe, BRIGAUD-ROBERT, Nicolas, COMBÈS, Yolande, RODIONOFF, Anolga (2011), (avec la contribution de Bernard MIÈGE), « Les mutations des filières cinématographiques et audiovisuelles : enjeux pour la diversité culturelle », in BOUQUILLION, Philippe, COMBÈS, Yolande (dir.), *Diversité culturelle et industries culturelles*, Paris, L'Harmattan.

140 Pour plus d'informations sur différence qui existe entre la filière livre de la filière presse et information Cf. BOUQUILLION, Philippe, BRIGAUD-ROBERT, Nicolas, COMBÈS, Yolande, RODIONOFF, Anolga (2011), (avec la contribution de Bernard MIÈGE), « Les mutations des filières cinématographiques et audiovisuelles : enjeux pour la diversité culturelle », in BOUQUILLION, Philippe, COMBÈS, Yolande (dir.), *Diversité et industries culturelles*, Paris, L'Harmattan.

IV. Approches méthodologiques et annonce du plan

A. Délimitation de l'objet de terrain

Le Burkina Faso, autrefois appelé la Haute-Volta, est un pays enclavé sans accès à la mer situé au cœur de l'Afrique de l'Ouest. Il constitue la délimitation de notre terrain d'enquête et d'analyse sur les industries culturelles et créatives. Ce pays partage une longue frontière avec six pays.[141] C'est un pays sahélien d'une superficie estimée à 274 200 km².

Notre travail a concerné l'ensemble du pays, découpé en 13 régions administratives et 45 provinces (départements), 358 communes et plus de 8000 villages. Il arrive que souvent l'analyse se concentre sur les réalités urbaines des industries culturelles.

B. Les méthodes de recherche

Appréhender un objet, comme celui des industries culturelles et créatives, dans le contexte burkinabè, c'est faire preuve de choix méthodologiques quand on sait que cet objet est au croisement de plusieurs sciences d'une part et que notre recherche s'inscrit dans le cadre des travaux pionniers sur le sujet au Burkina Faso. Si nous avons privilégié une approche socioéconomique et sociohistorique, c'est au regard de la nature de l'objet qui se situe à la frontière de plusieurs sciences et champs de recherche, notamment les Sciences de l'information et de la communication, les Sciences économiques, la Sociologie, etc. Les approches empiriques et théoriques se sont mutuellement complétées surtout quand il s'est agi de saisir les stratégies des acteurs face aux changements intervenus ces dernières années dans les différentes filières.

Nous avons donc combiné enquêtes qualitatives et enquêtes quantitatives au-delà des débats d'écoles ; sachant que l'objectif est de tester nos hypothèses. Ces enquêtes ont permis de produire des données qui aident à la validation des résultats.

1. Enquête qualitative

L'objectif poursuivi dans cette approche qualitative est la production de données permettant de comprendre les stratégies des acteurs au regard de l'industrialisation en cours de la culture. La production des données qualitatives a aussi permis de comprendre les politiques publiques appliquées aux industries de la culture.

[141] Le Mali au nord et à l'ouest, le Niger à l'est, le Bénin au sud-est, le Togo et le Ghana au sud et la Côte d'Ivoire au sud-ouest.

L'enquête qualitative a donc visé les artistes, les responsables d'associations ou de faitières, les agents publics en charge de la culture et quelques décideurs politiques.

Avec les artistes, créateurs, écrivains et autres, nous avons voulu savoir les changements imposés par la logique industrielle de production des œuvres, notamment leurs rapports (nouveaux) avec les autres acteurs de la chaine de production. Aussi les entretiens ont mis l'accent sur les « *perturbations* » provoquées par le numérique et l'Internet dans l'acte de création.

Quant aux entretiens réalisés avec les responsables d'associations culturelles ou faitières culturelles, l'objectif était de comprendre les motivations de l'organisation actuelle des acteurs, les contraintes en vue de dégager les stratégies d'acteurs.

Les fonctionnaires constituent un groupe d'acteurs à part entière. Ce sont eux qui réfléchissent, conçoivent et mettent en œuvre les politiques publiques. Les entretiens avec cette population ont permis de repasser en revue toutes les initiatives et les résultats de ces initiatives, afin de dégager les perspectives d'un développement des filières des industries culturelles et créatives.

Enfin, les entretiens ont concerné les décideurs politiques, notamment les anciens ministres et cadres à la retraite de la culture afin de retracer l'histoire et le parcours des industries culturelles et créatives au Burkina Faso.

2. Enquête quantitative

Quant à l'approche quantitative, elle a contribué à expliquer les comportements déclarés, les pratiques et les opinions des individus.

Les individus concernés par cette approche sont : les acteurs culturels (privés et publics), les consommateurs des produits culturels et enfin les entrepreneurs culturels.

Avec le premier groupe, il s'est agi d'expliquer l'engagement dans le développement des industries culturelles, les jeux dans les logiques de filières et leur perception des politiques culturelles mises en œuvre jusque-là au Burkina Faso.

Avec le second groupe, nous avons tenté d'expliquer les rapports aux produits culturels, les critères d'appréciation des produits culturels et leurs perceptions des acteurs des industries culturelles.

Enfin, avec le dernier groupe ayant fait l'objet d'une enquête quantitative, il s'est agi d'expliquer les enjeux et les défis des entrepreneurs culturels, l'environnement dans lequel

évoluent les entreprises des industries culturelles et créatives et enfin, les stratégies que chaque entreprise adopte pour faire face aux contraintes de la production et de la consommation.

3. Recherche documentaire

L'approche documentaire a été essentielle dans notre démarche globale. L'absence de données organisées pouvant permettre une analyse du développement de l'industrialisation de la culture au Burkina Faso nous a contraint à un travail de « *fouille* ».

Nous avons ainsi fait le tour des services de documentations (pour constater souvent qu'ils sont en structuration, donc non fonctionnels ou souvent qu'ils n'ont pas de fonds documentaire digne de ce nom), et des organes de presse écrite.[142] Ainsi, nous avons procédé à une collecte des documents au sein des Directions du ministère en charge de la Culture et des autres ministères comme ceux de l'Économie et de l'Industrie notamment. Nous avons aussi récupéré tous les documents mis en ligne par les institutions comme l'UNESCO, l'OIF, l'UE-ACP, l'UEMOA à partir des fils RSS que nous avons créés à partir des mots-clés « *industries culturelles* » et « *politiques culturelles* ».

C. Les outils de collecte et traitement des données

1. Le questionnaire comme outil

a. Le questionnaire soumis aux publics des industries culturelles et créatives

Pour disposer de données quantitatives sur la connaissance des industries culturelles et créatives au Burkina Faso, nous avons eu recours au questionnaire avec des questions simples, fermées : réponses par oui ou *non « Avez-vous déjà entendu parler des industries culturelles ? »*. Ou par des questions à échelle de 3, 4, 5 et 7 modalités. Par exemple : *Quelle appréciation faites-vous en général de la qualité des produits des industries culturelles ? : Très mauvaise qualité ; Mauvaise qualité ; Assez bonne qualité ; Bonne qualité ; Très bonne qualité*. Ou encore : *Quelle appréciation faites-vous des prix appliqués aux produits culturels au Burkina Faso ? : Très cher ; Cher ; Abordable ; Moins cher.* Il est fréquent aussi de rencontrer dans le questionnaire des questions ouvertes faisant appel à des commentaires avec des relances comme : *« Si non dites pourquoi » ; « pouvez-vous justifiez votre réponse ? »*.

En mélangeant ainsi questions fermées et questions ouvertes, nous avons ainsi minimisé les insuffisances. Nous avons, par cette approche, pu vérifier des informations données par les

[142] Lors des entretiens réalisés avec certaines personnes ressources, il est souvent arrivé de récupérer avec elles des documents qu'elles détiennent mais qu'on avait du mal à retrouver, faute de réédition.

individus, par exemple sur leur niveau de compréhension de la notion d'industries culturelles. À partir des déclarations, la majeure partie semble avoir entendu parler des industries culturelles. Par contre, avec les questions ouvertes sur *« comment vous définissez la notion d'industries culturelles »* ou encore *« citez des produits issus des industries culturelles que vous connaissez »* ou enfin *« citez quelques entreprises culturelles qui exercent dans des filières d'industries culturelles »*, nous avons reconsidéré le niveau de connaissance des industries culturelles et créatives par les publics.

b. Le questionnaire soumis aux acteurs culturels

Cet outil a visé les objectifs suivants : connaissance et niveau d'appropriation de la notion d'industries culturelles ; identification des enjeux et défis des industrielles culturelles perçus par les acteurs ; appréciation du niveau de développement et de la cohérence des politiques publiques en matières d'industries culturelles et créatives au Burkina Faso et enfin la perception du rôle des acteurs dans le développement des industries culturelles et créatives au Burkina Faso.

Nous avons combiné des questions fermées à des questions ouvertes pour collecter les opinions et comprendre le sens des stratégies d'acteurs dans le processus de développement et d'industrialisation de la culture au Burkina Faso.

C'est le lieu de faire remarquer que les deux premiers questionnaires (administrés aux publics-consommateurs et aux acteurs culturels) ont été montés (échantillon partagé[143]) de sorte à recouper un certain nombre d'informations communes et générer plus de réponses pour l'analyse des points suivants : la connaissance des industries culturelles ; les enjeux et défis des produits issus des industries culturelles et les perceptions sur les politiques culturelles.

c. Le questionnaire soumis aux entreprises culturelles

C'est l'un des premiers outils conçus dans le cadre de notre recherche. Il s'est adressé aux promoteurs des industries culturelles et créatives sur l'ensemble du terroir.

Ce questionnaire a été articulé autour des éléments d'identification de la structure ; d'identification du promoteur ; d'éléments sur la production des biens et services culturels et enfin d'éléments de capacités financières. Nous le verrons plus loin, la qualité des retours sur certaines parties ci-dessus énumérées, notamment les données de productions sur les trois

143 L'échantillon partagé (*split ballot*) est une opération qui consiste à scinder aléatoirement l'échantillon en plusieurs groupes de manière à tester différentes formulations de la même question.

dernières années, nous a obligé à réduire l'exploitation de ces données, donc à en écarter certains de la fiche de traitement finale.

2. L'entretien comme outil

a. Préparation de la fiche d'entretien

Pour comprendre les stratégies d'acteurs dans les filières des industries culturelles et créatives, nous avons entrepris de nous entretenir avec trois grands groupes : les artistes ou créateurs ; les producteurs et les décideurs et les médiateurs ou intermédiaires.

b. Le choix de l'entretien semi-directif

L'entretien semi-directif, rendu possible par une grille de thèmes constamment renouvelés en fonction du discours déjà tenu par l'enquêté, a été privilégié. Nous avons alors élaboré une fiche d'entretien qui varie entre trois et cinq thématiques abordées. À chaque thématique, nous avons prévu des relances verbales pour permettre à l'enquêté d'aller plus loin dans l'expression de ses opinions et les pratiques.

c. Les catégories de publics soumises à l'entretien

Pour les entretiens avec les artistes, les thématiques sur le développement des industries culturelles et créatives (enjeux et défis) et l'expression des attentes perçues ont constitué l'ossature des échanges. Il a été question des stratégies adoptées face aux moyens de production et de création entre autres.

Pour les entretiens avec les entrepreneurs, les thématiques abordées sont en lien avec les contraintes liées aux filières et les stratégies adoptées pour continuer d'exister en tant qu'entreprise.

Pour les entretiens avec décideurs (politiques, partenaires techniques financiers), l'essentiel des entretiens a tourné autour de l'état des lieux et enfin des politiques publiques en matière de développement des filières culturelles industrielles.

Avec les autres acteurs (journalistes, administrateurs culturels), il a été question d'un regard critique sur l'évolution de la culture au Burkina Faso et de l'organisation des filières.

3. L'observation comme outil

a. Le cahier d'observation

L'observation a été permanente depuis 2012. Nous avons conçu et entretenu des cahiers d'observation. Nous avons, à chaque fois que cela était possible, été présent à toutes les rencontres culturelles locales ou nationales. Cette présence nous a permis d'entendre et de voir des acteurs s'exprimer sur des sujets comme le financement de la culture, la règlementation, l'organisation des acteurs, etc. Nous avons aussi perçu des attitudes et des propos de début d'un désenchantement vis-à-vis des promesses politiques faites autour des industries culturelles et créatives.

b. Les objets observés

L'observation a permis de nous focaliser sur les entreprises culturelles, l'organisation des acteurs, les textes règlementaires…

Aussi la pluralité des objets observés a permis de déceler des problèmes de gouvernance entre acteurs et des formes latentes, souvent ouvertes, d'inimitié entre acteurs (des expressions comme : *« si un tel est dans le comité de sélection, sachez que je n'enverrai pas mon dossier là-bas. Car on se connait dans ce pays de savane »).* L'observation a construit définitivement en nous l'hypothèse d'une démarche filière des industries culturelles et créatives, gage d'un développement et d'une cohérence des politiques publiques en faveur de la culture tout court. En effet, grâce au programme ARPIC, des acteurs de filières différentes se sont rencontrés et ont réalisé pendant les échanges qu'ils avaient à peu près les mêmes problèmes mais aussi qu'ils pouvaient mutualiser certaines choses, même s'ils sont dans des filières *a priori* opposées (dans les logiques de production). Ainsi, des acteurs de la filière *Livre* ont vu tout l'intérêt de travailler avec les cinéastes ou les musiciens et *vice versa*.

4. Les études de cas comme outil

Contrairement à d'autres pays de la sous-région, le Burkina Faso a connu des succès dans certaines filières. Il s'est positionné comme étant le pays du cinéma avec, non seulement, son festival emblématique, le FESPACO mais aussi avec sa production, dans un passé pas très lointain, exceptionnellement importante, dans les feuilletons télévisés (*Affaires publiques, Vis-à-vis, Commissariat de Tampy, Les Bobo Diouf, Nina*…).

Les études de cas ont été pensées pour compenser l'absence de données sur les filières. Nous avons identifié quelques cas pour laisser voir les trajectoires suivies par les filières et les acteurs

mais aussi les possibilités qu'offrent les industries culturelles et créatives, si un certain nombre de conditions étaient remplies.

Le choix des cas est souvent fonction de la pertinence des informations collectées sur le terrain mais aussi de l'intérêt que le cas présente. Par exemple, dans le cas de la filière *Musique*, les acteurs sont unanimes à reconnaitre que le *Jardin de la Musique*, dénommé *Reemdoogo*, est un cas réussi en matière de structuration de la filière.

5. L'iconographie et la cartographie comme outils

Pour cerner les perceptions qu'ont les acteurs des industries culturelles et créatives dans l'optique de comprendre leur stratégie dans le projet d'industrialisation de la culture, nous avons pensé que les artistes peintres ; les caricaturistes, les dessinateurs de presse pouvaient saisir par leurs pinceaux ou crayons[144] la réalité sociale et dans une certaine mesure nous aider à saisir le réel autour du développement des industries culturelles et créatives au Burkina Faso.

Nous sommes donc parti de l'hypothèse selon laquelle les artistes peintres sont, à travers leurs œuvres, le reflet de certaines tendances de la société. Notre surprise a été de croiser les opinions des acteurs par la suite avec les œuvres des artistes plasticiens sur la perception générale qu'ont les acteurs sur les industries culturelles et créatives.

C'est vrai que ce fut laborieux puisqu'il fallait expliquer ce qu'on voulait sans en influencer le rendu, mais finalement cette démarche a permis de « *capter* » les perceptions des Burkinabè à partir des œuvres produites par les artistes plasticiens. Nous avons conçu sur un carton un espace d'expression précédé de deux questions : *Quels sont les mots qui vous viennent en tête quand on évoque la notion d'industries culturelles ? Représentez / Caricaturez / Dessinez votre idée des industries culturelles.*

Par ailleurs, nous avons utilisé la technique de nuage de mots pour tenter de visualiser les perceptions et le niveau de connaissance des acteurs sur la question des industries culturelles et créatives. Pour y arriver, nous avons systématiquement demandé à tous les individus, auxquels nous avons soumis le questionnaire ou avec lesquels nous nous sommes entretenus, de nous exprimer en quatre mots-clés, leur perception des industries culturelles et créatives. En somme,

144 Par rapport à l'iconographie, voir les travaux de OUEDRAOGO, Jean Bernard. 2006. *Arts photographiques en Afrique*. Paris, France: L'Harmattan ; et CABEDOCHE, Bertrand (2016), « Objectivité et imagerie médiatique à l'heure de la photographie numérique : la quête insoluble », 2016, Hermès, An Academic Reffered Journal In Human and Social Sciences, Vol. 5 issue n° 4, october 2016, pp. 85-116, Cairo University Center for Languages and translation, Le Caire (Égypte).

c'est 219 valeurs différentes qui ont été émises pour exprimer la notion d'industries culturelles et créatives.

D. Description et limites de l'échantillon

Le choix aléatoire est la méthode d'échantillonnage adoptée dans notre travail. La taille de l'échantillon s'est définie en lien avec les objectifs de recherche et aussi avec souvent nos moyens matériels et financiers.

1. Les entreprises culturelles comme cible

Le questionnaire adressé aux entreprises culturelles avait pour objectif, rappelons-le, de dresser une sorte de cartographie des entreprises exerçant dans les filières industrielles de la culture. À partir de cet objectif, nous avons considéré l'ensemble du pays en faisant un travail de recensement systématique. Pareille démarche est motivée par l'absence de données de base pour construire notre travail sur les filières. Nous sommes allé au service statistique de la *Chambre de commerce et d'industrie* du Burkina Faso, mais c'était fastidieux pour les agents de nous sortir la liste des entreprises culturelles à cause d'une nomenclature assez floue. Nous avons donc fait recours à des monographies sectorielles disponibles (dans certaines filières, il existe des bases quoique datant de plus de dix ans). D'ailleurs au départ, la question était de savoir s'il fallait considérer les structures associatives ou considérer uniquement les entreprises constituées ? La *Chambre de commerce* n'enregistre pas les structures au statut associatif. Donc, après analyse et conseil reçu, nous avons décidé de recenser, par le biais des personnes ressources en région, toutes, ou presque, les entreprises culturelles, en prenant en compte le type associatif dont l'action a des répercussions sur l'organisation des filières industrielles et sur les stratégies des acteurs dans la chaine de production. Finalement, nous nous sommes retrouvé avec un échantillon de 1050 entreprises culturelles, exerçant ou ayant une part dans la chaine de valeur des filières des industries culturelles et créatives. Cet échantillon est très évolutif, vu qu'il prend en compte les structures privées et publiques et surtout qu'il intègre les associations qui naissent comme des champignons. Même en considérant le taux de mortalité dans le secteur industriel global, nous pensons qu'au moment du bouclage de notre thèse, ce chiffre de 1050 serait largement dépassé. Pour autant, nous pensons être en mesure déjà de nous faire une idée de la dynamique numérique des industries culturelles et créatives dans le contexte du Burkina Faso.

2. Le questionnaire adressé aux acteurs culturels

Ce questionnaire a touché finalement un échantillon de 167 acteurs, avec pour objectif de recueillir non seulement leurs perceptions des industries culturelles et créatives au Burkina Faso mais aussi de comprendre les enjeux que représentent les industries culturelles pour ces acteurs. Certaines informations ayant été collectées déjà, *via* le questionnaire ci-dessus décrit, nous avons visé un nombre autour de deux cents pour ce questionnaire. Après avoir dépouillé les fiches, nous avons écarté certaines d'entre elles, une dizaine, faute d'informations nécessaires pour l'analyse.

3. Le questionnaire adressé aux consommateurs

Ce questionnaire a touché 237 individus. L'ambition n'étant pas de faire une enquête ou un sondage de la consommation des biens et services culturels (c'est un champ assez vierge dans le contexte du Burkina Faso et qui mérite d'être comblé) mais de saisir la réalité des rapports entre les produits des industries culturelles et les publics, nous avons visé un nombre relatif qui permet de recueillir des opinions tendancieuses sur la consommation des produits culturels. Au départ, nous pensions toucher 300 personnes mais finalement, nous avons eu à traiter 237 fiches. Moins d'une dizaine de fiches ont été écartées au moment du dépouillement.

Comme expliqué dans la section précédente, ces deux questionnaires ont fait l'objet d'un échantillon *partagé ou split ballot*. C'est la raison pour laquelle, lors de la présentation de nos résultats, nous verrons souvent le nombre d'observations qui passe de 167 à 404 ou de 237 à 404. Nous avons jugé bon dans les deux cas, c'est-à-dire avec des cibles différentes, de combiner des informations de même nature, non seulement à but de comparaison mais surtout pour tendre vers un échantillon numériquement important. Les consommateurs et les acteurs culturels peuvent avoir en effet des opinions sur une question générale loin de leur statut de consommateur ou de créateur.

Tableau 3: Tableau récapitulatif de l'échantillon

Echantillon prévu	**Echantillon réalisé**	**Population possible**
Echantillon1 : cartographie des industries culturelles	1050	1000
Sous-total échantillon 1	**1050**	**1000**
Echantillon 2.1 : Acteurs culturels	167	200
Echantillon 2.2 : Consommateurs	237	200
Sous-total échantillon 2	**404**	**400**
Echantillon 3 : Entretiens personnes ressources	38	40
Sous-total échantillon 3	**38**	**40**

Source : Auteur, 2017

4. Description de l'échantillon constitué pour l'entretien semi-directif

Ce sont principalement les responsables d'institutions et les cadres des services publics qui ont été visés. Nous avons pu toucher une quarantaine d'individus avec lesquels nous avons passé en moyenne une heure. D'autres entretiens spontanés ont été entrepris pendant la phase de rédaction sans être comptabilisés.

5. Les limites de l'échantillon

L'une des premières limites de l'échantillon réside dans le déséquilibre des catégories limitant des comparaisons assez pertinentes. Par exemple, pour n'avoir pas défini en amont les effectifs des enquêtés Homme/Femme, il a été impossible dans l'analyse de faire agir la variable sexe dans les réponses des individus ; il en est de même pour les catégories socioprofessionnelles, l'âge des enquêtés et le lieu de résidence de ceux-ci. Nous avons évité toute analyse comparative dans notre travail, par contre, nous avons été à l'aise pour faire agir des variables intra groupes ou catégories. C'est-à-dire pour comprendre la variation des réponses à l'intérieur d'un même groupe catégorisé (homme ou femme ; tranches d'âge ; professions).

E. La collecte des données : techniques et limites

1. Prétest et finalisation des outils de collectes de données

Le premier questionnaire élaboré a été, grâce au prétest, un outil plus digeste et facile à renseigner. À l'origine, nous n'avions pensé qu'à un seul questionnaire qui s'adapterait aux acteurs puis aux consommateurs mais finalement, c'est deux questionnaires distincts qui ont été conçus à partir des remarques venues des prétests. Nous l'avions soumis à une dizaine de personnes de profils différents leur demandant de renseigner le questionnaire soumis en notant le temps mis et en relevant les questions incomprises ou mal formulées selon eux.

a. Le feed-back du prétest

Les retours ont été unanimes au moins sur une chose : la longueur du questionnaire !

- *« Je l'ai renseigné sans difficulté dans l'ensemble. Mon inquiétude se situe au niveau du temps mis pour le renseignement du questionnaire (début: 9h20mn et fin: 11h30mn) Est-ce que les enquêtés seront disponibles pour y consacrer leur temps et surtout mettre le sérieux qu'il faut? Juste une inquiétude. Tout en vous souhaitant, bonne inspiration pour la suite, je vous remercie pour votre confiance.»*, M.S

- *« J'ai pris au moins une bonne trentaine de minutes afin de répondre à ton TRES LONG*[145] *questionnaire», E.S*
- *«J'ai travaillé de 4h à 7h, donc trois heures pour essayer de remplir. Je trouve que le questionnaire est bien construit, les questions bien formulées. Les questions touchent à toutes les dimensions du secteur culturel et des industries culturelles »,* E.B
- *« J'ai mis 1h 25mn »,* D.K
- *« J'ai proposé à deux (02) agents qui ont essayé de s'y soumettre et les deux y ont mis 1h30mn et 1h35mns (certainement parce qu'ils ne sont pas très familiarisés au concept d'industrie culturelle) »,* P.T

Sur cette base, nous avons réalisé l'urgence et l'utilité de réduire de deux façons le questionnaire. La première opération a consisté à élaborer un questionnaire adressé aux consommateurs et un autre adressé aux acteurs culturels. La seconde a concerné des opérations de forme en lien avec le nombre de pages du questionnaire mais aussi à la réduction du nombre de questions en fusionnant certaines questions.

L'autre retour du prétest a révélé l'ambigüité d'un certain nombre de questions.

- *« Techniquement je n'ai rien à reproché [sic] à ce questionnaire. Cependant j'ai colorié la question 30 (parce que je ne l'ai pas comprise) »,* M.S
- *«…Ton questionnaire ASSEZ COMPLIQUE et TRES CIBLE VERS UN PUBLIC AVERTI. Sincèrement j'ai trouvé très compliqué [sic] certaines questions sur les aspects précis des industries culturelle surtout quand on demande des détails ou de préciser, ou argumenter ou commenter »,* E.S.
- *«Je n'ai pas pu répondre à la question 83 parce que je n'ai pas compris. Le questionnaire demande un effort intellectuel et est un peu long, ce qui pourrait être un obstacle et un bon prétexte pour ceux qui n'ont jamais le temps et qui ne peuvent pas se concentrer sur un travail pendant 3 heures de temps.»,* E.B.

b. La finalisation des outils de collecte

Sur la base des résultats du prétest, nous avons procédé à des relectures et à la reformulation des questions. Pour certaines questions, nous avons placé des consignes entre parenthèses.

2. Constitution de l'équipe et formation autour des outils

Le processus de collecte a été conduit par deux catégories d'équipes selon le type d'outil utilisé. La première catégorie, celle des étudiants de niveau licence et master 1, a collecté uniquement les données auprès des publics consommateurs des produits issus des industries culturelles et

[145] La casse est de l'auteur du message

créatives. Pour cette opération, 5 étudiants ont été mobilisés dans les villes de Ouagadougou, Koudougou, Ouahigouya, Banfora et Bobo-Dioulasso.

Nous avons aussi eu recours aux agents-enquêteurs du ministère de la Culture et qui résident en région. L'apport de cette deuxième catégorie d'enquêteurs a été déterminant pour couvrir l'ensemble du territoire national avec les trois types de questionnaires adressés aux entreprises culturelles, aux consommateurs et enfin, aux promoteurs des industries culturelles. Pour réaliser cette collecte, nous avons mobilisé 24 personnes dont 12 enquêteurs et 12 superviseurs, qui sont les Directeurs régionaux de la Culture. Le rôle de ces derniers était de vérifier les fiches et de valider le travail des enquêteurs avant de nous les expédier à Ouagadougou.

Après la constitution des groupes, nous avons procédé à une explication des outils sur, comment remplir le questionnaire ou le faire remplir. Nous avons saisi l'occasion de la tenue du *Festival panafricain du cinéma et de la télévision de Ouagadougou* (FESPACO) pour rencontrer tous les *Directeurs régionaux* (DR). Cette rencontre de présentation et de remise des lots de questionnaires s'est déroulée dans la cour du FESPACO, le 3 mars 2017 entre 10 heures et 12 heures.

3. Conditions d'administration des outils

a. Les outils quantitatifs

Nous avons eu recours à deux modes d'administration du questionnaire.

Le premier mode d'administration s'est opéré à partir d'une version papier. Dans ce mode, deux options ont été mises en œuvre : celle de l'auto remplissage du questionnaire, ou celle d'une interview conduite de bout en bout. Ce dernier cas a été souvent lié à la question de la langue. Sinon, l'auto-remplissage a été privilégié. La nature des questions, la longueur relative du questionnaire, ont milité en faveur de l'auto remplissage avec les difficultés concomitantes.

Un aspect, non moins important, repéré, concerne la tendance, chez les enquêtés qui remplissaient eux-mêmes le questionnaire, à minimiser les interférences et à faire état d'une plus grande liberté de ton et d'opinion. Offrant l'avantage de ne pas mettre mal à l'aise certains enquêtés surtout sur les questions de niveau de connaissance du concept d'industries culturelles et créatives et quant aux perceptions sur les politiques publiques, l'option de l'auto-remplissage du questionnaire nous est apparue la plus adaptée.

Après avoir distribué le questionnaire papier, nous avons déterminé une période de 3 à 7 jours avant de procéder aux relances. Ces relances se sont opérées *via* des SMS, des coups de fils ou

des courriels. Dans d'autres cas, les relances se sont effectuées fortuitement, souvent lors de certaines activités culturelles.

Dès que les fiches étaient renseignées, certains des enquêtés eux-mêmes nous ont appelé au téléphone ou nous ont adressé un SMS ou un courriel pour nous signifier avoir terminé ce remplissage.

Le deuxième mode de soumission du questionnaire a été la version numérique. Cette approche a consisté à monter les questionnaires avec le logiciel *Adobe* qui nous donne des possibilités de formulaires à remplissage direct, quoiqu'en format PDF.

À partir d'une liste d'adresses e-mail, nous avons donc adressé les questionnaires aux acteurs culturels et aux consommateurs, soit environ 600 individus. Les adresses e-mails ont été collectées progressivement de décembre 2012 à décembre 2016 ; à chaque rencontre avec des acteurs lors desquelles nous avons fait circuler avec l'autorisation des organisateurs, une fiche d'inscription ou encore, nous nous sommes souvent arrangé avec les organisateurs pour récupérer la liste de présence à la fin de la rencontre et en faire une copie. C'était un travail fastidieux mais qui a finalement payé puisque ceux-ci représentent environ 40 % des fiches reçues sur l'ensemble de toute l'opération de collecte.

L'option s'est révélé la moins couteuse et finalement, la moins consommatrice de temps. Aussi, pendant le dépouillement et la saisie, les fiches numériques ont montré tout leur avantage en termes de temps de saisie mais aussi en termes de développement des idées. En effet, avec le questionnaire numérique, l'enquêté n'a pas de contraintes d'espace alors qu'avec la version papier, les espaces réservés sont souvent exigus.

Par ailleurs, c'est une option qui permet de franchir les frontières géographiques et de toucher beaucoup d'acteurs dans l'ensemble du pays. Pendant l'enquête, nous avons constaté l'absence de certains acteurs hors du Burkina Faso, alors que leur apport nous était initialement apparu bien nécessaire. En ce cas, une fois encore, la version numérique s'est avérée salvatrice, qui nous a permis de les rejoindre ces enquêtés, même hors du pays.

Pour autant, l'option numérique ne présente pas que des avantages, l'expérience nous a montré ses limites.

La première limite s'est révélée dans la fiabilité des adresses e-mails. Beaucoup de comptes ne sont pas fonctionnels et certains de nos envois ont atterri dans les spams des enquêtés.

Les limites sont aussi apparues sur le terrain de la compétence d'usage de l'outil informatique chez nos enquêtés : beaucoup d'entre eux se sont révélés techniquement limité. D'autres n'avaient pas accès à l'Internet dans leur zone ou encore ne consultaient pas assez fréquemment leur boîte de réception. Pour tous ces cas, nous avons perdu des enquêtés qui auraient pu nous renseigner des questionnaires.[146] C'est justement conscient de cette limite que nous avons prévu les deux modes d'administration du questionnaire.

Il est ainsi arrivé qu'un même individu reçoive la version papier, puis la version numérique. Dans ce cas, il pouvait choisir le mode qui lui convenait, pour renseigner le questionnaire. C'est donc ce qui fait qu'il n'y a pas eu de doublons dans l'utilisation de ces deux modes de collecte.

La deuxième limite est d'ordre technique. Le fichier PDF est certes, conçu pour un remplissage direct mais il est arrivé que des enquêtés essaient, en vain, d'y saisir les informations. Certains n'étant pas habitués à l'outil informatique, d'autres n'ayant pas suivi les consignes, se sont fourvoyés. Enfin, les problèmes de connexion à l'Internet n'ont pas permis à d'autres de télécharger ou encore de nous renvoyer la fiche dans les délais.

Le fait, que nous relatons ci-après sous la forme d'échanges de courriels, est représentatif des difficultés techniques rencontrées par nombre d'enquêtés pour les raisons ci-dessus évoquées.

Encadré 3 : Les contraintes des outils numériques de collecte de données

11 février 2017 :

Bonjour L.H, Je voudrais bien avoir ta contribution dans le travail de recherche que je mène actuellement en me renseignant le document joint. C'est un PDF remplissable directement. Je serai heureux d'avoir un retour en début de semaine (si possible) Jacob Y.

12 février à 9h32 :

Désolé, je viens de constater que mon formulaire n'a pas pris en compte mes réponses. Et je n'ai pas compris ce que je devais faire pour cela ???????.???

12 février 9h35 :

Je viens de lire attentivement et de comprendre que je devais aller sur formulaire...
Je reprendrai plus tard...

12février à 11h55 :

Désolé, Jacob, J'ai rempli trois fois ton formulaire sans pouvoir te l'envoyer.
J'abandonne !!!!!!!!

12 février à 12h16 :

[146] Cette limite technique nous fait penser à l'origine de l'évolution de l'expression *fracture numérique*, englobant désormais aussi bien la question de l'accès, familière aux théoriciens fonctionnalistes, que celle élargie de la compétence, ajoutée par leurs opposants critiques. Lire pour ce faire, CABEDOCHE, Bertrand (2018), "Deconstructing and reconfiguring ICTs and Social Change in the Third Millenium. A state of the African contribution", in Dossier : L'internationalisation de la culture, de l'information et de la communication II : l'emprise progressive des industries de la communication sur les industries culturelles et créatives, *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*, n°18/3A, pp. 5-50, [en ligne le 27 décembre 2017] URL : https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2017-supplementA/01-CABEDOCHE/.

Ce n'est pas grave... Je ne sais pas trop pourquoi vous n'y arrivez pas mais je vais passer avec une version papier dès lundi.
Merci beaucoup. Jacob Y.
12 février à 14h29 :
J'ai réussi à sauvegarder une version PDF remplie que je fais scanner.
En pièce jointe.
12 février à 18h39 :
Cher L.H,
Merci pour cet aboutissement ! C'est inattendu…
Encore merci pour votre contribution très appréciable et surtout pour la solution technique trouvée pour m'apporter votre contribution. Bonne semaine. Jacob Y.

Source : notre enquête de terrain, 2017

b. Les outils qualitatifs

Notons que la plupart des entretiens ont été réalisés dans les espaces de travail des enquêtés. D'autres se sont déroulés dans des espaces définis par les enquêtés eux-mêmes.

Les moyens utilisés ont été, entre autres, la fiche de notes et notre IPad. Nous avons privilégié ces moyens de captation pour leur apparence discrète par rapport au dictaphone. Pour introduire ces outils dans l'acte d'entretien, nous avons rencontré plusieurs cas de figure. Nous soumettions la requête d'enregistrement à l'enquêté qui acceptait ou refusait (rarement) ; ou encore, avec surprise, en nous voyant préparant notre cahier de notes, l'enquêté nous proposait lui-même que nous enregistrions, pour mieux nous souvenir de l'entretien.

- *L'acte d'entretien médiatisé*

Il n'a pas toujours été facile de faire usage des instruments d'enregistrement de son. Quelques fois, la discussion est si rapidement engagée qu'il est impossible d'activer l'enregistrement au risque d'interrompre la dynamique. Dans ces cas, nous nous sommes contenté des prises de notes tout en guettant les opportunités offertes par les pauses ou les « *bruits* » qui interrompent naturellement l'acte d'entretien. Par ailleurs, il est arrivé quelques fois qu'avec la longueur de l'entretien, la batterie de l'appareil se décharge complètement. Dans ces cas (rares), nous avons toujours fait recours à la fonction « *enregistrement* » de notre téléphone portable. Globalement, nous n'avons pas rencontré de difficultés majeures dans l'usage des outils de prise de voix et ces derniers non plus n'ont perturbé la qualité des entretiens.

- *La prise de notes*

Pour tous les entretiens, en plus de l'enregistrement, nous avons privilégié la prise de notes dans un livret que nous avons organisé. Chaque entretien comprend la date, l'heure de début et l'heure de fin, le lieu de l'interview, le nom de l'interviewé et son statut ou fonction. Nous avons tracé une marge qui nous a servi à fixer les interrogations et les points sur lesquels nous

souhaitions obtenir plus de précisions de la part de l'interviewé ou approfondir ou encore vérifier certains points de la recherche.

- *Périodes et durée de l'enquête*

Le travail de collecte a été entrepris à des périodes différentes selon le type de cible et en fonction des opportunités.

Le questionnaire pour le recensement des acteurs et entreprises culturelles a été administré de septembre à décembre 2014. L'opportunité nous avait été offerte grâce à un programme du ministère de conduire ce travail dans un double objectif : rendre compte à l'autorité de la taille des entreprises culturelles au Burkina Faso et élargir notre collecte de données pour notre recherche.

Les questionnaires administrés aux consommateurs et acteurs culturels l'ont été de décembre 2016 à avril 2017.

Les entretiens se sont déroulés selon les opportunités mais l'essentiel a été fait entre février et mars 2017.

c. Le traitement des données quantitatives

– *Dépouillement et traitement des données brutes*

Après la centralisation des fiches à travers toutes les régions du Burkina Faso, au moment de leur traitement, nous avons pris le temps qu'il fallait pour juger de la qualité des informations recueillies et de la cohérence des réponses. Par exemple, quand un enquêté n'avait pas répondu à une question précédente sur la possession d'un téléphone portable ou d'un téléviseur et qui, à la question suivante, renseignait la fréquence d'utilisation du téléphone portable ou du temps mis devant le petit écran, nous avons procédé à des ajustements en y apportant nous-même les réponses logiques correspondantes. Pour certaines fiches, nous avons retourné un message aux auteurs pour solliciter des informations complémentaires, concernant surtout la variable âge et sexe.

Dans toutes ces situations, nous avons su trouver des réponses appropriées pour rendre exploitables les fiches (fort heureusement, les cas de fiches à compléter ont été minoritaires). Les fiches pour lesquelles nous n'avons pas été capable d'obtenir des informations complètes ont été tout simplement exclues de l'effectif des individus interrogés.

C'est après ce travail prégnant mais incontournable (surtout dans le cas où certaines fiches ont été saisies par une équipe d'opérateurs de saisie) que nous avons entamé la longue période de saisie. La saisie a été faite *via* les logiciels *Sphinx* et *Excel*.

Nous avons fait appel, en plus de notre propre investissement, à une équipe de deux personnes pour les opérations de saisie des données issues des fiches renseignées et traitées.

Après la saisie, le travail de vérification a été nécessaire pour s'assurer qu'avec les deux équipes d'opérateurs de saisie, il n'y avait pas eu de doublons et avec les paramètres des logiciels, vérifier les champs vides. Nous avons, à travers cette précaution, corrigé les fautes de saisie et entrepris des ajustements.

Après cette dernière vérification, nous avons généré les données (tableaux et graphiques) à partir d'un *tri à plat*, puis d'un *tri croisé.*

Pour la confidentialité des données collectées, et pour protéger l'identité des enquêtés (comme souhaité par certains d'entre eux), nous avons codifié les fiches.

Dans la suite du document, il sera fréquent de rencontrer alors des codes comme FiCo ou FiAc pour caractériser respectivement les individus ayant répondu aux questionnaires adressés aux consommateurs (FiCo1) et aux acteurs culturels (FiAc1).

Pour le traitement et pour les besoins de l'analyse, des données non quantitatives incrustées dans les deux et trois questionnaires ont été récupérées dans un fichier de traitement de texte. Dans le cas des deux questionnaires respectivement adressés aux acteurs culturels et aux consommateurs, nous avons également procédé à une traduction de plusieurs variables en données quantitatives. Le point abordant le niveau de connaissance du concept d'industries culturelles et créatives a fait appel à plusieurs indicateurs tels qu'une définition personnelle du concept, des mots-clés pour traduire l'idée d'industries culturelles, l'énumération d'industries culturelles et enfin, la référence à des produits issus des industries culturelles. Avec tout cela, nous avons procédé à un arbitrage raisonné sur les 404 individus des deux cibles, pour en dégager quatre modalités quantifiables : « *Aucune connaissance des industries culturelles » ; « Connaissances vagues des industries culturelles* » ; « *Assez bonne connaissance des industries culturelles »* et enfin « *Bonne connaissance des industries culturelles* ».

– *Caractéristiques sociodémographiques des enquêtés*

D'abord pour ce qui concerne le questionnaire adressé aux acteurs culturels, il est important de préciser que toutes les variables n'ont pas fait l'objet de tri-croisés.

La variable indépendante « *âge* » des trois types de population cible, comme les tableaux ci-dessous le montrent, ne dispose pas d'effectifs suffisamment homogènes pour prétendre à des comparaisons ou les faire agir sur d'autres variables (dépendantes).

Tableau 4: L'état des âges des enquêtés selon leur statut

Age	Effectif consommateurs culturels	Effectif consommateurs (échantillon partagé)	Effectif acteurs culturels
Moins de 20	3	3	-
De 20 à 30	98	133	35
De 30 à 40	92	169	77
De 40 à 50	40	77	37
De 50 à 60	3	17	14
60 et plus	1	5	4
TOTAL	**237**	**404**	**167**

Source : notre enquête de terrain, 2017

À propos de la variable indépendante « *sexe* », les écarts sont assez frappants. Dans certains contextes comme celui des acteurs culturels, il est pratiquement impossible de trouver plus de femmes que d'hommes. Du même coup, nous n'avions pas trouvé pertinent d'inférer cette variable dans l'analyse.

Tableau 5: Répartition des enquêtés selon le sexe et le statut

Sexe	Effectif acteurs culturels	Effectif consommateurs	Effectif des consommateurs (échantillon partagé)
Homme	145	177	322
Femme	22	60	82
TOTAL	**167**	**237**	**404**

Source : notre enquête de terrain, 2017

Le niveau d'études comme variable a été celui qui nous renseigne sur le profil scolaire de nos enquêtés, mais cette variable n'a pas été retenue pour expliquer la variation des opinions sur d'autres questions.

Tableau 6: Répartition des enquêtés selon le niveau d'études et le statut

Niveau d'études	Effectif des acteurs culturels	Effectif consommateurs	Effectif consommateurs (échantillon partagé)
Primaire	6	5	11
Secondaire	34	48	82
Supérieur	127	183	310
Aucun	-	1	1
TOTAL	**167**	**237**	**404**

Source : notre enquête de terrain, 2017

Quoique pertinent dans l'analyse des pratiques des consommateurs, le lieu de résidence n'a pas été suffisamment équilibré pour donner pertinence à l'analyse.

Tableau 7:Répartition des acteurs culturels selon la région de résidence

Région de résidence	Acteurs culturels	Consommateurs	Consommateurs
Région du Centre	76	98	174
Région du Centre-Sud	3	13	16
Région du Centre-Nord	11	8	19
Région du Centre-Est	9	15	24
Région du Centre-Ouest	6	26	32
Région des Hauts-Bassins	7	13	20
Région des Cascades	11	7	18
Région du Sud-Ouest	3	0	3
Région du Mouhoun	8	4	12
Région du Nord	12	16	28
Région du Sahel	6	5	11
Région de l'Est	10	21	31
Région du Plateau Central	5	11	16
TOTAL	**167**	**237**	**404**

Source : notre enquête de terrain, 2017

d. Le traitement des données qualitatives

– *La retranscription des entretiens et mise en forme du corpus*

La retranscription des entretiens[147] est l'une des tâches les plus chronophages, mais incontournables. Un entretien d'une heure a pris en moyenne 4 heures pour la retranscription.

Certains de ces entretiens ont été retranscrits par des étudiants de bonne volonté. Nous n'avons pas retranscrit certains enregistrements audio de ces entretiens mais simplement nous les avons écoutés à plusieurs reprises pendant la rédaction pour y extraire des propos et idées fortes venant des enquêtés.

Pour le traitement des entretiens, une fois la retranscription des entretiens effectuée avec le plus de fidélité possible, nous avons procédé à une analyse de contenu (c'est-à-dire en nous concentrant sur les contenus thématiques ou séquentiels). Nous avons regroupé des propos d'enquêtés que nous avons jugé significatifs autour de chaque chapitre ou section de chapitre à rédiger.

[147] L'ensemble des entretiens retranscrits et organisés se trouve dans les annexes.

– *Analyse par ligne ou une analyse par colonne ?*[148]

Nous avons aussi lu systématiquement les entretiens retranscrits. Deux types d'analyses ont été privilégiés : une analyse *par colonne* appelée encore analyse « *verticale* » et une analyse *par ligne* encore appelée analyse « *horizontale* ». Le choix de l'analyse par colonne a permis de nous intéresser aux discours de chaque interviewé. Il était nécessaire pour nous de procéder de la sorte : au regard de la nature du sujet. Nous avons rencontré des enquêtés qui, malgré la thématique abordée, revenaient, comme pour insister sur le rôle de l'État ou ceux du privé et des consommateurs dans le développement des industries culturelles et créatives. D'autres ne lâchaient pas la question des difficultés (liées à la production, à l'organisation des acteurs). Seule alors, la lecture intégrale de l'interview retranscrit a permis de repérer ces formes et d'enrichir l'analyse.

Par ailleurs, au regard des profils souvent très différents des interviewés et qui ne partagent pas toujours les mêmes préoccupations, nous avons fait usage surtout dans la partie 1 de notre travail d'une analyse « *par ligne* ». Elle nous a conduit à établir un plan thématique. C'est surtout dans la deuxième et troisième partie que nous avons fait usage de cette méthode d'analyse.

Pour les entretiens, des codes ont été attribués pour garantir l'anonymat des enquêtés : par exemple E1 pour Enquêté n°1.

F. Les difficultés rencontrées

Les difficultés n'ont pas manqué sur l'ensemble du parcours mais, loin de nous empêcher d'avancer, ces difficultés ont été transformées en opportunités.

[148] L'analyse *par ligne*, appelée également *analyse horizontale*, s'intéresse aux discours recueillis sur chaque thématique. Quels sont les thèmes les plus développés ou inversement les moins présents ? Comment peut-on expliquer ces variations ? Comment les thèmes sont-ils présentés ? Retrouve-t-on des arguments, des expressions récurrentes ? Sont autant de questions auxquelles l'analyse par ligne s'intéresse.
L'analyse *par colonne*, appelée également *analyse verticale*, s'intéresse aux discours de chaque personne interviewée. Sont-ils cohérents ou contradictoires ? Peut-on dégager un « profil de réponses » pour chaque enquêté ? Comment expliquer les proximités ou les différences observées sont autant de questions auxquelles l'analyse par colonne s'intéresse. Cf. BRECHON, Pierre, Stéphanie ABRIAL, Jean-Paul BOZONNET, Frédéric GONTHIER, Séverine LOUVEL, et Vincent TOURNIER. 2011. *Enquêtes qualitatives, enquêtes quantitatives*. Grenoble, France: Presses Universitaires de Grenoble. Politique en plus.

1. Les difficultés d'accès aux données

Cette difficulté n'est pas seulement liée au refus catégorique de nous les fournir mais aussi à l'absence de données organisées, susceptibles de nous aider à comprendre, le développement culturel au Burkina Faso à partir de l'organisation des filières, les stratégies des acteurs.

Face à cette difficulté, et dans le cadre d'un travail dans une certaine mesure pionnier[149], nous avons adopté une démarche empirique, avec toutes les contraintes (financières, physiques et matérielles, techniques, méthodologiques…) que cela suppose. Nous avons aussi fait un travail de recoupement des corpus assez disparates.

2. Les autres difficultés

L'autre difficulté est en lien avec le financement de notre thèse. Il est clair que la recherche a un cout, mais nous n'avions pas imaginé qu'elle pouvait nous épuiser financièrement de sorte à semer de façon récurrente des doutes en nous. La famille en a subi les conséquences, malgré toutes les précautions. Dès la première année, nous avons entrepris des démarches pour nous procurer une bourse d'étude. Mais aucune de ces démarches n'a abouti. Finalement, nous avons compté avec nos revenus pour contracter des prêts auprès de la banque. Nous avons aussi conjugué des contrats de prestations de services pour parvenir à satisfaire nos besoins. Comme revers de cette galère financière, nous avons dû gérer le retard pris dans le travail. Le cercle était vicieux, entre l'avancée de la recherche dans les délais et le délai que supposait la recherche d'argent.

Finalement, nous y sommes parvenu, avec le sacrifice, la volonté et la générosité des uns et des autres.

Nous avons affronté d'autres difficultés d'ordre pédagogique qu'il serait fastidieux d'étaler ici, surtout que, aujourd'hui, nous éprouvons la satisfaction de l'aboutissement de ce travail.

149 Nous rappelons ici la thèse d'Émile ZIDA, qui vient d'être soutenu sur le même thème et sur le même terrain. Lire ZIDA, Raguidissida, Émile (2018), *Les industries culturelles dans les pays d'Afrique subsaharienne : le cas du Burkina Faso*, sous la direction du professeur Bertrand CABEDOCHE, avec les professeurs Bernard MIÈGE, professeur émérite de l'Université Grenoble Alpes, Pierre MŒGLIN de la MSH Paris Nord, Serge Théophile Balima, de l'Université de Ouagadougou et Francisco d'ALMEIDA, Directeur général adjoint de *Culture et Développement*, Université Grenoble Alpes, 2 mars 2018.

G. Aperçu des parties et des chapitres de la recherche

1. La première partie

La première partie de notre travail, « *Émergence des industries culturelles et créatives au Burkina Faso : mise en perspective des éléments contextuels* », traite un pan de notre problématique en prenant en considérant les politiques et les contextes d'émergence des industries culturelles et créatives.

Le chapitre 1 évoque en effet les politiques et les stratégies développées et mises en œuvre depuis les indépendances à nos jours. Ce chapitre révèle l'environnement qui a caractérisé et continue de caractériser le développement des industries culturelles au Burkina Faso. Les indicateurs comme le budget de la culture, les textes de lois (et surtout leur application), le cadre institutionnel et aussi l'organisation des acteurs, montrent un contexte particulièrement difficile pour l'émergence des filières. Les pouvoirs publics assurent le strict minimum avec une rhétorique maximum sur le rôle cardinal de la culture. Le chapitre, sans le dire, touche également la pertinence des approches projets/programmes comme approches de développement. Les projets sont implémentés avec enthousiasme et laissent derrière eux, à la fin de la mission, d'énormes attentes mais de faibles moyens. C'est finalement assez pernicieux de partir d'objectifs et d'intentions louables et fondés pour ne constater à la fin que peu d'impact. Dans ce contexte, le chapitre pose la question de la pertinence et de l'efficacité des politiques publiques culturelles, la gouvernance des initiatives culturelles et la volonté de voir la situation changer.

Le chapitre 2 pouvait venir avant le premier pour l'approche historique adoptée pour l'écrire. Il met en effet, un point sur les trajectoires et les contextes d'émergence des industries de la culture au Burkina Faso en proposant trois temporalités majeures dans l'histoire d'industrialisation de la culture au Burkina Faso. La première temporalité qui vient après les indépendances de 1960, présageait la seconde temporalité intervenue dans les années 1990. La troisième temporalité, dans laquelle nous sommes toujours, est enclenchée depuis les années 2000 et prépare la quatrième temporalité qui pourrait être imminente avec les mutations en cours. Ce chapitre par ailleurs capte chez les acteurs quelques éléments de perception et met à jour les intentions divergentes desdits acteurs vis-à-vis du projet de développement des industries culturelles et créatives au Burkina Faso.

En somme, ces deux chapitres vont nous édifier sur notre première hypothèse en lien avec le développement des industries culturelles au Burkina Faso. En effet, les politiques publiques, le

cadre institutionnel, les discours et les pratiques, les budgets alloués ou encore les programmes et projets conçus et mis en œuvre, sont autant d'indicateurs qui renseignent notre première hypothèse.

2. La deuxième partie

La deuxième partie de notre recherche « *Les industries culturelles au Burkina Faso : des filières en tension (cinéma, audiovisuel et musique)*» est composée de deux chapitres. Elle concentre l'analyse autour des deux voire trois filières traditionnelles qui sont le cinéma, l'audiovisuel et la musique enregistrée. Ces filières ont amorcé leur émergence plus tôt que les autres mais de fortes tensions les caractérisent encore aujourd'hui et influent sur leur plein essor.

Le chapitre 3 est consacré au cinéma et à l'audiovisuel et revient sur les enjeux que présente une telle filière pour le pays d'une part et l'analyse de la chaine de valeur, d'autre part. La situation particulière du cinéma et de l'audiovisuel fait penser à la notion de *champ* développée par le sociologue français Pierre BOURDIEU[150]. Les luttes à l'intérieur du champ dynamisent les positions (acquises ou conquises) sans cesse remises en jeu.

On sait qu'un aspect de la fierté du Burkina Faso est aussi lié au 7e art avec son emblématique festival, le FESPACO, mais comme on dit au Burkina Faso, l'arbre ne doit pas cacher la forêt et donc le chapitre relève les forces qui entravent la bonne croissance de la filière en question.

Le chapitre 4, quant à lui, analyse la filière Musique enregistrée. Il fait remarquer l'envol de la filière des années 1990, puis la crise qui la secoue depuis lors. Les stratégies des acteurs sont donc analysées et la chaine de valeur passée en revue.

C'est dans cette deuxième partie que l'on ressent (avec la production audiovisuelle et phonographique) la dialectique du tube et du catalogue se comporter un peu différemment. L'autoproduction (donc la faible financiarisation) qui caractérise actuellement les deux filières, n'enlève pas cette pression liée à l'incertitude et au caractère volatil des produits culturels

[150] « *Le champ est un microcosme social relativement autonome à l'intérieur du macrocosme social. Chaque champ (politique, religieux, médical, journalistique, universitaire, juridique, footballistique…) est régi par des règles qui lui sont propres et se caractérise par la poursuite d'une fin spécifique. Ainsi, la loi qui régit le champ artistique (l'art pour l'art) est inverse à celle du champ économique (les affaires sont les affaires). Les enjeux propres à un champ sont illusoires ou insignifiants pour les personnes étrangères au champ : les querelles poétiques ou la lutte d'un journaliste pour l'accès à la Une semblent futiles à un banquier, et les préoccupations d'un banquier sont mesquines pour un artiste ou pour un militant écologique. La logique d'un champ s'institue à l'état incorporé chez les individus engagés dans le champ sous la forme d'un sens du jeu et d'un habitus spécifique…* », WAGNER, Anne-Catherine « Champ », *Sociologie* [En ligne], Les 100 mots de la sociologie, mis en ligne le 01 février 2016, consulté le 10 juillet 2018. URL : http://journals.openedition.org/sociologie/3206.

industrialisés. Les mutations techniques et technologiques dans les deux filières structurent la création, la production et dans une certaine mesure la distribution et la commercialisation.

En somme, la deuxième partie situe mieux le rôle de l'État dans ses insuffisances structurelles et aide à construire mieux la nature des politiques publiques.

3. La troisième partie

La troisième partie de notre recherche, « *Des industries culturelles aux industries créatives : structurations de filières émergentes et restructurations de filières existantes* », est composée de trois chapitres et fait une analyse des filières dites émergentes. Elle est caractéristique de la problématique des industries culturelles et créatives puisqu'elle donne la part belle à l'analyse des industries créatives en structuration et aussi aux industries culturelles déjà existantes en restructuration depuis les années 1990 avec les politiques.

Ainsi, le chapitre 5 est consacré à l'analyse de la filière *Livre* et édition littéraire. Le chapitre exprime à partir des pratiques en cours dans la filière *Livre* ce que vaut ou pourrait valoir l'engagement des pouvoirs publics. En effet, la filière attend, depuis le tournant des années 2000, une expression forte de la volonté de l'État sur la question de l'édition des manuels scolaires et le développement de la lecture publique comme relevant de sa souveraineté. Mais, comme expliqué dans ce chapitre, l'État semble ne pas comprendre les enjeux et ainsi maintient la filière et ses acteurs dans l'inconfort.

Le chapitre 6 s'intéresse à la filière jeux vidéo dans l'optique de comprendre mieux cette filière qui, au plan mondial, est en pleine croissance économique et numérique (en termes de nombre de joueurs et d'acteurs) ; le chapitre permet de situer la place du Burkina Faso dans ce mouvement mondial des jeux vidéo en tant qu'industries culturelles particulières ; il rappelle le rôle des acteurs dans la structuration de nouvelles filières. Et cela passe par la capacité de ceux-ci de cerner les enjeux et d'adopter des stratégies adéquates.

Le chapitre 7 traite la question de la filière *Design et artisanat d'art* d'une part, et la filière *Mode* et *textile* de l'autre. Ces filières relèvent des industries créatives pour les raisons évoquées dans le chapitre préliminaire notamment la faible reproductibilité industrielle, l'organisation du travail, le modèle économique pour ne rappeler que ces caractéristiques.

En somme, la troisième partie invite d'une part à penser le rôle de l'État et des acteurs dans l'émergence et la structuration de filières renouvelées comme le livre dans les années 1990 et la mode dans les années 2000 ; et d'autre part le rôle de l'État toujours dans la structuration et

le développement de nouvelles filières porteuses de richesses et de symbolisme, voire d'identité. Le cas du jeu vidéo et du design.

Toutes les trois parties convergent vers la compréhension de l'émergence des industries culturelles et créatives au Burkina Faso et la structuration actuelle des filières culturelles industrielles. Les politiques et les stratégies d'acteurs constituent, de ce fait, l'angle d'attaque.

PREMIÈRE PARTIE

Émergence des industries culturelles et créatives au Burkina Faso : mise en perspective des politiques et éléments contextuels

Partie 1 : Émergence des industries culturelles et créatives au Burkina Faso : mise en perspective des politiques et éléments contextuels

Introduction générale de la première partie 1

Classé parmi les pays les moins avancés du monde, le Burkina Faso tire ses principales richesses à travers l'agriculture et l'élevage, et plus récemment l'exploitation minière.

En 2012, une étude sur les impacts de la culture dans le développement économique et social a été réalisée. Cette étude a contribué à mettre en exergue le rôle de la culture dans le développement du Burkina Faso, sur le plan social et économique.

Sur le plan économique, la culture a généré en 2009 un taux de 2,02 % au PIB, soit 79 677 millions de francs CFA en termes de création de richesse. En termes de création d'emplois, au total 164 592 personnes ont été employées en 2009 dans le secteur de la culture, représentant 1,78 % des actifs occupés. C'est donc dans un contexte plutôt problématique que le développement des industries culturelles et créatives se tisse depuis quelques années.

Les chapitres 1 et 2 de la première partie de notre travail analyse les politiques et les contextes de développement des industries culturelles dans une perspective diachronique avec une approche quelquefois sociohistorique. Des politiques publiques portées par les régimes qui se sont succédé aux initiatives privées éprouvées (toujours) par le manque de moyens mais agaillardies par la passion de l'art, il y a eu toujours cette constance voire une permanence de l'idée de développement culturel. Les premières heures de l'État souverain ont été marquées par la volonté de porter la Haute-Volta sur la scène internationale en faisant de la culture un outil de rayonnement de la République ; la période révolutionnaire a, quant à elle, développé la culture de masse (populaire) pour en faire un outil de conscientisation voire d'endoctrinement face au néo-colonisateur et à l'impérialisme. Ce n'est finalement qu'au tournant des années 1990 que le pays et les acteurs culturels, contraints par un ensemble de facteurs conjoncturels, ont entamé une véritable réflexion sur la perspective économique de la culture avec la création des premières entreprises culturelles organisées.

Les chapitres alors révèlent que l'essor actuel des industrielles culturelles et créatives au Burkina Faso n'est le fruit d'un hasard mais plutôt le résultat d'un ensemble d'actions voulues ou imposées, concertées ou occasionnelles voire opportunistes. Ces deux chapitres apportent déjà quelques éléments de réponse à l'une de nos hypothèses en lien avec le projet de développement des industries culturelles au Burkina Faso qui serait la résultante d'un mimétisme et d'un opportunisme. Les contextes institutionnel, juridique, budgétaire sont entre autres indicateurs qui renseignent sur le caractère vacillant des politiques publiques et autres initiatives privées en matière de développement de la culture en général et des industries culturelles et créatives en particulier.

L'émergence du concept d'industries culturelles est tout à fait récente au Burkina Faso puisqu'il n'a émergé dans les documents officiels et dans les discours politiques que dans les années 1990 avant de s'émanciper dans la dernière décade 2010. Cette émergence, somme toute, récente explique d'une manière ou d'une autre le niveau de maturité des filières et les stratégies des acteurs. Ces deux chapitres préfigurent alors la compréhension des chapitres consacrés à l'analyse des filières dans la troisième partie de notre travail.

Chapitre 1 :
Politiques de développement des industries culturelles et créatives au Burkina Faso : entre mimétisme et adaptation

Introduction

Les premières traces des initiatives de développement des industries culturelles se trouvent, dans les réflexions menées au sein de l'UNESCO, dès la fin des années 1960, sur le rôle que doivent jouer les activités culturelles dans la vie économique des pays qui viennent à peine de conquérir leur indépendance. L'accent est mis sur la simultanéité entre développement économique et social d'une part, et développement culturel d'autre part. Le projet est de mettre la culture au service du développement. L'intention de départ est, nous semble-t-il, restée un projet intact même si les moyens de mise en œuvre ont considérablement changé.

Dans les années 1970 et 1980, le *développement culturel* a été pensé et mis en œuvre au Burkina Faso (et même dans la plupart des États d'Afrique Occidentale d'expression française) par l'État et ses services, avec l'appui de l'UNESCO principalement. Les initiatives privées (dans la perspective marchande de la culture) ne sont apparues que bien plus tard, dans un contexte de conjoncture économique encourageant la dérégulation, et de démission de l'État vis-à-vis de certains secteurs jugés non prioritaires par les institutions de Brettons Woods dont la Banque mondiale et le Fonds monétaire international (FMI).

Depuis 2000, et surtout à l'orée des années 2010, le *développement culturel* prenant appui sur les industries culturelles, est au centre des discours et des actions au Burkina Faso et aussi dans la sous-région Ouest-africaine. Timidement, mais de façon constante, les discours volontaristes des pouvoirs publics, reprenant d'ailleurs à l'unisson les concepts d'industries culturelles, d'industries créatives et d'économie de la culture sont florès. Des espoirs naissent et le syntagme d'industries culturelles enchante plusieurs acteurs pour sa capacité présumée à soutenir les efforts de développement. Les discours entendus sur cette période, insistent sur l'impérieuse nécessité de promouvoir les industries culturelles et le rôle déterminant de ces dernières dans le développement économique et social des « *Pays en voie de développement* ».

Cette insistance sur les liens entre développement économique des pays du Sud et développement des industries culturelles est une constante depuis près de vingt ans. En effet, l'enjeu du développement des industries de la culture dans les pays du Sud ne surgit véritablement dans le débat international qu'au cours des années 1990. À partir de cette période, certains acteurs des plus remuants des institutions internationales dont la France, le Canada, etc. et au premier chef, l*'Organisation internationale de la Francophonie* (OIF), entendent promouvoir *l'exception culturelle* en tant qu'outil de défense culturelle ; par exemple, à l'occasion du sommet de le Francophonie à l'Île Maurice en 1993[151] et par la suite, la diversité des expressions culturelles que l'UNESCO propose alors aux États membres sous la forme d'une Convention qu'elle leur demande de ratifier par signature, valant engagement le 25 octobre 2005[152].

Dans ce contexte, comme les autres pays en Afrique francophone, le Burkina Faso engage des actions montrant sa bonne foi vis-à-vis des institutions internationales et réaffirmant sa volonté de sortir de la pauvreté par tous les moyens. Des stratégies et des politiques sont élaborées, avec souvent l'accompagnement desdites institutions internationales.

Ce chapitre se propose donc de passer en revue tout le chemin parcouru par le Burkina Faso pour la mise en œuvre de ce que nous pouvons appeler le « *projet de développement des*

151 Lors de ce sommet, une résolution sur *l'exception culturelle* au GATT (aujourd'hui OMC) a été adoptée pour s'opposer aux États-Unis d'Amérique qui travaillent à libéraliser les services et les biens culturels d'une part et affirmer le rôle de l'État et des Collectivités dans la promotion, la protection et le rayonnement des industries culturelles nationales et régionales à l'intérieur de leur pays respectif, mais aussi au niveau international.

152 La 33e Conférence générale de l'UNESCO a adopté, sans les voix des représentants d'Israël et des États-Unis d'Amérique, la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*. Elle est comme un prolongement de la Déclaration universelle sur la *diversité culturelle* de novembre 2001 et même de la *Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel* adoptée en 2003. Le Burkina Faso a adopté toutes ces conventions.

industries culturelles et créatives ». Quel est l'état de l'environnement qui a prévalu jusque-là au développement des industries culturelles ? Quels sont les moyens mis en œuvre ? Quels sont les rôles joués par chacune des parties ? *In fine*, le chapitre nous situe un tout petit peu sur les politiques publiques en matière d'industries culturelles et créatives au Burkina Faso, à partir de l'analyse de l'environnement institutionnel et juridique et également, à partir des ressources et matériel alloués.

Méthodologiquement, le présent travail s'appuie sur des publications scientifiques antérieures de l'auteur, publiées dans différents pays et une prospection d'articles regroupés autour du mot-clé *Communication internationale*, d'abord au sein de la revue *Les Enjeux de l'Information et de la Communication*. Il se nourrit parallèlement d'incursions complémentaires dans d'autres revues à comité scientifique et ouvrages structurants de la discipline en France. La présente communication se propose déjà d'en explorer les fondements au moment de la constitution de la discipline, avant que, les paradigmes ainsi identifiés, la conclusion n'évoque des pistes d'analyse théorique, conceptuelle et méthodologique, telles qu'elles seront développées pendant les quelque quarante années suivantes.

I. Des politiques et des stratégies tous azimuts

Cette section présente des éléments de politiques et de stratégies majeures qui ont marqué d'une pierre blanche la marche des industries culturelles au Burkina Faso. Elle est complétée par le chapitre suivant avec un découpage temporel de ces politiques et stratégies.

A. Eléments de politique culturelle au Burkina Faso

Les qualifications de certaines politiques, soit d'implicite ou explicite ou d'informelle ou formelle, tiennent à cette perception que nous avons de la pratique des politiques culturelles. Nous nous démarquons de ceux qui pensent que l'appellation *politique culturelle* ne renvoie systématiquement qu'à l'élaboration d'un beau document de plusieurs pages, aussitôt rangé dans les tiroirs de l'administration publique. Nous préférons d'abord définir *politique culturelle*[153] comme l'ensemble des usages et actions (ou absence d'actions) pratiqués consciemment et délibérément, dans une société, destinés à satisfaire certains besoins culturels par l'utilisation optimale de toutes les ressources matérielles et humaines se trouvant à la disposition de cette

[153] La politique culturelle renvoie, selon l'UNESCO, aux politiques et mesures relatives à la culture, à un niveau local, national, régional et international, qu'elles soient centrées sur la culture en tant que telle, ou destinées à avoir un effet direct sur les expressions culturelles des individus, groupes ou sociétés, y compris sur la création, la production, la diffusion et la distribution d'activités, de biens et services culturels et sur l'accès à ceux-ci (définition tirée de la convention de 2005).

société à un moment donné. Nous passerons alors en revue les politiques des années d'indépendances sans nous y attarder (puisque le chapitre suivant y reviendra, puis celles des années révolutionnaires. Les analyses de cette période nous introduiront aux nouvelles politiques et stratégies de développement des industries culturelles.

1. Contenus des politiques culturelles: la dialectique de la raison et du cœur

En octobre 2005, la Communauté internationale sous l'égide de l'UNESCO a adopté la *Convention pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*. C'est un outil normatif dont le contenu affirme le droit souverain des États à formuler et mettre en œuvre des politiques culturelles propres à leurs contextes et réalités. Avant cette période, la Haute-Volta, aujourd'hui Burkina Faso, a connu des orientations plus ou moins claires en matière de politiques culturelles[154].

Les politiques culturelles avant et juste après les indépendances étaient toutes *implicites.* Elles n'étaient consignées dans aucun document clair et elles n'étaient accolées à aucune stratégie orientée vers le développement des filières culturelles.

Après la proclamation des indépendances, l'acte fort pris dans le cadre global de la culture a été constitué par la création en 1962 du *Musée national*. Il a fallu attendre en 1971 pour voir émerger une administration culturelle publique. Les politiques de cette époque étaient donc pour la plupart portées par des volontaires, des passionnés, des associations. La perspective économique de la culture était absolument absente dans la démarche des acteurs (associatifs) et dans le discours officiel public.

Au tournant des années 1970, les circonstances de la vie politique et sociale du pays vont contraindre à associer plus étroitement politique et action culturelles. Parmi les quelques actions susceptibles de constituer des actions de politique culturelle, nous retenons tout particulièrement la nationalisation des salles de cinéma en 1970 par le gouvernement de Marc Tiemoko Garango. Celles-ci sont ainsi retirées de la gestion des sociétés étrangères (COMACICO, SECMA…), ainsi que la distribution et l'exploitation des salles de cinéma, avec à la clé la mise en place d'une structure nationale, la SONAVOCI, et une politique de billetterie nationale. Au niveau de l'édiction littéraire, c'est principalement la création en 1970 de la Bibliothèque nationale qu'il convient de retenir en tant qu'élément d'un début de politique culturelle. Les autres filières, comme la musique, revêtaient encore plutôt un caractère

154 Cf. section suivante, p. 127 et suivantes.

folklorique, et tout juste utile pour animer les rencontres et voyages officiels du chef de l'État. Les nombreux groupes et orchestres musicaux n'avaient pas d'autres vocations que de chanter l'indépendance retrouvée, l'identité des peuples noirs et les réalités sociales des Voltaïques. Les activités de ces associations et groupes se faisaient dans les concessions privées et manquaient d'espaces de diffusion. Ce qui nous fait dire que l'époque d'après les indépendances est une époque de balbutiements sur la portée économique de la culture et des politiques implicites, orientées vers la dimension anthropologique de la culture. La dynamique culturelle de cette époque, rappelons-le, est portée par les acteurs privés organisés en associations (CALAHV) ou en groupes d'amis (FESPACO), sans perspectives entrepreneuriales ou commerciales.

Cette réalité va se prolonger jusque dans la période dite révolutionnaire, autour des années 1980. Les politiques culturelles qui ont marqué la période révolutionnaire sont à la fois implicites et explicites ou informelles et formelles. Implicites parce que les leaders de la Révolution ont utilisé la culture comme moyen d'atteindre les objectifs du mouvement communiste ; explicites parce que des actions majeures ont été posées et ont donné lieu à des politiques publiques de la culture. Tel est le cas de la construction d'infrastructures culturelles : les maisons de jeunes et de la culture, les théâtres populaires, les salles de cinéma. C'est une période de *démocratisation de la culture*, avec un objectif implicite, politique et idéologique : la mobilisation des masses autour du projet communiste de la Révolution du 4 août 1983 luttant contre l'impérialisme, le néocolonialisme et bien d'autres « *péchés* » de l'époque. La période révolutionnaire va « *tuer* » beaucoup de ces initiatives privées et personnelles de la période précédente, pour des causes idéologiques principalement. La politique culturelle était portée par les leaders de la Révolution et toutes les actions devaient alors (sans concession) converger vers l'idéal révolutionnaire contenu dans le Discours d'orientation politique (DOP) prononcé le 2 octobre 1983. L'une des causes de la disparition ou de la léthargie de certaines structures culturelles, dont nous évoquerons les cas dans la deuxième partie, est due à la récupération politique de l'action culturelle et de la promotion d'une culture sous contrôle. Le pays a connu la naissance un peu partout de structures organisées à travers tout le pays, jusque dans les cercles de travail (orchestre de la police, orchestre de l'Université de Ouagadougou, etc.), mais c'est une réalité mitigée. Les acteurs étaient organisés à dessein ! La preuve est qu'après la chute de la Révolution, beaucoup, sinon presque toutes ces structures, ont disparu. En somme, la période révolutionnaire qui succède à celle des indépendances, est volontariste, idéologique et pragmatique. C'est elle qui a consacré la naissance véritable d'une administration culturelle digne de ce nom. Son pragmatisme a permis de réaliser des infrastructures culturelles qui

servent encore de référence aujourd'hui au secteur culturel. La politique culturelle de cette époque, (malheureusement) très colorée idéologiquement, a perturbé ce qui aurait pu devenir plus tard la base d'une entreprise culturelle avec la promotion d'une action culturelle contrôlée, voire fortement encadrée.

Fort de cette expérience, le pays va s'employer, dès les années 1990, à structurer de nouvelles politiques culturelles, pour placer l'action privée et la dimension économique de la culture au cœur de la stratégie.

2. Les nouvelles politiques culturelles et les mutations des filières

C'est le ministère en charge de la culture qui définit, organise et met en œuvre la politique culturelle. Les politiques culturelles sont fortement dépendantes de l'administration publique avec des hésitations sur la responsabilisation totale du privé et la promotion stratégique de l'entrepreneuriat culturel privé.

a. La Politique nationale de la culture de 2005 et 2009

Selon l'UNESCO, la notion de *politiques et mesures culturelles* renvoie aux politiques et mesures relatives à la culture, à un niveau local, national, régional ou international, qu'elles soient centrées sur la culture en tant que telle, ou destinées à avoir un effet direct sur les expressions culturelles des individus, groupes ou sociétés, y compris sur la création, la production, la diffusion et la distribution d'activités, de biens et services culturels et sur l'accès à ceux-ci.

- *La politique culturelle de 2005 : les erreurs méthodologiques et le changement de référentiels*

La première politique culturelle *codifiée* du Burkina Faso date de 2005. Cette politique culturelle est le fruit d'une démarche portée par le ministère en charge de la culture, avec l'appui des partenaires au développement, notamment l'UNESCO. L'élaboration de ce premier document de politique n'a pas fait l'objet de larges consultations à la base, encore moins d'un débat public. C'est l'administration culturelle publique, avec l'appui de ses partenaires, qui a élaboré le document pour le compte de l'État burkinabè. Une fois élaboré et mis dans le circuit, le document n'a pas eu le temps d'être implémenté, encore moins promu au sein des acteurs culturels. Pour des raisons de changement de référentiel au niveau national, toutes les politiques, jadis, élaborées par les ministères ont dû être revues, pour être adaptées au nouveau référentiel de développement dénommé SCADD, la *Stratégie de croissance accélérée et de développement*

durable. Le document a donc été relu et adapté aux principes de présentation et de contenu voulus par la SCADD. C'est la version corrigée de la politique culturelle de 2005 que la culture a été, pour la première fois, reconnue comme secteur prioritaire dans l'action gouvernementale.

- *La politique culturelle de 2009 : les industries culturelles en bonne place*

Ce document de politique culturelle constitue une orientation générale de l'action culturelle au Burkina Faso dont la finalité était de *permettre à la culture de contribuer au développement humain durable au Burkina Faso*. Après les quatre ans de mise en œuvre de la politique culturelle de 2005, la nouvelle politique culturelle s'est développée, avec le soutien technique et financier de l'UNESCO. Ce nouveau référentiel a été adopté en Conseil des Ministres le 14 octobre 2009 et rendu officiel à travers le Décret n°2009-778/PRES/PM/MCTC/MEF, portant adoption du document de *Politique nationale de la Culture* (PNC) du 10 novembre 2009.

Cette politique culturelle est la résultante opérationnelle de la vision que le Gouvernement s'est donné sur la place et le rôle de la culture dans le développement du Burkina Faso.

La politique culturelle actuelle du Burkina Faso s'inscrit dans la logique de la vision prospective Burkina 2025[155], qui vise à faire du Burkina Faso *une Nation solidaire de progrès et de justice, qui consolide son respect sur la scène internationale*. Il s'agit de parvenir à réaliser une symbiose culturelle, qui sera le résultat d'un brassage culturel de la diversité ethnique et culturelle du pays. La vision du secteur culturel qui découle de cette vision globale et de la stratégie nationale de réduction de la pauvreté est celle d'un *pôle dynamique jouant un rôle essentiel dans le développement, le renforcement de la paix, la cohésion nationale, le rayonnement international du pays.*

Le but de la PNC est *de fonder l'avenir de la Nation sur les valeurs et les réalités endogènes en mutation*. C'est pourquoi elle entend mettre en valeur le patrimoine culturel (savoir et savoir-faire endogènes), promouvoir la créativité pour renforcer la diversité culturelle et développer l'économie créative. L'exécution de la PNC, tirant leçon des insuffisances de celle de 2005, est accompagnée d'un plan d'action décennal qui couvrait la période 2010-2019[156].

155 La *vision prospective Burkina 2025* est un document d'orientation globale, rédigé aux lendemains des crises sociopolitiques consécutives des années 2000.

156 Avec tous les mouvements sociopolitiques que le pays a connus depuis le dernier trimestre de l'année 2014, le calendrier de mise en œuvre des plans d'action a été perturbé et l'idée d'une relecture de l'actuelle politique culturelle est en gestation au sein du ministère de la Culture.

La Politique nationale de la culture[157] s'exécute à travers quatre (4) objectifs stratégiques, déclinés chacun en objectifs spécifiques. Le premier objectif stratégique est de préserver la diversité culturelle en vue de promouvoir l'inculturation et de consolider la cohésion sociale.
Le deuxième objectif stratégique est de renforcer les capacités institutionnelles d'encadrement et de dynamisation du secteur de la culture à travers la déconcentration et la décentralisation de l'action culturelle ; le développement des ressources humaines et le potentiel d'acteurs par la formation professionnelle spécialisée et l'éducation ; le développement des espaces et structures de création et de diffusion culturelles ; amélioration du dispositif institutionnel et juridique en vue d'assurer une bonne régulation du secteur et enfin à travers le développement des mécanismes de coordination entre les acteurs du secteur.
Le troisième objectif stratégique est de structurer et développer l'économie de la culture à travers le développement de l'entrepreneuriat culturel et des industries culturelles (investissement, financement, formations, réseautage) ; la protection des produits et des acteurs et la lutte contre la fraude et la contrefaçon ; la prise en compte de la dimension culturelle dans les autres politiques de développement ; le développement d'une offre culturelle attractive et diversifiée sur toute l'étendue du territoire national et enfin le renforcement du potentiel économique de la culture.
Enfin, le quatrième objectif stratégique est de renforcer la coopération culturelle et soutenir la promotion extérieure des produits culturels burkinabè à travers la dynamisation de la coopération en matière de culture ; le soutien à la diffusion extérieure des produits culturels et l'encouragement à la création et le développement d'initiatives à vocation internationale.
Comme on le constate, les objectifs sont beaucoup orientés vers une économie de la culture et un développement des industries culturelles. C'est dire qu'à partir de la politique culturelle codifiée de 2009, les enjeux de la culture et particulièrement des industries culturelles se présentent plus clairement.

Fondements et enjeux de la politique culturelle de 2009

Prenant en compte les atouts et les faiblesses du secteur, la *Politique culturelle de 2009* s'enracine entre autres dans la volonté de consolider l'intégration sociale nationale et de soutenir le processus de décentralisation. En outre, elle intègre les préoccupations régionales et mondiales en matière de culture notamment la question de la diversité culturelle.

[157] Ministère de la culture et du tourisme (2009), politique nationale de la culture. Tous les objectifs sont tirés du document PDF de la PNC.

Les enjeux, comme le stipule le document de politique culturelle, sont de promouvoir l'inculturation par la construction d'une identité culturelle burkinabè forte mais respectueuse de la diversité culturelle, de sauvegarder et promouvoir ce patrimoine ainsi que ses produits (social et économique) d'être un facteur stratégique de contribution à la croissance et au développement économique et social puis de constituer un facteur de cohésion sociale et de paix concourant aussi au bien-être moral des populations et à la diversité culturelle ; enfin être un moteur déterminant de rayonnement du pays sur la scène internationale.

Vision et orientations de la politique culturelle de 2009

La PNC n'a pas caché sa volonté de contribuer à réduire la pauvreté et à accélérer la croissance économique dans le pays. Elle prévoit en effet : la réduction de la pauvreté par l'économie de la culture et le développement de l'entreprenariat culturel ; la paix et la cohésion nationale ; le rayonnement international du pays.

Plus loin, nous reviendrons sur les effets de ces politiques, mais déjà nous pouvons dire que la mise en œuvre de la politique culturelle a permis d'engranger des acquis, même s'il est difficile d'évaluer les retombées de la mise en œuvre de ladite politique culturelle, vu qu'elle fut freinée cinq ans après sa mise en œuvre par l'insurrection populaire.

En effet, la politique culturelle de 2009 n'a pas eu le temps d'aller jusqu'au bout quand sont intervenus des changements majeurs dans la vie sociopolitique du pays en 2014, obligeant ainsi l'administration culturelle à revoir sa copie et ses ambitions pour être en phase avec le nouveau référentiel et la nouvelle vision du gouvernement en place vis-à-vis de la culture.

b. Révision ou simple relecture de la Politique nationale de la Culture : entre contraintes objectives et volonté politique

La politique culturelle mise en œuvre dès l'année 2010 devait connaitre une évaluation à mi-parcours pour que l'ensemble des acteurs s'assurent de la bonne marche des actions envisagées. Dans les discours de l'administration publique, il était aussi question d'une éventuelle relecture de la politique ou carrément d'une nouvelle politique pour prendre en compte de nouvelles problématiques, telles que la diversité culturelle, le patrimoine, etc. Mais finalement, c'est l'option de la relecture du document de politique qui a prévalue. Le processus a été entamé en 2017, avec l'appui financier de l'Union européenne. Cette relecture a procédé à un diagnostic du secteur de la culture et a élaboré sur la base de ce diagnostic, une *Stratégie nationale de développement de la culture* (SNDC).

Avec le changement de régime politique à la suite de l'insurrection populaire, le secteur de la culture est perçu comme un secteur émergent. Il est pris en compte dans le *Plan national de développement économique et social* (PNDES) à travers son axe 3, lequel vise la dynamisation des secteurs porteurs pour l'économie et les emplois. L'effet attendu est l'amélioration de la contribution du secteur au développement de l'économie nationale et à la création d'emplois au profit des jeunes, des femmes et des personnes vulnérables.

Aussi, afin de disposer de politiques sectorielles stables résistantes aux changements institutionnels, il a été défini des secteurs de planification dans le PNDES. Cela a permis de configurer dans un même secteur, les domaines de la culture, du tourisme, des sports et des loisirs. Cette agrégation selon les acteurs publics traduit la transversalité et l'interdépendance de la culture et du tourisme qui, tout en mettant en valeur le patrimoine culturel national, allient le développement des loisirs et la mise en tourisme des évènements sportifs. Mais selon les acteurs privés, cette agrégation est le signe que la culture n'est pas une préoccupation à part entière pour le gouvernement et est perçu tout simplement comme un loisir, au même titre que le sport. En effet la politique sectorielle « *Culture, Sport et Loisirs* », est le pilier sur lequel la stratégie culturelle s'appuie, à travers trois axes. Le premier axe de cette politique sectorielle est *l'Amélioration de la gouvernance du secteur* ; le deuxième axe vise la *Protection et la promotion du patrimoine culturel et touristique, la pratique sportive et des loisirs* ; et enfin le troisième axe le *Renforcement des capacités opérationnelles du secteur*.

Quant au *Plan national de développement économique et social*, référentiel national des interventions de l'État et de ses partenaires sur la période (2016-2020), il vise la transformation structurelle de l'économie burkinabè, pour une croissance forte, durable, résiliente, inclusive, créatrice d'emplois décents pour tous et induisant l'amélioration du bien-être social.

La *Stratégie nationale de la culture et du tourisme* s'adosse à ce plan, notamment en ses axes stratégiques 2 et 3 intitulés respectivement *« Développer le capital humain »* et *« Dynamiser les secteurs porteurs pour l'économie et les emplois »*.

3. Eléments d'analyse sur les politiques : entre balbutiements et hésitations

- *La faible conscience du pouvoir économique de la culture*

Quelles que soient les politiques élaborées jusque-là, qu'elles soient implicites ou explicites, c'est-à-dire conscientes ou pas, toutes ont gardé des constances. La première est la faible connaissance engendrée sur le pouvoir de la culture. Cette situation est perceptible dans les

dispositifs institutionnels mais aussi à partir de la négligence pure du secteur culturel dans les outils de développement. On se rappelle que dans le premier référentiel de développement élaboré par l'État dénommé *Cadre stratégique de lutte contre la pauvreté* (CSLP), la culture n'était pas considérée comme un secteur prioritaire capable de créer des richesses et des emplois, mais plutôt perçue comme un secteur social et budgétivore. Cette méconnaissance du secteur, liée au faible développement des filières des industries culturelles, a longtemps pénalisé les initiatives culturelles, tant portées par le secteur public que par le privé. Les politiques élaborées jusque-là ne posent pas suffisamment la dimension économique de la culture. Il a fallu l'appui technique de l'UNESCO pour dégager des indicateurs socioéconomiques et aider ainsi à mesurer, un tant soit peu, la portée, sinon l'apport du secteur de la culture dans l'économie nationale.

Aussi, c'est toujours la croix et la bannière, tant pour l'administration culturelle que pour les acteurs du privé, de faire comprendre aux politiques l'importance et la place de la culture dans l'élaboration des politiques et référentiels de développement du pays. On se rappelle l'épreuve vécue par les agents du ministère de la Culture pour faire inscrire dans la SCADD la culture comme secteur porteur. Quand on a laissé tomber la SCADD pour le PNDES, on a vu que la culture a été réduite à sa simple expression car visiblement elle ne constitue pas un secteur prioritaire (l'illustration ci-dessous montre bien les secteurs plutôt prioritaires pour le parti au pouvoir : santé, eau, énergie, éducation).

Illustration 1: Les secteurs prioritaires repris sur ce tissu-gadget du parti au pouvoir.

- *La faiblesse des moyens pour la mise en œuvre*

Toutes les politiques élaborées par l'administration publique n'ont pas eu les moyens nécessaires, comme d'autres secteurs prioritaires (agriculture, éducation), pour une meilleure implémentation. La preuve tangible est le budget de la culture[158]. *« Jusqu'en 2015,* rapporte OUEDRAOGO, *la mobilisation de ressources matérielles, humaines et financières pour la mise en œuvre de la politique culturelle a été problématique…le faible niveau de mobilisation des ressources financières continue de compromettre la mise en œuvre des politiques publiques* ».[159]

On peut cependant noter que depuis la politique culturelle de 2009, le secteur a engrangé des acquis relativement significatifs. C'est l'appropriation des concepts d'économie de la culture ou d'industries culturelles par des acteurs, voire des décideurs ; c'est aussi l'amélioration de l'environnement global de développement du secteur de la culture avec des approches et des stratégies nouvelles.

La politique culturelle codifiée a suscité beaucoup d'espoirs pour tous les acteurs, d'autant plus qu'après son adoption en 2009, la SCADD a inscrit certains éléments de ladite politique dans ses priorités. Mais force est de constater que ce dernier référentiel, qui n'est pas allé jusqu'à la fin de sa mise en œuvre, n'a pas changé grand-chose dans la réalité du secteur de la culture. Les pratiques administratives sont restées les mêmes, les partenaires financiers n'ont pas donné plus de subsides et les entrepreneurs culturels, habitués à l'aide, éprouvent toujours autant de peine lorsqu'ils se tournent vers les services financiers, toujours aussi frileux.

B. Le recours à des stratégies nationales pour développer les ICC

Le pays a connu quelques stratégies de développement de la culture et en particulier des industries culturelles et créatives. Toutes dénotent d'une certaine volonté de pousser le secteur de la culture pour en faire un levier de développement économique et social.

1. La stratégie nationale de développement des industries culturelles et créatives

La *Stratégie nationale de développement des industries culturelles et créatives* (SNDICC) a été pensée par la *Direction de promotion des industries culturelles et créatives* (DPICC), aux lendemains de sa création.

158 Cf. section suivante, p. 145 et suivantes.

159 OUEDRAOGO, Désiré. 2015. « La politique culturelle du Burkina Faso: où aller? » In *Gouverner pour et par la culture*. Ouagadougou, Burkina Faso: Découvertes du Burkina, p.55.

a. Vision et objectifs de la stratégie : compétitivité du produit culturel

La vision de la SNDICC, qui était censée couvrir la période 2013-2020[160], entendait faire du Burkina Faso un pays disposant d'une *industrie culturelle et créative dynamique, compétitive, créatrice de richesses et d'emplois et qui diffuse les expressions culturelles burkinabè.*

L'objectif global de la stratégie visait la *structuration et le développement de l'économie de la culture pour améliorer la rentabilité du secteur culturel afin d'accroitre sa contribution à la croissance et au développement durable.*

À partir de cet objectif, la stratégie entendait d'améliorer le cadre réglementaire et institutionnel des ICC ; renforcer les capacités, le capital humain et la formation ; faciliter l'accès au financement ; développer les infrastructures et les investissements ; promouvoir la compétitivité et l'innovation ; développer les marchés internes et externes ; dynamiser la coopération en matière de culture.[161]

b. Axes de la stratégie : consolider, dynamiser l'économie de la culture

Ces objectifs ont structuré la stratégie en quatre axes stratégiques. Le premier axe stratégique visait la consolidation de la gouvernance et du climat des affaires culturelles ; le deuxième axe, le renforcement des capacités productives des entrepreneurs culturels ; le troisième axe, quant à lui, visait la dynamisation des outils de mise en marché, et enfin le dernier axe, l'amélioration de l'accès au financement.

c. Moyens de mise en œuvre de la stratégie : l'argent fait toujours défaut

Force est de reconnaitre que cette jeune stratégie a peiné à se mettre en œuvre, faute de budget et d'initiatives innovantes. Elle n'est plus d'actualité depuis la révision du document de stratégie qui a donné naissance à la *Stratégie nationale de la culture et du tourisme*. C'est dans ce nouveau cadre que le développement des industries culturelles doit désormais se penser et se réaliser.

Encadré 4: Quelques retombées de la politique culturelle pour les industries culturelles

Quelques retombées de la politique culturelle pour les industries culturelles

C'est sans doute la première politique culturelle dans le pays qui a décliné clairement l'ambition de développer l'économie de la culture et de faire des industries culturelles, le principal moteur.

Elle a été à l'origine de beaucoup d'actions en faveur de la culture au cours des dix dernières années.

En matière de développement de l'entrepreneuriat et des industries culturelles

160 Avec les différents changements intervenus dans le pays, la stratégie est en relecture dans les locaux du ministère de la Culture.

161 MCT, DPICC. 2013. Stratégie nationale de développement des industries culturelles et créatives [PDF].

Les actions entreprises pour soutenir le développement de l'entrepreneuriat dans les secteurs de la culture ont permis le renforcement des capacités institutionnelles et des acteurs, l'amélioration de la gouvernance et la mise en chantier des reformes et de projets structurants la structuration des acteurs privés à travers l'appui à la mise en place des structures faitières dans les filières des arts de la scène (FN/ PRO-SCENE), du livre (GRAAL), du cinéma et de l'audiovisuel (FNCB), de la musique enregistrée (UNAME), des arts plastiques et appliqués(FEFAPA) et du patrimoine (FENAPAC) ; l'amélioration du climat des affaires dans le secteur avec la relecture et/ou l'élaboration de nombreux textes : les textes d'application de la Loi d'orientation du cinéma et de l'audiovisuel en 2013; les textes sur l'entrepreneuriat culturel dans le domaine du spectacle vivant en 2014 (l'arrêté portant modalités de délivrance de la licence d'entrepreneurs de spectacles) ; les textes sur l'exportation des objets d'art ; le décret portant création du Système des Trésors Humains Vivants du Burkina Faso en 2013 ; l'élaboration d'un cadre réglementaire pour améliorer les conditions de travail et assurer la protection sociale des acteurs à travers l'adoption du statut de l'artiste au Burkina Faso par décret n° 2013-169/PRES/PM/MCT/MEF/MFPTSS du 25 mars 2013 ; l'élaboration d'une Stratégie nationale de développement des industries culturelles et créatives (SND-ICC 2016-2025) et la formulation du Programme de développement des entreprises culturelles (PDEC) en vue d'une meilleure définition des priorités d'intervention en matière de développement des industries et de l'entreprenariat culturels ; la réalisation de deux études dont une sur les impacts de la culture sur le développement socio-économique du Burkina Faso (avec l'appui de UNESCO) et l'autre sur les indicateurs de la culture pour le développement (avec l'appui de l'INSD et de l'UNESCO) ; le renforcement des capacités institutionnelles en matière de promotion des Industries culturelles et créatives (ICC) à travers la création d'une Direction dédiée, l'instauration des Journées de promotion des industries culturelles et créatives (JPICC) et des UNIVERSITICC ; l'élaboration et la mise en œuvre de stratégies sous sectorielles dont la stratégie de valorisation des arts et de la culture dans le système éducatif burkinabé ainsi que l'élaboration et la diffusion d'un guide de promotion des activités et produits culturels.

En matière de mise en place de mécanisme d'accompagnement technique et financier

Mise en place du *Programme d'appui au renforcement des politiques et industries culturelles* (ARPIC) 2012-2015 qui a permis, d'une part, de renforcer les capacités opérationnelles de l'administration culturelle à travers la formation des cadres et l'équipement des structures et d'autre part d'accompagner la structuration des filières culturelles et de former les acteurs privés création *du Fonds de développement culturel et touristique* (FDCT) par le Conseil des Ministres du 14 octobre 2015 en vue d'accompagner techniquement et financièrement les entreprises touristiques et culturelles ; Amélioration du fonctionnement des mécanismes d'appui technique et financier existants : Fonds de soutien aux activités culturelles (FSAC), Fonds de développement des activités cinématographiques (FODAC), Fonds de promotion culturelle et œuvres sociales (FPCOS) ; Mise en place d'un mécanisme d'acquisition d'œuvres d'arts plastiques pour la décoration d'édifices publics qui a permis l'acquisition de 180 œuvres de 80 artistes.

En matière de développement des infrastructures culturelles

Le renforcement des infrastructures et l'aménagement des sites et zones à vocation culturelle et touristique s'est traduit par :

- ✓ *La réalisation de la Maison de la culture de Bobo-Dioulasso* pour abriter des activités de la SNC et assurer la production et la diffusion culturelles ;
- ✓ *La poursuite de la construction des infrastructures du Musée National* (notamment la grande salle des réserves, l'amphithéâtre de plein air, le maquis bar restaurant et les ateliers du CNAA) et équipement pour la conservation du patrimoine culturel et le renforcement de l'attractivité du musée ;
- ✓ *La réhabilitation de la cinémathèque africaine de Ouagadougou* et restauration/ équipement du musée de la musique de Ouagadougou, à la suite de l'inondation du 1er septembre 2009 ;
- ✓ La construction du bâtiment administratif de la bibliothèque nationale en prélude à la réalisation de ladite infrastructure ;
- ✓ *La contribution à la réalisation des salles polyvalentes*, à leur équipement et gestion dans les Régions afin d'accroitre l'offre culturelle.

Source : notre enquête de terrain, 2017

2. La stratégie nationale de la culture et du tourisme : relancer l'économie de la culture et prendre en compte la diversité culturelle

a. Objectifs de la stratégie nationale : la quête d'une nouvelle dynamique

L'objectif global de la SNCT, nous relève le rapport final, est de créer une dynamique de développement touristique et culturel fondée sur les valeurs communes propres aux Burkinabè, les capacités entrepreneuriales et la créativité des acteurs en vue de l'épanouissement économique et social des populations du Burkina Faso.

b. Axes stratégiques pour la culture : la quête d'un entrepreneuriat dynamique

Selon toujours le même document, la *Stratégie nationale de la culture et du tourisme* met l'accent sur la protection, la sauvegarde et la promotion du patrimoine culturel et touristique en vue du maintien et du renforcement de la diversité culturelle contribuant au développement d'une identité nationale forte, à la cohésion sociale et à la paix. Elle vise l'amélioration de la gouvernance sur la base du renforcement du cadre juridique, institutionnel et organisationnel des domaines de la culture et du tourisme. La SNCT s'oriente également vers le développement d'une économie de la culture et du tourisme basé sur un entrepreneuriat dynamisé et un marché national et régional plus accessible.

La mise en œuvre des orientations ci-dessus est assurée par les trois axes stratégiques définis conformément aux défis identifiés dans le diagnostic correspondant aux programmes retenus pour la culture et le tourisme à savoir : le *Programme Culture*, le *Programme Tourisme* et le *Programme Pilotage et soutien*. Ces trois axes stratégiques sont les suivants : Renforcer les capacités institutionnelles et organisationnelles dans les domaines de la culture et du tourisme[162] ; Promouvoir la diversité culturelle, la créativité et l'entreprenariat dans le domaine de la culture en vue de l'épanouissement social et économique des populations[163] ; Améliorer l'attractivité touristique du Burkina Faso.

162 L'analyse diagnostique de la culture et du tourisme a révélé une faible synergie dans les interventions des acteurs et un dysfonctionnement dans certaines structures posant un problème de pérennisation des acquis. Ainsi, « *renforcer les capacités institutionnelles et organisationnelles dans les domaines de la culture et du tourisme* » vise à rehausser la qualité des prestations à travers un renforcement du cadre institutionnel et juridique, une meilleure coordination des interventions entre les différents acteurs et une production/diffusion des statistiques et informations fiables dans lesdits domaines.

163 Du diagnostic, il ressort que le pays est confronté à une perte de certaines de ses valeurs cardinales. Cela a des conséquences négatives sur la cohésion sociale et la paix au niveau national. En outre, on note un problème d'infrastructures en qualité et en quantité, d'équipements vétustes et du personnel faiblement qualifié. Cela joue sur la qualité des produits culturels et touristiques et, par conséquent, impacte négativement le marché de ces produits et les emplois des acteurs. De ce fait, protéger, et promouvoir les valeurs de référence vise à construire

c. Programme « Pilotage et soutien des services du MCAT »

Ce programme vise à renforcer les capacités institutionnelles et organisationnelles dans les domaines de la culture et du tourisme.

De façon spécifique, il s'agit d'améliorer la gouvernance du secteur de la culture et du tourisme sur la base du renforcement du cadre juridique, institutionnel et des capacités du secteur. En effet, l'analyse diagnostique a révélé des faiblesses du cadre juridique, institutionnel et des ressources humaines. Pour y remédier, les actions suivantes sont retenues avec des objectifs spécifiques.

d. Le Programme « Culture » pour la promotion de la diversité, la créativité et l'entrepreneuriat

Selon le document de stratégie nationale de développement de la culture, le programme « *culture* » vise à promouvoir la diversité culturelle, la créativité et l'entreprenariat dans le domaine de la culture en vue de l'épanouissement social et économique des populations.

Spécifiquement, il s'agit de renforcer la protection, la sauvegarde et la promotion du patrimoine culturel et touristique en vue du maintien et du renforcement de la diversité culturelle. L'analyse diagnostique a révélé certaines faiblesses relatives à l'aggravation des fléaux, la faible attractivité des sites culturels et touristiques, les mutations sociales entrainant l'acculturation. Pour l'atteinte de l'axe stratégique, des actions ont été identifiées et attendent d'être mises en œuvre.

En somme, les stratégies sont régulièrement formulées, mais avec des effets relativement faibles et incapables de transformer radicalement la situation du développement culturel. Les stratégies ne sont pas assez innovantes ni suffisamment audacieuses, pour passer de la chenille au papillon. Force est de constater et même de reconnaitre la qualité des politiques et des stratégies nationales visant le développement des industries culturelles et créatives mais aussi c'est le lieu de le dire, les moyens de mise en œuvre sont particulièrement problématiques.

Il a été constaté depuis les années 1980 que cette volonté peut faire bouger les lignes et impulser le développement culturel. La période révolutionnaire est un exemple dont les fruits parlent d'eux-mêmes jusqu'aujourd'hui. Nous avons la preuve, sur la période 1990, que s'il y a la volonté politique derrière les politiques publiques et les politiques culturelles tout court, la

une identité culturelle burkinabè basée sur ces valeurs et à même de contribuer davantage à la régulation sociale et à l'édification d'une nation de paix, de tolérance et de solidarité. Aussi, promouvoir la créativité et l'entreprenariat vise à professionnaliser les acteurs des domaines de la culture et du tourisme, renforcer les infrastructures et équipements en vue d'améliorer le niveau de création et de prestation des acteurs.

culture fait des bonds en avant. Tous les acteurs sont unanimes à reconnaitre que le ministre Mahamoudou OUEDRAOGO incarne cette notion de volonté politique[164]. Il a bénéficié d'une oreille attentive auprès du président de la République et a pu mettre en œuvre la vision qu'il avait de la culture et de la communication. Les fruits de son action sont encore visibles aujourd'hui. Sans volonté politique, les politiques élaborées resteront de beaux documents sans véritable effet. Les niveaux de manifestation de cette volonté politique sont nombreux mais dans notre contexte, ils peuvent se résumer à l'allocation de budget suffisant, la règlementation favorable et la création d'un environnement d'affaires propice. C'est ce que nous voyons dans la section suivante.

II. Environnement global de développement des industries culturelles

A. Environnement institutionnel et organisationnel du secteur de la culture

Le secteur de la culture en général et celui des industries culturelles en particulier est, nous semble-t-il, marqué par l'organisation institutionnelle depuis les indépendances à nos jours. Le constat, c'est que le secteur privé présente des faiblesses économiques et c'est l'État qui constitue le principal « *employeur* » ou pourvoyeur d'opportunités marchandes. Or le rêve des acteurs, c'est bien de voir la construction d'un État facilitateur et d'un secteur privé entrepreneur. L'environnement institutionnel actuel ne permet pas d'envisager un renversement de vapeur dans le court terme.

1. Le ministère de la Culture de 1960 à nos jours

a. Évolution et prise en charge de la culture dans la composition des gouvernements

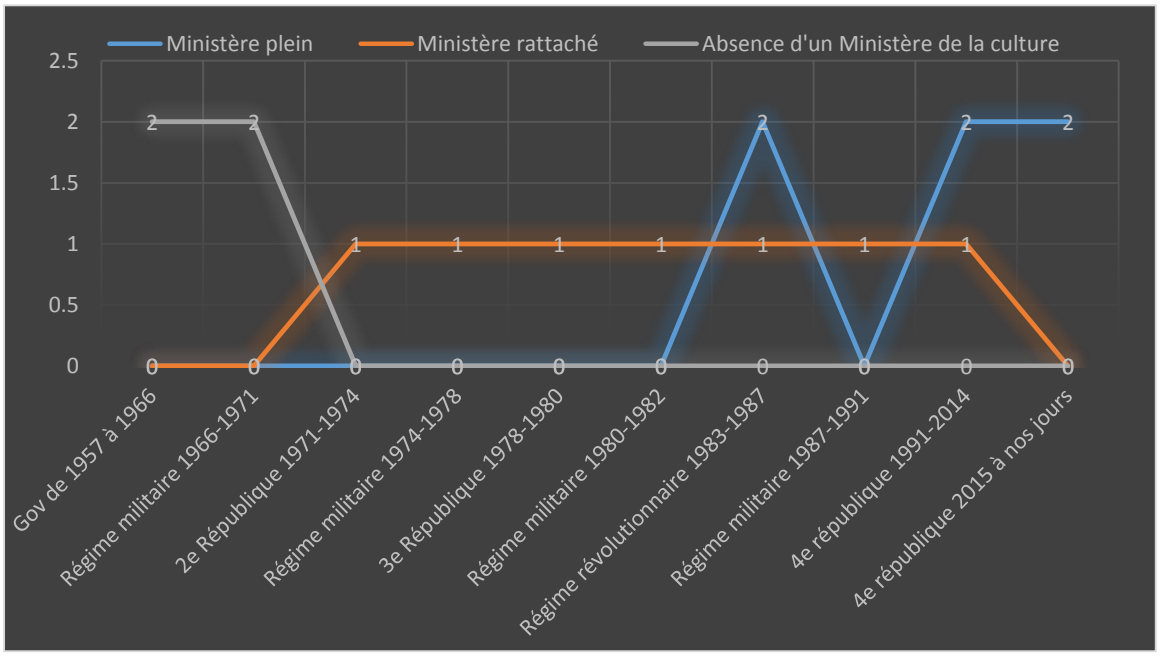
Au début des années 1960, la culture a été animée par des initiatives privées sous le contrôle de l'État central à travers les formations associatives au niveau scolaire, universitaire, ethnique. Ce n'est qu'en 1970 qu'elle fut organisée avec la création d'un ministère en charge du secteur culturel, comme nous l'indiquent les données du tableau ci-dessous.

Après les années 70, la culture a été longtemps incorporée au secteur de l'Éducation ou de la Jeunesse et ce n'est qu'en 1982 qu'un secrétariat d'État à la Culture fut créé et intégré au ministère en charge de la jeunesse.

[164] Voir Ministère des arts et de la culture. 2001. Livre blanc sur la culture. Éditions Découvertes du Burkina. Et OUEDRAOGO, Mahamoudou. 1997. Prolégomènes pour l'action au sein du ministère de la communication et de la culture. Éditions Sidwaya.

En observant le graphique ci-dessous, on s'aperçoit que c'est sous la Révolution du président Thomas Sankara qu'un portefeuille ministériel plein a été dédié à la culture. Le graphique nous montre la longue période de nomadisme du ministère de la Culture avant de se stabiliser. Cette situation n'a pas toujours été en faveur du développement des industries culturelles, étant donné les contraintes budgétaires des différents gouvernements qui se sont succédé. Les coupures des crédits alloués à la culture sont quasi systématiques lorsque le gouvernement rencontre des difficultés financières. Par contre, dans l'histoire, il y a eu des rattachements qui ont profité à la culture. C'est le rattachement Culture et Communication.

Graphique 1: Évolution du ministère de la Culture de 1957 à nos jours



Source : auteur, 2017

Environ 25 Ministres[165]ont conduit les affaires et l'action culturelles à travers des politiques et des missions différentes, à des moments aussi différents de l'histoire du Burkina Faso.

Cette pérégrination et souvent même l'absence totale du ministère de la Culture dans le gouvernement a eu pour conséquences : la relégation de la culture au second plan dans les plans de développement, la considérant plutôt comme budgétivore et un secteur de pur divertissement ; la faiblesse de la connaissance du secteur surtout dans son volet économique ; la faiblesse de la documentation et des archives ; la faiblesse de ressources humaines qualifiées ; la modicité des lignes budgétaires accordées ; l'instabilité des acteurs et la faible structuration de ces derniers.

[165] Voir annexe XXII dans le volume II.

Depuis la IV[e] République, la culture bénéficie d'une relative stabilité institutionnelle qui mérite une veille de la part des acteurs pour la renforcer tant elle n'est pas acquise.

b. Les missions du ministère de la Culture : conduire la politique gouvernementale

La mission du département en charge de la culture est définie par le décret N°2016-006/PRES/PM/SGG-CM du 08 février 2016 portant attributions des membres du Gouvernement. Aux termes de ce décret, le département assure la mise en œuvre, le suivi et l'évaluation de la politique du Gouvernement en matière de culture et de tourisme.

À ce titre, il est chargé en substance de l'élaboration des documents de politiques, de programmes et de projets de développement de la culture ; du développement des infrastructures culturelles ; de la collecte, la production et la diffusion des données statistiques en matière de culture ; de la promotion des industries culturelles, créatives et touristiques...

Dans ses missions, le ministère de la Culture a clairement affiché son intention de promouvoir les industries culturelles et créatives. Cette mission est cependant remise en cause par beaucoup d'aléas au plan des moyens matériel, humain et financier.

c. L'organisation du ministère de la Culture : la place du privé est à négocier

Selon le décret N° 2016-436/PRES/PM/MCAT du 31 mai 2016 portant organisation du ministère de la Culture, des Arts et du Tourisme, le département ministériel est organisé en structures centrales, déconcentrées (dans les treize régions et quarante-cinq provinces), rattachées (Etablissement public de État) et de missions.

Les structures centrales comprennent, entre autres, les structures techniques en charge des filières telles que le cinéma et l'audiovisuel, les arts de la scène, le livre et la lecture publique, les arts plastiques et appliquées, et les structures transversales qui accompagnent les structures centrales dans leurs missions.

Encadré 5: Les directions centrales du ministère de la Culture

Les structures centrales du ministère de la Culture

Les structures centrales du ministère de la Culture, des Arts et du Tourisme exercent leurs activités sous le contrôle direct du Secrétaire général. Les structures centrales du ministère de la Culture, des Arts et du Tourisme sont :

- la Direction générale du patrimoine culturel (DGPC) ;
- la Direction générale des arts (DGA) ;
- la Direction générale du cinéma et de l'audiovisuel (DGCA) ;
- la Direction générale du livre et de la lecture publique (DGLLP) ;
- la Direction générale du tourisme (DGT) ;
- la Direction générale de la valorisation et de l'aménagement touristique (DGVAT);

- la Direction générale de la formation et de la recherche (DGFR) ;
- la Direction générale de la Semaine nationale de la culture (DG SNC) ;
- la Direction générale des études et des statistiques sectorielles (DGESS) ;
- la Direction des sites classés patrimoine mondial (DSC PM) ;
- la Direction de la promotion des industries culturelles et créatives (DPICC);
- la Direction du développement de l'industrie touristique (DDIT) ;
- l'Observatoire national du tourisme (OBSTOUR) ;
- la Direction de l'administration et des finances (DAF);
- la Direction des marchés publics (DMP) ;
- la Direction des ressources humaines (DRH);
- la Direction de la coopération et des affaires juridiques (DCAJ) ;
- la Direction de la communication et de la presse ministérielle (DCPM) ;
- la Direction des archives et de la documentation (DAD) ;
- la Direction des services informatiques (DSI) ;
- la Direction du développement institutionnel et de l'innovation (DDII).

Source : notre enquête de terrain, 2017

L'organisation du ministère en charge de la culture montre qu'il existe des Directions générales dédiées aux filières *Cinéma et audiovisuel*, du *Livre* et de la *lecture publique.* Mais il n'apparait pas clairement une Direction générale pour les filières *Musique enregistrée*, *l'information de presse*, le *Design et la mode*, les *Jeux vidéo*. Le portefeuille de la communication, par exemple, est dédié au ministère de l'Information et de la Communication ; même si une telle organisation peut poser problème, c'est beaucoup plus l'absence de réflexion ou de synergie entre les deux départements ministériels qui est problématique.

Aussi, en considérant l'encadré ci-dessus, on comprend que la filière *Musique enregistrée* est considérée comme relevant du spectacle vivant. C'est peut-être là, une fois encore la preuve, d'une confusion sur la notion de *filière*, d'une part et la relation entre *Musique enregistrée* et *Spectacle vivant*, d'autre part.

Enfin, quand on analyse l'organisation du ministère, une certaine cohérence manque, alors que l'ambition de faire des industries culturelles et créatives un moteur du développement économique et social est politiquement affichée (Politique culturelle et référentiels de développement). En effet, l'encadré ci-dessus situe la place d'une Direction de la promotion des industries culturelles et créatives. C'est une simple Direction au lieu d'être une Direction générale qui, à notre avis, devrait s'articuler autour des différentes filières culturelles industrialisables. On peut noter l'hésitation du début, qui persiste aujourd'hui. Une volonté politique devrait permettre de créer une grande Direction, dotée de moyens, pour piloter le développement des filières culturelles industrialisables. De cette Direction générale pourrait être érigée une Direction technique et spécifique à chacune des filières des industries culturelles.

d. Les ressources humaines du ministère de la culture

L'organisation que nous venons de décrire ne vaut que par la qualité et le nombre d'hommes et de femmes qui l'animent. Les ressources humaines font quasiment l'essentiel des institutions culturelles. Les ressources humaines du ministère de la Culture ont évolué positivement des Indépendances à nos jours.

Tableau 8: La répartition et l'évolution des ressources humaines du ministère de la Culture

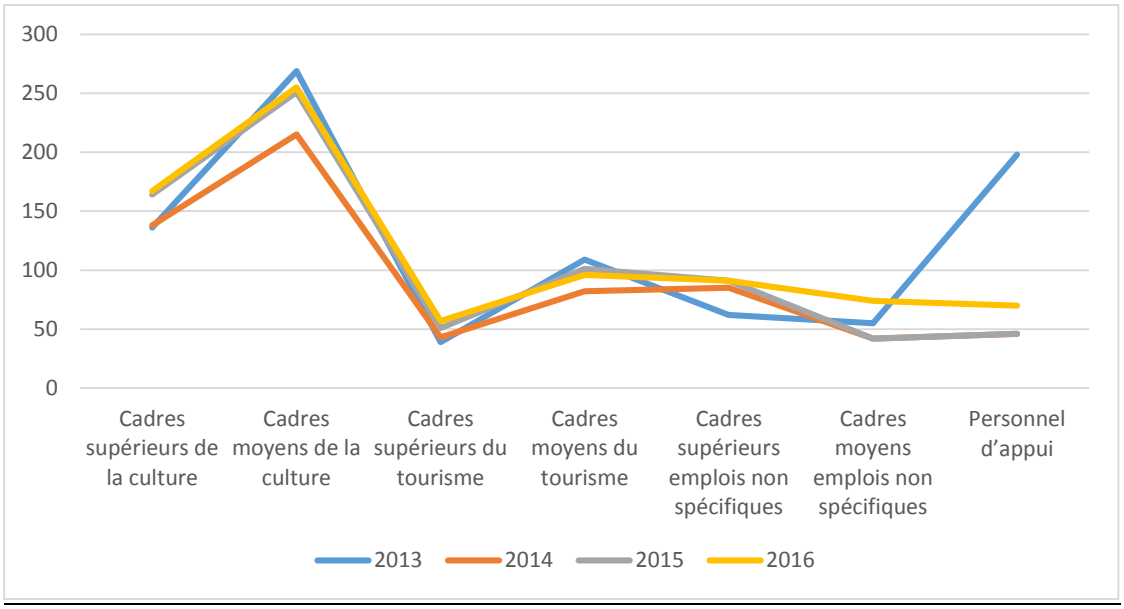
Catégorie	Genre	2013	2014	2015	2016
Cadres supérieurs	Hommes	183	212	253	256
	Femmes	54	54	53	59
Cadres moyens	Hommes	322	262	304	329
	Femmes	111	77	90	96
Personnel d'appui	Hommes	165	40	40	55
	Femmes	33	6	6	15
Ensemble	Hommes	670	514	597	640
	Femmes	198	137	149	170
	-	**868**	**651**	**746**	**810**

Source : DRH, 2017

Le tableau ci-dessus montre une évolution en dents de scie des effectifs des ressources humaines au sein du ministère de la Culture. En effet, en 2013, le ministère en charge de la culture comptait 868 agents pour chuter à 651 en 2014 (ce qui représente une baisse de 25 % par rapport à l'année précédente) avant de remonter en 2015 à 746 et évoluer jusqu'à 810 agents en 2016. L'évolution en dents de scie est principalement due à des départs à la retraite, d'une part et à des affectations ou des mises à disponibilité de certains agents aux collectivités territoriales (mairies et régions) d'autre part.

Le nombre de cadres est relativement faible comme l'indique le graphique ci-dessous. Cependant, on remarque que le nombre de cadres supérieurs a évolué depuis 2013 passant de 136 à 138 cadres en 2014 puis à 164 en 2015, avant d'atteindre 167 cadres en 2016. C'est certainement l'effet de la formation continue assurée par la fonction publique à travers l'ENAM.

Figure 4: Évolution et répartition du personnel du ministère en fonction par emploi



Source : DRH-MCAT

2. Cadre institutionnel spécifique aux industries culturelles et créatives

Le cadre institutionnel spécifique comprend les services du ministère directement impliqués dans le développement des entreprises culturelles, ainsi que les autres départements ministériels qui contribuent à la réalisation de cet objectif.

Sans être exhaustif, les Directions ci-dessous assurent le développement des filières des industries culturelles et créatives. Elles n'ont pas toutes la même ancienneté et leur parcours est fait de changements de dénomination et souvent même, de suppressions ou de fusions avec d'autres secteurs d'activités.

a. La Direction de la promotion des industries culturelles et créatives

La DPICC fait partie des plus jeunes Directions érigées ces cinq dernières années par le ministère de la Culture. Cette création s'inscrit en droite ligne dans la volonté des autorités d'établir un cadre institutionnel pour le développement des industries culturelles. La DPIC a donc pour mission la mise en œuvre de la stratégie nationale de développement des industries culturelles et créatives.

À ce titre, elle est chargée de mettre en place tout mécanisme pouvant contribuer à l'émergence d'entreprises culturelles dynamiques et compétitives ; de proposer des dispositifs facilitant le financement des entreprises culturelles et créatives ; d'identifier et mettre en œuvre des mécanismes d'incitation à la consommation des produits culturels burkinabè ; de créer les conditions pour renforcer l'exportation et la promotion extérieure des biens et services

culturels burkinabè ; de développer l'expertise et la concertation avec les entrepreneurs culturels. On remarque que dans les objectifs déclinés, la DPICC est l'organe qui est au cœur de la promotion et de l'organisation des actions de développement des industries culturelles au Burkina Faso. En quelques années de fonctionnement, elle a permis d'assoir théoriquement le débat sur les industries culturelles, en particulier et sur l'économie de la culture, en général. Les actions posées qui méritent d'être évoquées ici sont : la rencontre annuelle entre le secteur privé et le secteur public pour échange direct sur les enjeux et les défis de l'entrepreneuriat culturel ; l'organisation de sessions de formation à l'endroit des acteurs privés dont la plupart sont sans qualification professionnelle spécialisée ; la rédaction et l'adoption de textes réglementaires pour faciliter l'exercice des fonctions culturelles ; la négociation avec les médias publics de *packs culture* pour la promotion des produits culturels ; le pilotage de la mise en œuvre du mécanisme de financement du secteur de la culture, aujourd'hui appelé FDCT, au départ appelé ADICC.

Quand on analyse le fonctionnement de ladite Direction, on constate qu'elle a été et continue d'être confrontée à des problèmes de moyens pour le financement des initiatives de la stratégie. C'est aussi frustrant de ne pas avoir un droit de regard sur les autres filières alors qu'on a pour mission justement la promotion et le développement des filières culturelles. Le constat laisse à penser que la DPICC agit en doublon des Directions en charge des filières des industries culturelles comme celles du *Livre*, du *Cinéma*, de la *Musique*. Aucune synergie n'est formellement établie et des guerres de leadership sont souvent extériorisées. Les usagers des services du ministère de la Culture sont désorientés avec les incessantes reconfigurations.

b. La Direction générale du cinéma et de l'audiovisuel

C'est l'une des « *vieilles* » Directions du ministère. Elle a pour mission la mise en œuvre de la politique nationale de la culture en matière de cinéma et d'audiovisuel.

À ce titre, elle est chargée de promouvoir le développement de l'industrie du cinéma et de l'audiovisuel à travers les secteurs de la production, de la distribution, de l'exploitation, des industries techniques, de la formation et de la promotion ; d'assurer l'exécution et le contrôle des mesures législatives et règlementaires relatives à la profession cinématographique et audiovisuelle, notamment celles concernant l'organisation des entreprises cinématographiques et audiovisuelles ; de la mise en œuvre et du contrôle de la règlementation relative à l'organisation des métiers du cinéma et de l'audiovisuel ; de délivrer les autorisations d'exercice de la profession cinématographique et audiovisuelle, les cartes professionnelles, les autorisations de tournage et les autorisations de prise de vues ; de tenir

le registre public du cinéma et de l'audiovisuel ; d'organiser la billetterie du cinéma et de l'audiovisuel ; de soutenir la structuration des organisations professionnelles du cinéma et de l'audiovisuel.

Contrairement à la DPICC, le cinéma et l'audiovisuel bénéficient d'une Direction générale qui comprend la *Direction du développement et du contrôle de la production et de la diffusion* (DDCPD); la *Direction de la promotion et de la coopération* (DPC) et la *Direction des affaires juridiques et de la documentation* (DAJD).

c. La Direction générale du Livre et de la lecture publique

Elle est, comme la *Direction du cinéma et de l'audiovisuel*, l'une des anciennes Directions du ministère de la Culture. La DGLLP a pour mission la mise en œuvre de la politique nationale de la culture en matière de livre, de lecture publique et de promotion littéraire.

C'est à ce titre qu'elle est chargée d'assurer la collecte, la conservation, l'enrichissement dans tous les domaines de la connaissance du patrimoine national dont elle a la garde et l'essentiel des publications étrangères ; de soutenir et promouvoir au plan national la création littéraire, l'édiction et la lecture publique ; de définir et veiller au respect de la réglementation en matière de production littéraire, d'édition et de la loi sur le dépôt légal ; de promouvoir la coopération en matière de livre et de lecture publique ; d'élaborer les grandes orientations, en matière de livre et de lecture publique ; d'assurer le suivi et l'évaluation des activités relatives à la stratégie nationale du livre ; de promouvoir et valoriser les langues nationales et la tradition orale à travers l'écrit ; d'assurer le suivi des investissements destinés à la création des unités documentaires et des bibliothèques ; d'organiser la Foire internationale du livre de Ouagadougou (FILO) ; de structurer et professionnaliser les acteurs de l'industrie du livre ; d'assurer la gestion du patrimoine en matière du livre et d'écrit; d'assurer la promotion de la lecture et de l'animation culturelle.

La *Direction générale du livre et de la lecture publique* comprend la *Direction du livre et du développement éditorial* (DLDE) ; la *Direction de la bibliothèque nationale* (DBN) ; le Centre national de lecture et d'animation culturelle (CENALAC).

Pour des raisons financières (mais pas seulement), des Directions qui bénéficiaient d'un statut d'établissement public de l'État sont ramenées à la plus simple expression de Directions techniques, logées au sein de la grande *Direction du livre et de la lecture publique*. C'est le cas de la *Bibliothèque nationale* qui, aujourd'hui, est un simple service technique de la DGLLP.

La *Direction en charge du livre et de la lecture publique* a connu plusieurs recoupements, chaque fois que les moyens de l'État ont fait défaut ou chaque fois que l'intérêt pour la filière s'est avéré faible.

d. La Direction générale des arts

Nous évoquons la *Direction des arts* comme organisation spécifique pour les industries culturelles, pour la simple raison que c'est elle qui pilote la filière *Musique*. Elle a pour mission la mise en œuvre de la politique nationale de la culture dans son volet des *Arts plastiques et appliqués* et des *Arts de la scène*.

À ce titre, elle est chargée d'inciter à la création et à la diffusion des produits de *l'Artisanat d'art* et des *arts plastiques* ; de renforcer les capacités des acteurs des arts plastiques et appliqués ; de structurer la filière des arts plastiques et appliqués ; d'organiser ou de soutenir des événements et des manifestations de promotion des arts plastiques et appliqués ; de définir et de veiller au respect de la règlementation de la filière ; d'œuvrer à un accès du public aux œuvres d'art ; de mettre en œuvre le dispositif d'acquisition des œuvres d'art pour décorer les édifices publics ; de promouvoir la coopération dans le domaine des arts plastiques et appliqués ; de définir et de mettre en œuvre des dispositifs de soutien aux acteurs des arts de la scène ; de définir la réglementation en matière d'arts de la scène et de veiller à son application ; d'organiser des évènements et des manifestations de promotion des arts de la scène ; de veiller à l'organisation et à la structuration des acteurs des arts de la scène ; d'instruire les dossiers de demande de licences d'entrepreneurs de spectacles ; de promouvoir la coopération dans le domaine des arts de la scène.

La *Direction générale des arts* comprend la *Direction des arts du spectacle* (DAS) ; la *Direction des arts plastiques* (DAP) ; la *Direction des arts appliqués* (DAA).
C'est le lieu de faire remarquer la fusion, à dessein, entre le *Spectacle vivant* et la *Musique enregistrée*. Pour développer des industries culturelles, il faut identifier de façon précise les filières et les délimiter pour des actions efficaces. On constate avec cette forme d'organisation institutionnelle une faiblesse des actions de développement dans la perspective filière, au profit du *spectacle vivant* considéré, pour nous, comme un produit parmi d'autres pour la filière *Musique enregistrée*.

3. Les structures rattachées et autres structures institutionnelles

a. Les structures rattachées

Les structures rattachées en lien direct avec les industries culturelles et créatives sont entre autres : le *Bureau burkinabè du droit d'auteur* (BBDA), l'*Institut supérieur de l'image et du son/ Studio-école* (ISIS/SE), le *Centre national des arts du spectacle et de l'audiovisuel* (CENASA), le *Festival panafricain du cinéma et de la télévision de Ouagadougou* (FESPACO), le *Centre régional pour les arts vivants en Afrique* (CERAV/Afrique) et le *Fonds de développement culturel et touristique* (FDCT).

Aussi treize (13) Directions régionales, qui sont les structures déconcentrées du ministère, animent les missions du département dans les régions administratives du pays. En outre, quarante-cinq (45) Directions exercent un deuxième niveau de déconcentration au niveau provincial.

A ces structures publiques relevant de l'État central, il convient d'ajouter les collectivités territoriales qui ont bénéficié, dans le cadre de la mise en œuvre de la décentralisation, d'un transfert des compétences et des ressources dont celles relevant du secteur de la culture et du tourisme[166].

Par ailleurs, le secteur a bénéficié du soutien du *Programme d'appui au renforcement des politiques et industries culturelles (ARPIC).* Mis en place par le Gouvernement avec la collaboration de l'OIF, ARPIC couvre la période 2012-2015. Son objectif global est d'appuyer le ministère afin de lui donner la pleine capacité à encadrer, dynamiser et réguler les filières des entreprises culturelles, notamment celles du *Cinéma et de l'audiovisuel*, du *Livre*, de la *Musique et des Arts du spectacle*.

b. Les ministères autres que celui de la Culture

Outre le ministère de la Culture, plusieurs autres départements ministériels[167] interviennent dans le périmètre des entreprises culturelles, en référence à leurs attributions. On déplore cependant l'absence de synergie entre ces différents départements ministériels.

166 Décret N°2014-939/PRES/PM/MATD/MCT/MJFPE/MSL/MEF/MFPTSS/MICA du 10 octobre 2014 portant modalités de transfert des compétences et des ressources de l'État aux communes dans le domaine de la culture, des sports et des loisirs.
Décret N°2014-925/PRES/PM/MATD/MCTC/MJE/MSL/MEF/MFPTESS du10 Octobre 2014 portant modalités de transfert des compétences et des ressources de l'État aux régions dans les domaines de la culture, des sports et des loisirs.

167 Il s'agit des Ministère en charge de la Communication (presse écrite et numérique, radio et télédiffusion) ; Ministère en charge de l'Économie numérique (technologies appliquées à la culture et à contenu créatif) ; Ministère en charge de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat (exportation, investissements, labellisation, propriété

c. Les institutions spécialisées

À ces départements ministériels où la culture intervient de façon transversale, s'ajoutent des institutions telles que le *Conseil supérieur de la communication* (régulation des médias et fixation des quotas de diffusion des œuvres musicales sur les chaines publiques), la C*hambre de commerce et d'industrie* et la *Chambre des métiers*, qui participent au développement des entreprises culturelles.

Il est important de noter le rôle tout particulier de la *Maison de l'Entreprise du Burkina Faso* ces dernières années. Elle soutient activement l'émergence et la consolidation des PME/PMI dont celles des entreprises culturelles, même s'il n'y a pas de dispositif spécifique pour le secteur de la culture, comme c'est le cas du secteur de l'agriculture et des mines.

4. Cadre organisationnel général et développement des industries culturelles

Les industries culturelles au Burkina Faso doivent leur développement actuel au cadre institutionnel général, qui s'articule autour des organisations internationales africaines et non africaines œuvrant dans le secteur culturel ou qui développent des actions en faveur des entreprises culturelles. Ce sont aussi les organisations faitières privées nationales.

a. Le cadre organisationnel privé national

Des efforts ont été entrepris par le *Programme d'appui au renforcement des politiques et industries culturelles* (ARPIC) de 2012-2015, pour la structuration des acteurs culturels dans les six filières de la culture à travers la mise en place des faitières[168].

intellectuelle, artisanat, organes consulaires) ; Ministère en charge de l'Économie et des Finances (impôts, douanes, budget…) ; Ministère en charge de la Jeunesse, de la Formation professionnelle et de l'Emploi (emploi, formation professionnelle et fonds spéciaux…) ; Ministères en charge des Enseignements (éducation artistique, recherche…) ; Ministère en charge des Affaires étrangères, de la Coopération régionale et des Burkinabè de l'étranger (coopération culturelle, diplomatie culturelle…) ; Ministère en charge de l'Administration territoriale (transfert des compétences et des ressources aux collectivités territoriales) ; Ministère en charge du Travail (code du travail et de la sécurité sociale) ; Ministère en charge des Sports et loisirs (infrastructures sportives et loisirs servant de lieux de diffusion et de spectacle…).

168 la *Fédération nationale des cinéastes du Burkina* (FNCB), qui regroupe l'ensemble des associations légalement constituées de la filière cinéma et audiovisuel ; la *Fédération des associations et entreprises de la filière des arts plastiques et appliqués* (FEFAPA), regroupant l'ensemble des associations et entreprises culturelles du domaine des arts plastiques et appliqués ; la *Fédération nationale des professionnels des arts de la scène* (FN-PRO/scène), qui regroupe en son sein les associations évoluant dans la filière des arts de la scène ; la *filière patrimoine*, représentée par la *Fédération nationale des acteurs privés du patrimoine culturel* (FENAPAC) ; le *Groupe de Réseau des auteurs et acteurs du livre* (GRAAL), constitué des acteurs et des associations travaillant dans la filière du livre ; *l'Union nationale des acteurs de la musique enregistrée* (UNAME), qui réunit l'ensemble des associations et entreprises culturelles de la filière de la musique enregistrée.

La coordination de toutes ces fédérations est assurée par la *Confédération nationale de la culture* (CNC).

Mais force est de reconnaitre les difficultés de fonctionnement de presque toutes ces organisations faitières. À peine ont-elles été mises en place qu'elles vivotent déjà. Certaines connaissent déjà des crises de gouvernance et de bonne gestion et d'autres n'ont pas les moyens pour assurer le bon fonctionnement des instances statutaires.

b. Le cadre organisationnel international

- *L'Union africaine*

Sous l'égide de l'Union Africaine, des rencontres ont été organisées en rapport avec la culture et particulièrement l'économie de la culture et les industries culturelles. L'Union africaine, de ce fait, est partie intégrante du dispositif institutionnel des pays africains et participe à la promotion de l'économie de la culture et des industries culturelles. Elle encourage à travers la *Charte de la renaissance culturelle de l'Afrique* les États à se doter de politiques culturelles et à ceux qui en disposent, de prendre en compte l'économie de la culture et les industries culturelles, entre autres. La politique culturelle du Burkina Faso est en phase avec les visions de l'UA car dans son objectif stratégique 3, elle consacre *« le développement de l'économie de la culture »* et dans l'objectif stratégique 4, le : *« soutien à la promotion extérieure des produits culturels »*. Il est vrai que les acteurs culturels ne voient pas concrètement le soutien de l'UA mais ce soutien, cependant, est politique et structurel. On se rappelle la requête sur le financement public du cinéma africain portée par le président du Faso à l'attention des chefs d'État et de Gouvernement lors du 21^{e} sommet de l'Union africaine, à la suite de l'appel des cinéastes aux dirigeants du continent lors du FESPACO 2013.

- *La Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest*

La CEDEAO, institution régionale de l'Afrique de l'Ouest, œuvre dans de nombreux secteurs et notamment, dans le secteur de la culture et dans celui de l'économie de la culture. L'institution a instauré à travers ses objectifs, la liberté de circulation des personnes et des biens et le droit d'établissement. Les produits de l'artisanat traditionnel sont exemptés de tout droit de taxes et de douanes au sein de l'espace. Les acteurs et opérateurs du secteur de la culture bénéficient et profitent de l'existence de l'espace économique commun. Les actions de la CEDEAO sont développées souvent en collaboration et en partenariat avec l'Union européenne. Ainsi, la CEDEAO dispose d'un *Fonds régional pour la promotion de la*

coopération et des échanges culturels en Afrique de l'Ouest. La CEDEAO peut soutenir des initiatives culturelles qui ont vocation de faciliter l'intégration régionale.

- *L'Union économique et monétaire Ouest africaine*

L'UEMOA est une institution qui intervient, entre autres, dans le secteur de la culture. L'Institution a instauré entre les États membres un marché commun basé sur la libre circulation des personnes, des biens, des services, des capitaux et le droit d'établissement des personnes exerçant une activité indépendante ou salariée. À l'image du droit CEDEAO, les produits de l'artisanat traditionnel bénéficient d'une exemption totale de droit de douanes et de taxes. Les entreprises et industries culturelles des pays membres et les professionnels sont bénéficiaires des avantages offerts. L'Union a élaboré une politique culturelle commune, assortie d'un programme commun de développement culturel qui se chiffre à plus de six milliards de F CFA. L'UEMOA finance des projets culturels ayant un impact économique certain et qui profite aux membres de l'Union entière.

- *L'Organisation africaine de la propriété intellectuelle*

L'OAPI a été créé par l'Accord de Bangui du 2 mars 1977. Cet Accord de Bangui a été révisé le 24 février 1999 à Bangui. L'OAPI est chargée, entre autres, de contribuer à la promotion de la protection de la propriété littéraire et artistique et de susciter la création d'organismes d'auteurs nationaux dans les États membres où de tels organismes n'existent pas. Cette institution est intrinsèquement liée aux industries culturelles qui sont considérées d'ailleurs comme des industries du droit d'auteur. L'OAPI tient lieu aussi de service national de la propriété intellectuelle pour chacun des États membres, conformément à l'article 2 de *l'Accord* révisé de Bangui.

Le *Bureau burkinabè du droit d'auteur* bénéficie de l'appui technique et financier de cette organisation.

- *L'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle*

L'OMPI est une institution spécialisée de l'Organisation des Nations Unies. Elle a pour missions essentielles de stimuler la créativité et le développement économique en promouvant un système international de propriété intellectuelle, notamment en favorisant la coopération entre les États. Son champ d'intervention prend en considération le secteur des industries culturelles qui repose fondamentalement sur le droit d'auteur. Au niveau national, le *Bureau Burkinabè du droit d'auteur* (BBDA), organisme de gestion collective des droits d'auteur et des droits voisins, collabore étroitement avec l'OMPI et bénéficie de son assistance technique.

- *L'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture*

L'UNESCO, agence spécialisée des Nations unies, est une organisation qui conduit des actions au sein des États membres en faveur des politiques culturelles et de la promotion de la valorisation des produits culturels. Le Burkina Faso a bénéficié des appuis techniques de cette organisation pour la collecte et le traitement des données statistiques de la culture et d'un financement qui a permis de conduire la première étude du genre sur l'impact socio-économique de la culture au Burkina Faso. Un fonds dénommé *Fonds international pour la diversité culturelle* permet de financer des projets nationaux.

- *L'Organisation internationale de la Francophonie*

L'OIF est l'un des partenaires institutionnels des industries culturelles en Afrique francophone en général et au Burkina Faso en particulier. Cette institution développe des actions en faveur des industries culturelles des pays francophones du Sud. Elle a mis en place trois fonds qui intéressent les industries culturelles à savoir, le *Fonds d'aide à la circulation des artistes professionnels et de leurs spectacles* (musique, théâtre et danse) à l'occasion de tournées et festivals internationaux, le *Fonds d'appui aux entreprises de presse* destiné à celles qui désirent améliorer leur politique éditoriale, leur gestion managériale ou leur développement technologique et le *Fonds francophone de production audiovisuelle du Sud*, qui accompagne les professionnels de l'audiovisuel des pays francophones du sud dans l'écriture, la production et la distribution de leurs créations, tout en les aidant à en assurer la promotion dans les festivals et les marchés.

- *UE-ACP*

La coopération entre le Burkina Faso et l'Union européenne est encadrée par le *Document de stratégie-pays* et les *Programmes indicatifs nationaux* (PIN). En outre, il faut noter que l'Union européenne a eu des programmes jadis, spécifiques au secteur de la culture (*Programme de Soutien aux initiatives Culturelles* (PSIC) 1 et 2, les *Programme d'appui au secteur culturel* (PASC) 1 et 2). Cependant, le 11^{e} FED lancé par l'UE a recadré ses actions sur les secteurs dits prioritaires. De ce fait, la culture n'est plus considérée de façon spécifique dans ce 11^{e} FED, mais dans le cadre global du soutien au secteur privé.

À travers son programme *Investing in people ACP Culture+* de l'Union Européenne poursuit les objectifs suivants : améliorer les niveaux de développement humains et sociaux dans les pays partenaires, conformément à la *Déclaration du millénaire* des Nations unies et aux *Objectifs du millénaire pour le développement* (OMD). À travers le lancement des FED (*Fonds*

européen de développement), l'institution a permis à beaucoup de pays comme le Burkina Faso de bénéficier dans les années 2000 de programmes, tels que le PSIC et le PASC.

5. Analyse sur le dispositif institutionnel et organisationnel

À l'analyse de ce qui précède, on peut dire que l'environnement institutionnel et organisationnel est globalement bien en place pour faciliter le développement et la promotion des produits des industries culturelles et créatives au Burkina Faso. Tant au niveau national, régional, qu'international, les dispositifs administratif et organisationnel existent bel et bien. L'enquête de terrain a permis de comprendre que les acteurs qui animent ces institutions font de leur mieux pour réaliser les objectifs qui sont les leurs, mais pas sans difficultés. L'organisation culturelle souffre en effet d'insuffisance de moyens financiers et humains pour opérationnaliser les belles initiatives en matière de politiques publiques culturelles. C'est une situation préoccupante pour les services techniques du ministère en charge de la culture. Les lenteurs et les nombreuses procédures font que régulièrement le budget de la culture, déjà faible, ne s'exécute pas totalement. Les organisations privées ont comme « *maladie* » récurrente la *mal gouvernance*.

> *« Un autre aspect, c'est que c'est un milieu pas facile, et sur la technicité, on appelle la gestion de projet, de management. Ils font beaucoup de bonnes choses, mais quand il s'agit de rapporter, d'illustrer, de documenter, on ne voit rien. Et quand on leur dit le délai du repporting et tout ça, les données de suivi, on ne voit pas. Alors que quand on est dans une logique de gestion de projet, on ne peut pas travailler et puis ne pas rendre compte. Ce qui fait que souvent ça minimise leur capacité au niveau des ressources. On se dit que si c'est petit (le financement) et ils n'arrivent pas à gérer, et si c'est beaucoup ? Et c'est le problème général avec tous les partenaires. L'idée c'est de travailler pour qu'il y ait l'assistance nécessaire pour que les données soient fiables. D'autres points, c'est un peu la dépendance technique, on a prévu de mettre à disposition des consultants, s'ils ont des points d'interrogation. En dehors de ça, c'est beaucoup plus des questions de plaidoyers, pour qu'ensemble on puisse structurer. Mais c'est comme je l'expliquais, quand il s'agit de travailler ensemble, les acteurs de la culture ne sont pas faciles à mobiliser »*[169].

Malgré leur apport substantiel en matière, les projets implantés par les Organisations internationales parviennent à des résultats mitigés. C'est le cas du PSIC, du PASC et même du Programme ARPIC.

[169] Entretien avec un cadre de la coopération suisse, le 10 février 2017 à 14h45 dans le bureau de celui-ci.

B. Environnement juridique et règlementaire des industries culturelles

L'architecture juridique des ICC au Burkina Faso est relativement étoffée. Elle est constituée de textes spécifiques et généraux de natures variées, de sources nationale et internationale. En effet, le cadre normatif des ICC au Burkina Faso est fortement lié aux textes de source internationale.

1. Environnement juridique national assez favorable mais peu d'effets

Au niveau national, plusieurs textes juridiques relatifs aux ICC sont en vigueur. Les textes spécifiques portent notamment sur le Dépôt légal (la loi 042/96/ADP du 8 novembre 1996 instituant le Dépôt légal au Burkina Faso), la protection de la propriété littéraire et artistique,(c'est sur Ordonnance 83-016/CNR/PRES du 29 septembre 1983 que le gouvernement sous la Révolution a légiféré sur le droit des auteurs d'œuvres de l'esprit, pour que ces derniers puissent bénéficier de la protection de leurs œuvres conformément aux dispositions prévues à cet effet, le code de la publicité, la protection du patrimoine culturel, l'exportation des biens culturels, la tarification du droit de suite sur les œuvres graphiques et plastiques, les réglementations de l'exercice des métiers culturels, la perception de la rémunération pour copie privée, de la reprographie des œuvres fixées sur support graphique ou analogue, etc. la normalisation du cinéma et de l'audiovisuel.

Le décret n°2013-169/PRES/PM/MCT/MEF/MFPTSS du 25 mars 2013 portant statut de l'artiste au Burkina Faso. Ce décret a permis d'adapter le statut social de l'artiste à la législation sociale, en prenant en compte un ensemble de réalités du monde artistique dans la règlementation sociale (la variabilité des revenus artistiques avec le régime de cotisations sociales par exemple est un aspect que l'adoption du décret a permis de corriger).

La loi 055-2004/AN du 21 décembre 2004 portant *Code général des collectivités territoriales* consacre la gestion de la culture et des arts entre lesdites collectivités et l'État central. C'est un tournant majeur dans la répartition des compétences entre l'État central et les collectivités territoriales en matière de culture et participe à la responsabilisation politique des exécutifs locaux (ZOROM 2017). Une loi mérite d'être évoquée : la loi n°064-2015/CNT du 20 octobre 2015 en remplacement de la fameuse loi n°10-92/ADP du 15 décembre 1992 portant liberté d'association au Burkina Faso. Cette loi régit les conditions de création et de fonctionnement des associations à but non lucratif. Or, le Burkina Faso est particulièrement le pays où la vie culturelle et artistique est animée par lesdites associations, en nombre de loin supérieur aux entreprises culturelles marchandes.

Un dernier texte majeur que nous pouvons citer est celui du cinéma et de l'audiovisuel. Comme l'a dit l'ex-ministre de la Culture Baba Hama, l'arbre ne doit pas cacher la forêt. Les nombreuses turbulences qu'a connues le 7e art burkinabè sont loin d'être terminées et pour espérer redynamiser l'ensemble des activités du cinéma et de l'audiovisuel du pays, il lui faudrait sans doute des moyens financiers plus conséquents mais surtout un cadre règlementaire adapté, comme le reconnait lui-même le ministère (Ministère de la Culture et du Tourisme 2013). C'est donc dans ce sens qu'une loi a été votée par l'Assemblée nationale en 2004, loi n°047-2004/AN du 25 novembre 2004 portant loi d'orientation du cinéma et de l'audiovisuel au Burkina Faso. Cette loi a décliné la structuration des activités cinématographiques et audiovisuelles, ainsi que les différents métiers liés à ces activités. Il a fallu cependant attendre en 2013 pour voir adopter un décret et cinq arrêtés d'application.

Le décret n°2013-384/PRES/PM/MCT/ du 21 mai 2013 portant conditions d'exercice de la profession cinématographique et audiovisuelle définit les métiers de la *production*, de la *distribution*, de *l'exploitation*, des industries techniques, de la formation et de la recherche ; c'est également ce décret qui précise les autorisations administratives exigées pour l'exercice des métiers que sont l'autorisation d'exercice, la carte professionnelle, l'autorisation de tournage et de prise de vues ainsi que les professionnels qui y sont assujettis. Enfin, ce décret donne les orientations nécessaires sur les conditions de cessions des droits d'auteur en matière de cinéma et d'audiovisuel, d'une part et également les outils de contrôle et de suivi de l'activité cinématographique et audiovisuelle au Burkina Faso, d'autre part[170].

Du fait de l'insuffisance de normes spécifiques, certains textes juridiques et déclarations de portée générale affectent le secteur des ICC. Il s'agit principalement de l'acte uniforme sur le droit commercial général et les sociétés commerciales et les codes régissant le travail, la sécurité sociale, les impôts, l'enregistrement et le timbre, les investissements et la publicité.

En dépit de l'existence de textes spécifiques ou d'ordre général encadrant les ICC, l'essor de ce secteur reste entravé, d'une part, par l'insuffisance et/ou l'inadéquation des textes, et, d'autre part, par la non-application effective de ceux-ci qui demeurent du reste peu connus des acteurs concernés.

170 Les cinq arrêtés d'application du décret sont : Arrêté n°2013-099/MCT/SG/DGCA du 28 octobre 2013 portant conditions de délivrance des autorisations de tournage et de prise de vues ; Arrêté n°2013-0100/MCT/SG/DGCA du 28 octobre 2013 portant conditions de délivrance et de retrait de la carte professionnelle du cinéma et de l'audiovisuel ; Arrêté n°2013-0101/MCT/SG/DGCA du 28 octobre 2013 portant conditions et modalités de délivrance et de retrait de l'autorisation d'exercice de la profession cinématographique et audiovisuelle ; Arrêté n°2013-0102/MCT/SG/DGCA du 28 octobre 2013 portant création et modalités de tenue du Registre public du cinéma et de l'audiovisuel ; Arrêté n°2013-0103/MCT/SG/DGCA du 28 octobre 2013 portant création, attribution, composition, organisation et fonctionnement de la commission de délivrance des visas d'exploitation des films.

L'émergence et la viabilité des ICC étant fortement liée à l'attractivité de l'environnement des affaires culturelles et aux facilités offertes par les textes qui régulent l'économie nationale, la non-prise en compte de la spécificité des produits culturels dans ces textes n'est pas de nature à favoriser l'entreprenariat et l'exercice des affaires dans le monde culturel.

Par ailleurs, l'absence d'un cadre d'orientation fédérateur des actions de promotion des industries culturelles et créatives a conduit à des interventions tous azimuts sans cohérence, ni synergie d'actions, faute de consensus sur les besoins prioritaires du secteur.[171]

Le nombre de services en charge des ICC ou soutenant celles-ci est important. Mais les résultats obtenus en termes de structuration et de développement de PME/PMI dans le secteur culturel restent mitigés, du fait du manque de ressources humaines de qualité, de ressources financières, d'équipements adéquats et de marché significatif.

2. Environnement juridique international peu coercitif

Au niveau international, les textes sont constitués d'accord et de conventions. L'accord, dit *Accord de Florence*, supprime les droits de douanes sur l'importation d'objets à caractère éducatif, scientifique ou culturel. Quant aux conventions, elles protègent les artistes et leurs œuvres, ainsi que le patrimoine culturel et la diversité culturelle. Le Burkina Faso a signé et ratifié la plupart de ces conventions et accords internationaux dont le traité de l'OHADA, ce qui lui permet d'être pionnier aujourd'hui, avec quelques rares pays dans l'appui aux ICC et dans l'élaboration d'une SND ICC.

À côté de ces textes normatifs, il en existe d'autres ayant un caractère contraignant. Il s'agit notamment de la *Convention de Berne* pour la protection des œuvres littéraires et artistiques ; de la *Convention pour la protection des producteurs de phonogrammes* contre la reproduction non autorisée de leurs phonogrammes et du *Traité de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle* (OMPI) sur le droit d'auteur.

3. Analyse de l'environnement juridique

Une batterie de lois et règlements existent mais le vrai problème, c'est leur application. On peut citer le cas de la licence d'entrepreneur qui a de la peine à se mettre en œuvre. Beaucoup d'acteurs continuent d'organiser les manifestations culturelles sans souscrire à cette licence. C'est aussi le cas de l'autorisation de tournage, que les réalisateurs doivent se faire délivrer avec le tournage des films. Le ministère est souvent mis devant le fait accompli. La loi sur les quotas de diffusion des œuvres musicales est également sans moyens de contrôle et de pression

[171] C'est le cas des *Trésors du Faso*, mis en œuvre en 2016.

sur les promoteurs de radio et de télévision. Le dernier exemple, c'est le statut de l'artiste qui n'a attendu pratiquement qu'une dizaine d'années pour aboutir à la signature des décrets d'application. Depuis, c'est comme si le texte n'existait pas.

L'État visiblement manque de moyens pour faire appliquer ses propres lois et les acteurs subissent le manque de volonté pour mettre en œuvre les lois et règlementations en vigueur.

L'enquête de terrain nous a aussi révélé que l'information, la sensibilisation et la vulgarisation des textes juridiques et règlementaires font défaut. Et quand certains acteurs arrivent à se faire remettre une copie de ces textes, les contenus techniques de ces lois et autres textes juridiques bloquent leur compréhension et donc leur mise en œuvre.

Beaucoup de textes par ailleurs ne cadrent pas avec la réalité actuelle des filières. C'est le cas de la filière *Audiovisuel,* avec l'entrée de certains métiers dans la sous-filière *Cinéma d'animation*. La loi n'a pas pris en compte des métiers liés à cette sous-filière. Enfin, les mutations provoquées par le numérique font que certains textes sur la *Musique enregistrée* (la notion d'auteur ; la production ; la distribution) avec la vente en ligne par exemple ne sont plus exploitables ni applicables.

C'est pourquoi nous dirons *infra* que le défi juridique et règlementaire est un défi majeur.

C. L'environnement des mécanismes de financement des industries culturelles

1. Le budget de l'État et du ministère de la Culture : la volonté politique à l'épreuve des chiffres

L'État intervient dans le financement de la culture et des industries culturelles à travers le budget qu'il alloue au ministère de la Culture, des Arts et du Tourisme. Cet appui de l'État au secteur de la culture et du tourisme est destiné à la mise en œuvre la politique du Gouvernement en matière de culture, des arts et du tourisme.

a. Évolution annuelle du budget de la Culture

L'appui de l'État au secteur de la culture, des arts et du tourisme a évolué en dents de scie, sans jamais avoir atteint les 1 % du budget national.

Au Burkina Faso, le budget alloué[172] au ministère de la Culture, des Arts et du Tourisme de 2007 à 2016, en milliards de F CFA, se présente comme suit :

[172] Voir annexes pour les états complets entre 1989 et 2016.

Tableau 9: Évolution annuelle du budget du MCAT de 2007 à 2016 (en milliards de F CFA)

Années / Titres	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Personnel	0,38	0,93	1,03	1,01	1,85	1,19	1,30	1,27	1,69	2,07
Fonctionnement	0,10	0,71	0,37	0,35	0,09	0,11	0,24	0,58	0,52	0,65
Transferts courants	1,69	3,19	2,64	3,23	1,77	1,92	1,74	1,67	1,58	1,89
Investissements	0,79	1,76	3,86	2,95	0,15	0,72	0,68	2,01	1,61	0,67
Dotation du MCAT	2,98	6,61	7,91	7,56	3,88	3,95	3,98	5, 54	5,64	5,22
Budget national	**1032,66**	**1008,75**	**1219,60**	**1197,00**	**1259,05**	**1682,02**	**1904,08**	**1856,15**	**1795,78**	**1921,25**

Source : *Direction de l'administration et des finances du MCAT (2017)*

De 2007 à 2016, on peut constater que la part du budget du MCAT, rapportée au budget national, est inférieure à 1 % : une moyenne de 0,34 % du budget national, comme l'indique le tableau ci-dessous qui montre assez bien la faiblesse de l'allocation budgétaire de l'État au secteur de la culture.

Depuis 1989 d'ailleurs, c'est seulement deux fois qu'on a pu noter en valeur relative 1,06 % et 1,03 % respectivement en 1990 et 1997. La plus faible part a été enregistrée en 1992, avec 0,16 % du budget national[173].

Tableau 10: La part du budget de la culture dans le budget national

Titres	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Dotation du MCAT	2,98	6,61	7,91	7,56	3,88	3,95	3,98	5, 54	5,64	5,22
Budget national	1032,66	1008,75	1219,60	1197,00	1259,05	1682,02	1904,08	1856,15	1795,78	1921,25
Part budgétaire du MCAT sur le budget national (%)	**0,29**	**0,66**	**0,65**	**0,63**	**0,31**	**0,24**	**0,21**	**0,30**	**0,31**	**0,27**

Source : *Direction de l'administration et des finances du MCAT (2017)*

b. Nature et importance des dépenses de la culture

La faiblesse des dépenses de fonctionnement (356 millions en 2016), comme l'indique le tableau ci-dessous, ne permet pas au ministère d'être totalement opérationnel pour mener ses activités. Cette situation est préjudiciable au projet de développement des industries culturelles.

Le budget alloué au *ministère de la Culture, des Arts et du Tourisme* en 2016 est de 5298 millions F CFA. C'est une régression de 126 millions F CFA, soit une régression de -1,26 % par rapport à 2015.

Les taux d'exécution de 2007 à 2016 montrent une incapacité d'absorption des lignes budgétaires allouées par l'État. Cette incapacité pourrait s'expliquer, entre autres, par les procédures assez lourdes de décaissement ou les contraintes budgétaires même au niveau de

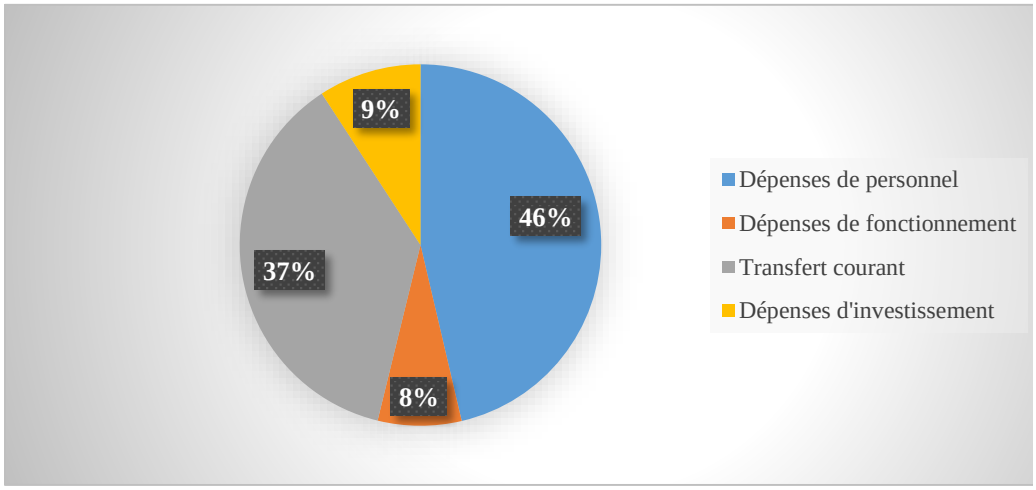
[173] On peut constater la part du budget de la culture de 1989 à 2017 dans les annexes.

l'État central et, souvent, par les événements sociopolitiques. En 2016 par exemple, le taux d'exécution était autour de 88,31 %, contre un taux d'exécution de 89,91 % l'année d'avant.

En somme, sur les dix dernières années, le taux moyen d'exécution du budget de la culture tourne autour de 89,2 %. Les taux d'exécution, rapportés aux types de dépenses, montrent des disparités entre le taux global et les taux d'exécution, surtout dans le domaine des investissements. Par exemple en 2016, le taux d'exécution des investissements est de 63,70 % contre 74,27 % en 2015.

La part des dépenses est représentée par le graphique ci-dessous :

Graphique 2 : Répartition du budget exécuté par nature



Source : Auteur, sur la base des données de la DAF/MCAT, 2017

2. Les mécanismes de financement mis en place par le ministère de la Culture

Il est certain que le ministère de la Culture figure toujours parmi les départements les moins nantis de l'État et peut être vu comme l'appendice d'un pays qui manque de ressources. Malgré ces contraintes budgétaires, le ministère apporte un soutien relatif aux opérateurs investis dans le secteur de la culture. Ce soutien accordé aux entreprises et aux acteurs culturels est constitué essentiellement de subventions, sans compter les appuis techniques.

a. Un comité chargé de l'examen des requêtes de financement

Le CERFAC n'est pas le fonds en question mais l'instance qui délibère et octroie des lignes de crédits aux acteurs culturels qui les demandent. Les demandes de fonds sont soumises à l'appréciation du *Comité chargé de l'examen des requêtes de financement des activités culturelles* (CERFAC), qui les examine lors de ses différentes sessions.

C'est en 1996-1997 que le mécanisme de financement des activités culturelles sous l'appellation *Fonds national de promotion culturelle* (FNPC) a été mis en place. En 2012, le FNCP devient le *Comité chargé de l'examen des requêtes de financement des acteurs culturels* (CERFAC), avec pour missions principales d'examiner, conformément à la politique du département, les requêtes de financements formulées par les acteurs culturels, en vue d'appuyer l'organisation des activités et manifestations culturelles ; de stimuler la production des œuvres artistiques et littéraires et de contribuer à l'éclosion des arts plastiques et appliqués.

Les types d'activités financées par ces subventions publiques sont la production et la promotion des œuvres musicales ; les manifestations culturelles ; le livre et la promotion littéraire ; la promotion et la protection du patrimoine culturel matériel et enfin, les échanges culturels et le renforcement des capacités des acteurs.

Tableau 11: Évolution des montants octroyés par le CERFAC

Année	**2015**	**2016**	**2017**	**Total**
Montant alloué	27 500 000	25 400 000	10 000 000	**52 900 000**

Source : DGA, 2017

b. La politique de promotion culturelle du BBDA

Au départ, c'est-à-dire de 1987 à 2009, les artistes adressaient leurs demandes d'aides et de prêts directement à l'administration du Bureau burkinabè du droit d'auteur (BBDA), qui donnait une suite favorable ou défavorable. Cette période était caractérisée par le caractère non structuré du fonds. Il a fallu attendre jusque dans les années 2010-2015 pour voir une démarche de structuration du fonds se mettre en place. Aujourd'hui, le fonds de promotion culturelle fait partie des fonds les plus attendus des usagers du droit d'auteur. En effet, dans le souci de mieux organiser la gestion du fonds, le BBDA a procédé à la mise en place d'un comité de gestion du fonds de promotion culturelle, composé de l'administration du BBDA et de ses membres ; des textes régissant la gestion du fonds ont été élaborés.

Les objectifs poursuivis par ce fonds sont, entre autres, de contribuer à la dynamisation des activités de création des membres ; de soutenir la promotion du répertoire des œuvres ; d'apporter un soutien pour une meilleure exploitation des œuvres de l'esprit.

Tableau 12: Fonds de promotion culturelle en millions de F CFA

Année	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Fonds de promotion culturelle	62,4	103,0	129,3	74,2	41	49,0

Source : Annuaire statistique 2016 du BBDA

Les types de financement accordés sont l'aide et le prêt, pratiqués de 1987 à 2013, puis la subvention, depuis 2014.

Les types d'activités financées se résument aux duplications d'albums ; la réalisation de clip vidéo ; l'organisation de dédicaces, de tournées, de concerts ; l'édiction et la réédition ; les résidences de création ; les expositions ; l'aide à l'écriture, à la production, à la création de spectacle et enfin, l'aide à la finition des œuvres.

c. Le Fonds de développement et d'extension de l'activité cinématographique

Créé en 1970, à la suite de la nationalisation des salles de cinéma, le *Fonds de développement et d'extension de l'activité cinématographique* (FODEAC) devait permettre de produire des films pour pallier d'abord le manque éventuel de produits à diffuser dans les salles ; de prendre en charge d'autres dépenses connexes comme celles de l'exploitation des salles nationalisées et le fonctionnement des structures d'administration du cinéma.

Ce fonds a été d'abord alimenté à sa création par 15 % des recettes brutes au guichet de la *Société nationale voltaïque d'exploitation et de distribution cinématographique* (SONAVOCI). Aujourd'hui, il est alimenté par le budget de l'État. Il s'agit d'une ligne budgétaire abusivement appelée *Fonds de développement et d'extension de l'activité cinématographique et audiovisuelle*. Son objectif est d'appuyer le soutien de financement des secteurs de l'activité cinématographique et audiovisuelle dans le domaine de la production, la distribution, l'exploitation/diffusion, la formation, la promotion et les industries techniques. Le type de financement, c'est la subvention non remboursable.

d. Le Fonds de développement culturel et touristique

C'est le dernier né des mécanismes de financement des initiatives culturelles et artistiques. Depuis 2016, le décret n°2016-729/PRES/PM/MCAT/MINEFID du 08/08/2016 portant création du *Fonds de développement culturel et touristique* (FDCT) est venu répondre à une doléance portée de longue date par les acteurs culturels, face notamment à l'immobilisme des banques et des services financiers du pays. Le fonds a pour ambition de réunir environ 3 milliards de francs par an et les redistribuer sous forme de prêt, de subvention, de garantie au prêt. Le fonds est à ses débuts, avec des défis de mobilisation financière, de bonne gouvernance et de pérennité à relever. Son statut actuel, c'est un EPE/Fonds national de financement. Il a pour mission d'offrir aux secteurs culturels et touristiques burkinabè, un accompagnement financier et technique pour assurer le développement des industries culturelles et touristiques. De ce fait, il vise à développer la dimension économique de la culture et du tourisme au Burkina Faso en vue d'accroitre la contribution des secteurs de la culture et du tourisme au PIB et à la création d'emplois. De façon spécifique, il vient assurer l'accompagnement financier des

opérateurs culturels et touristiques, puis assurer le renforcement des capacités techniques des opérateurs culturels et touristiques et enfin, mettre en place un mécanisme d'informations sur les industries culturelles et touristiques.

Pour cela, le fonds offre des crédits directs et des avances sur recettes, remboursables selon des modalités spécifiques aux différentes filières. Il subventionne des projets culturels et touristiques visant les projets non marchands ; il offre des garanties en vue de faciliter l'accès des opérateurs culturels et touristiques aux financements bancaires. Le fonds appuie et renforce les capacités des opérateurs culturels et touristiques, aussi bien sur les métiers techniques que sur la dimension managériale et marketing et enfin, le fonds collecte et diffuse des informations sur les industries culturelles et touristiques, en vue de rendre disponibles les informations statistiques, faciliter l'accès aux opportunités d'affaires et ouvrir les partenariats.

Les bénéficiaires sont essentiellement des entreprises culturelles et touristiques ; des associations et coopératives culturelles et touristiques légalement constituées et l'administration culturelle et touristique.

Né de l'insistance des acteurs en vue de disposer d'un mécanisme de financement et de la volonté politique du gouvernement avec l'appui des partenaires techniques et financiers et des acteurs culturels et touristiques, le *Fonds de développement culturel et touristique* (FDCT) est opérationnel et en mai 2017, il a procédé au lancement de son premier appel à projets. Il a ainsi enregistré au total 417 projets, dont 262 projets de subvention et 155 projets de prêts, pour un besoin global de financement de l'ordre de 5,6 milliards de F CFA.

Au terme de l'analyse des dossiers, le *Comité technique* ou *Comite de prêt* a retenu au total 39 projets dans la limite des ressources disponibles, dont 25 pour la subvention, 12 pour le crédit ordinaire et 2 pour l'avance sur recettes, le tout estimé à un cout global de cinq cent quatre-vingt millions (580 000 000) de F CFA. Comme l'indiquent les données du tableau ci-dessous.

Tableau 13: Bilan du premier appel à projet

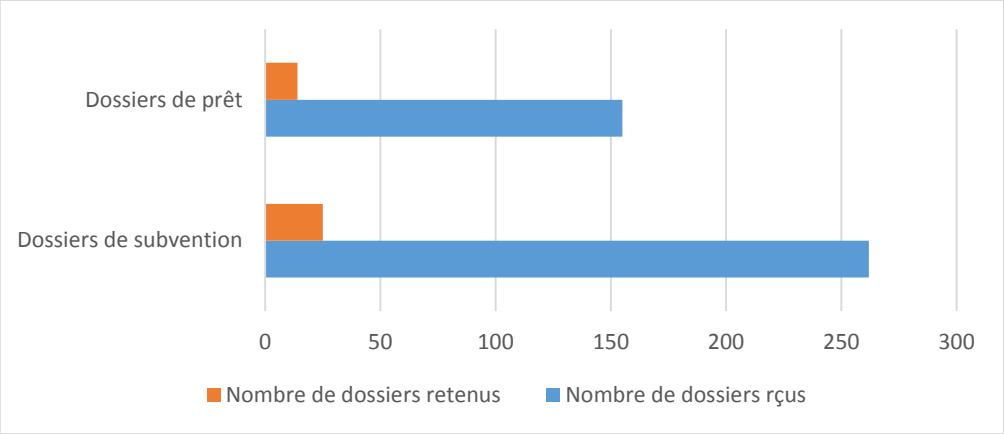
Dossiers	Nombre	Montant total des projets	Montants sollicités	Nombre de projets retenus	Montants accordés
Dossiers de prêt reçus	155	6 751 797 026	3 602 409 274	14	385 300 308
Dossiers de subvention reçus	262	5 785 775 299	2 053 002 886	25	92 261 600
Total	417	12 537 572 324	5 655 412 160	37	477 561 908

Source : FDCT, 2017

La part des dossiers de subvention dépasse celle des prêts. En effet, on enregistre 63 % des dossiers qui sont des demandes de subvention contre 37 % qui sont des demandes de prêts. Le contraire pouvait se comprendre dans le cadre d'un mécanisme dédié au développement de l'entrepreneuriat culturel.

Et quand on analyse les résultats des dossiers, on se rend compte également qu'il y a très peu d'acteurs qui ont bénéficié de ce fonds dans le premier appel à projet comme l'indique le graphique ci-dessous.

Graphique 3: Nombre de dossiers reçus et nombre de dossiers financés par le fonds

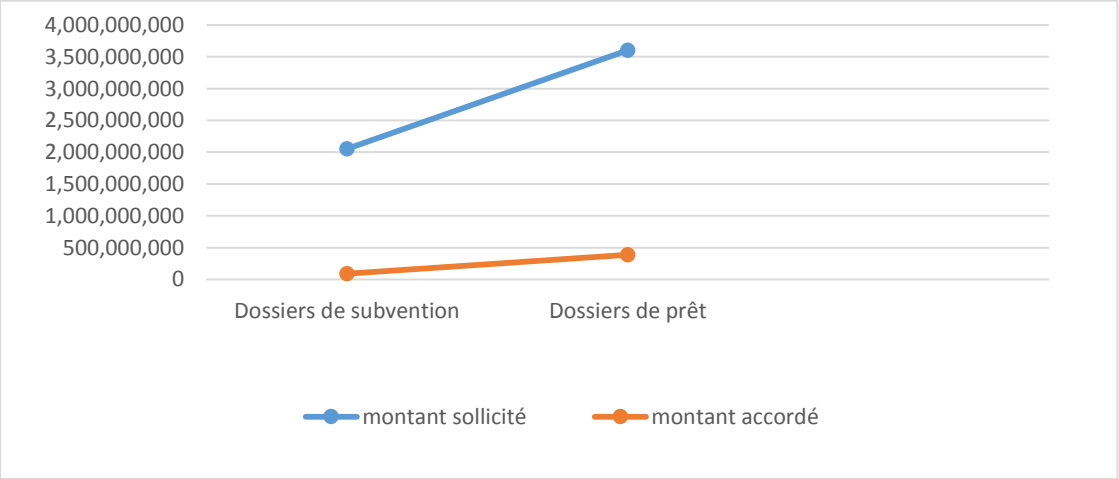


Source : Auteur, sur la base des données du FDCT, 2017

On peut d'abord penser à la faiblesse de l'enveloppe financière globale qui était autour de 500 millions mais aussi, on peut penser aux conditions et critères d'éligibilité ou d'octroi des fonds. Le fonds pour son opérationnalisation a su compter sur la Coopération suisse, qui se propose de financer en trois ans 168 millions de francs CFA.

L'écart entre les besoins des acteurs et les capacités du fonds est également énorme, comme l'indique le graphique ci-dessous.

Graphique 4: Montant sollicité et montant effectivement accordé par le fonds



Source : auteur sur la base des données du FDCT, 2017

3. Les programmes de crédits mis en place par l'État

Les structures publiques de financement comprennent essentiellement les *Fonds nationaux de financement* (FNF). Il en existe actuellement quatorze actifs, mais avec des niveaux d'activités variables. Créés au fil des années, souvent sous forme de projet, pour répondre aux préoccupations du moment de l'État comme la lutte contre le chômage (FAPE), la réinsertion des travailleurs déflatés (FONADR), le développement économique des femmes (FAARF) ou des jeunes (FAIJ), la formation (FAFPA), les divers FNF continuent d'exister en dépit des contraintes et de l'évolution de la situation nationale.

Les services offerts par les FNF et les modalités et conditions d'accès varient en fonction de l'objet et la vocation du fonds. Le financement des activités revêt différentes formes. Il peut prendre la forme de crédit à taux concessionnel ou celle de subvention ou encore, celle de garantie notamment, pour l'obtention de crédit dans le cadre de financements confiés à certains fonds nationaux par des projets ou ONG.

D'une part, la justesse ou le bien-fondé desdits fonds créés est partagé, et d'autre part la faiblesse des politiques de pérennité est constante. La gouvernance de ces fonds pose également des problèmes de confiance et d'efficacité. Par ailleurs, les acteurs culturels n'ont pas toujours eu le réflexe de recourir à ces types de fonds nationaux. La méconnaissance de l'objet culturel fait que plusieurs d'entre eux pensent qu'un fonds comme celui d'appui aux initiatives des jeunes n'est pas fait pour les entreprises culturelles. Or, des jeunes entrepreneurs culturels peuvent normalement émarger, au même titre que les autres jeunes exerçant dans des secteurs comme l'agriculture, l'élevage. L'enquête a montré souvent la méconnaissance des mécanismes de financement existants et le doute lié à la nature du projet culturel, avec à la clé beaucoup plus d'appréhensions que de réalisme.

4. Les structures privées de financement

Les structures privées de financement des entreprises sont essentiellement constituées des banques et des établissements financiers, d'une part et du système financier décentralisé, d'autre part.

a. Banques et établissements financiers

Le réseau bancaire du Burkina Faso comptait douze banques en 2016 avec d'autres projets d'ouverture en cours.

Tableau 14: Liste des banques actives au Burkina Faso

N°	Banques exerçant au Burkina Faso
1.	Banque Atlantique (BA)
2.	Banque internationale pour le commerce, l'industrie et l'agriculture du Burkina (BICIA-BF)
3.	United bank in Africa (UBA)
4.	Banque commerciale du Burkina (BCB)
5.	Banque de l'habitat du Burkina Faso (BHBF)
6.	Ex-Banque régionale de solidarité (BRS)
7.	Bank of Africa – Burkina Faso (BOA)
8.	Banque sahélo-sahélienne d'investissement et du commerce (BSIC)
9.	Coris bank international (CBI)
10.	Ecobank Burkina
11.	Société Générale Burkina Faso (SGBF)
12.	Compagnie bancaire de l'Afrique de l'Ouest (CBAO)

Source : notre enquête de terrain, 2017

Quant aux établissements financiers, il en existe cinq au Burkina Faso qui sont :

- *Alios finance* ;
- *Fidélis finance BF* (Ex-Burkina-Bail) ;
- *Société burkinabé d'équipement* (SBE) ;
- *Société burkinabé de crédit automobile* (SOBCA) ;
- *Société financière de garantie interbancaire* (SOFIGIB).

On peut retenir que les banques et établissements financiers ne s'intéressent que très imparfaitement aux entreprises culturelles. Quelques raisons avancées[174] par les banques pour expliquer cette situation peuvent être synthétisées comme suit :

- La gestion prudente pour garantir les dépôts (surtout ceux à vue) des autres agents économiques afin d'éviter les situations de crise et de risques systémiques ;
- La mauvaise qualité des dossiers présentés par les entrepreneurs et les promoteurs. Les schémas de financement (notamment ceux présentés par les PME/PMI) comportent de nombreuses erreurs et incohérences rendant aléatoires les décisions d'octroi de crédits ;
- L'insuffisance des apports personnels. Le taux d'autofinancement est faible, ce qui a pour effet de transférer aux institutions de financement une portion importante du risque par rapport aux règles financières de partage des risques internationalement acceptées en matière de montage financier ;
- La difficulté de réalisation des garanties. Les banques ont mentionné que les meilleures sûretés réelles, comme l'hypothèque, sont de réalisation difficile. Cette situation s'expliquerait par les faiblesses de l'administration judiciaire, les lenteurs dans le

174 Lire à cet effet, l'annexe n°IV dans le volume II.

fonctionnement de l'administration judiciaire et l'absence de magistrats spécialisés dans le traitement des contentieux bancaires ;

- La plupart des institutions financières ne sont pas équipées pour prêter aux TPE/PME. Les banques concentrent leurs efforts sur le « *segment supérieur* » du secteur des entreprises, à savoir les entreprises formelles moyennes et grandes. Les institutions de micro finance ont jusqu'à présent ciblé les micro-entreprises.

b. Le système financier décentralisé

Pour pallier les défaillances des banques classiques, certains institutions et programmes d'appui apportent une assistance financière aux petites entreprises et aux producteurs du secteur informel. C'est à ce niveau que les pratiques de la microfinance se sont développées au Burkina Faso à partir des années 1990, après des années d'expérimentation et de construction. Les expériences revêtent aujourd'hui quatre principales formes institutionnelles :

- Les mutuelles ou coopératives d'épargne et de crédit ;
- Les structures de crédit direct ;
- Les projets, les organisations non gouvernementales ou les associations à volet crédit ;
- Les fonds nationaux.

Les structures de microfinance non affiliées à un réseau sont entre autres :

- *Association Gnongon Dèmè des Caisses villageoises d'épargne et de crédit autogérées* (CVECA) de la Boucle du Mouhoun ;
- *Société burkinabè de microfinance* (MICROFI) SA ;
- *Confédération des Institutions Financières d'Afrique de l'Ouest* (CIF) ;
- *Société money office change et transfert d'argent* (MOF/CTA) SA ;
- *Association civile promotion du développement industriel, artisanal et agricole* (PRODIA-AC) ;
- *Société d'investissement et de développement* (SID) SA.

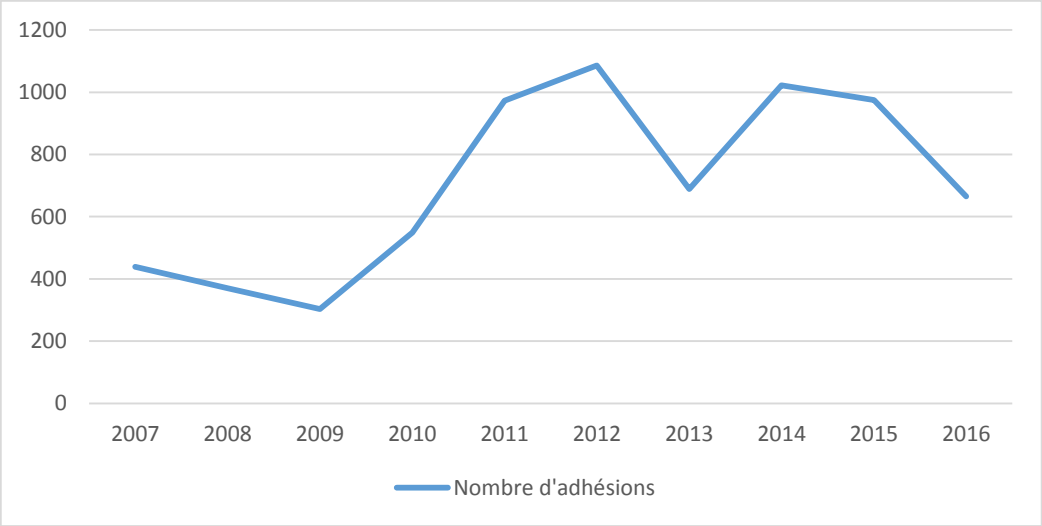
Encore une fois, ce sont des dispositifs de financement très peu utilisés par les acteurs culturels, pour les mêmes raisons évoquées.

5. Le droit d'auteur

Le droit d'auteur participe avec une place de choix à l'économie globale de la culture au Burkina Faso. Il permet de rémunérer les auteurs pour leurs œuvres originales créées et aussi de soutenir les politiques publiques de développement de la culture.

En 2016, on comptait 25 769 bénéficiaires des droits répartis contre 30 557 en 2015. Le nombre des membres déclarés au BBDA ne fait que croitre, comme l'indique le graphique ci-dessous. En 2016, le BBDA comptait en tout plus de neuf mille membres.

Graphique 5: Évolution des adhésions au BBDA



Source : Auteur sur la base des données du BBDA, 2017

En 2016, c'est au total 543 196 704 F CFA[175] qui ont été répartis entre membres du BBDA et sociétés étrangères. C'est en outre 4 343 649 006 F CFA qui ont été distribués entre 2007 et 2016.

L'environnement du droit d'auteur existant permet aux acteurs, et en particulier aux auteurs, de bénéficier de financement et de reconnaissance pour leur travail.

6. La coopération internationale et décentralisée

a. Au niveau de la coopération internationale

Parmi les acteurs intervenant dans les dispositifs d'appuis aux entreprises de façon générale, on peut noter la participation de la coopération bilatérale ou multilatérale. Le Burkina Faso bénéficie dans le cadre de la coopération multilatérale, d'appuis financiers de la part de l'OIF, de l'UE-ACP et de l'UNESCO. Pour la coopération bilatérale, le pays bénéficie de crédit budgétaire auprès de la Coopération belge (Wallonie Bruxelles), la Coopération française à travers les Instituts français (IF), la Coopération suisse…

[175] En rappel, 1 € s'échange à la parité fixe de 655,957 F CFA.

b. Au niveau de la coopération décentralisée

Au Burkina Faso, la coopération décentralisée offre des opportunités de financement à certaines initiatives culturelles portées par les collectivités territoriales. En effet, certaines collectivités territoriales entretiennent des partenariats avec d'autres des pays du Nord ou du Sud. Ce partenariat leur offre des opportunités de financement pour la mise en œuvre de leurs initiatives culturelles et touristiques.

Comme exemple, la mairie de la ville de Ouagadougou a bénéficié, en 2004, de l'appui financier de la ville de Grenoble pour la construction du jardin de la musique « *Reemdoogo* » qui, aujourd'hui, est un outil indispensable dans la chaine de production de la musique.

Le processus de décentralisation par le transfert des ressources culturelles et touristiques aux collectivités territoriales en 2009, puis en 2014, a suscité dans les communes et régions un intérêt particulier pour la promotion des activités culturelles. Ce qui justifie des inscriptions de lignes budgétaires dans le budget de certaines collectivités territoriales, destinées au financement des activités culturelles et touristiques. C'est le cas des mairies de Ouagadougou, de Ouahigouya, de Dédougou, de Bobo-Dioulasso, de Fada N'Gourma, qui mérite d'être souligné. Ces mairies prévoient des lignes budgétaires pour la subvention de l'action culturelle.

Bien que les montants octroyés soient généralement faibles, certaines initiatives locales bénéficient des subventions des collectivités territoriales de leur ressort.

7. Analyse du dispositif financier de soutien aux industries culturelles

L'argent est le nerf de la guerre, dit-on. Et cela est aussi vrai pour le secteur de la culture. De façon récurrente, la question du financement des actions ou projets s'est posée aux acteurs culturels. On peut s'interroger quant à l'histoire de cette soumission absolue à l'argent ?
L'État a de la peine à délier les cordons de la bourse face aux priorités que constituent à tort ou à raison la santé, l'éducation, l'alimentation, l'énergie, les infrastructures et récemment la sécurité avec les attaques terroristes. Dans l'histoire de notre pays, nous l'avions vu *supra*, en 57 ans d'indépendance, c'est seulement deux fois de suite que l'État a consenti 1 % du budget pour financer l'action culturelle. C'est un rapport assez significatif de l'intérêt et de l'importance qu'une nation comme le Burkina Faso accorde à sa culture, à son patrimoine. Nous l'avions vu également, la modicité des fonds alloués s'est grippée avec le rattachement régulier du secteur de la culture à bien d'autres, minimisant encore plus la part budgétaire de la culture. C'est pour cela que nous trouvons dans l'attitude des acteurs comme l'État des paradoxes et une absence de pragmatisme. Le discours officiel est parfait et en phase avec l'ère du temps.

Mais au tréfonds des décideurs, la culture budgétivore n'apporte rien d'autre que le divertissement ! Le ministère en charge de la culture a commandité une étude sur l*es impacts de la culture sur le développement socioéconomique du Burkina Faso*[176]. Cette étude a révélé le potentiel de la culture en termes de création d'emplois et de richesses. Malgré les conclusions de cette étude, la réalité est têtue et nous continuons d'assister à des résistances de la part des institutions financières et bancaires. Finalement en 2016, à travers ses partenaires, l'État a ouvert les guichets d'un fonds spécial pour les entreprises culturelles. Il y a donc eu des initiatives de longue date, mais il s'avère que leur efficacité et leur pérennité sont régulièrement remises en cause faute de suivi et d'évaluation, de bonne gestion et de volonté politique entre autres. Ce n'est pas toujours de façon efficiente que les fonds des différents projets sont gérés. La preuve de cette mauvaise gestion nous est fournie par la « *galère* » que les agents comptables des différentes institutions donatrices rencontrent quand l'heure du bilan sonne. Les pièces justificatives disparaissent dans la nature et les clauses budgétaires sont foulées aux pieds. En outre, toutes les fois que le pays a pu mobiliser des fonds importants pour la culture, ce sont des fonds venant des institutions internationales comme l'UNESCO, l'OIF ou l'UE-ACP, d'une part et de l'autre, de la coopération bilatérale ou décentralisée. Du coup, chaque fin de projet ou programme, c'est la fin du dynamisme, c'est souvent le retour à la case départ en attendant le prochain bailleur.

Aujourd'hui, avec tous les problèmes que les pays du monde connaissent, les budgets sont hachés souvent de moitié (dans le meilleur des cas) et cela rend difficile l'intervention habituelle des partenaires techniques et financiers. Tel est le cas de l'Institut français, qui n'arrive plus comme jadis, à faire tourner des artistes en nombre et sur plusieurs dates.

Le sacrifice financier pour développer les industries culturelles et créatives devrait être consenti par l'État en premier, avec des mesures fiscales et des mécanismes souples de financement et petit à petit, on pourrait orienter les entreprises culturelles vers les institutions financières pour un meilleur accompagnement.

[176] Ministère de la Culture et du Tourisme, MCT. 2012. « Etude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique ». Rapport final. Ouagadougou, Burkina Faso.

D. Les dispositifs de formation

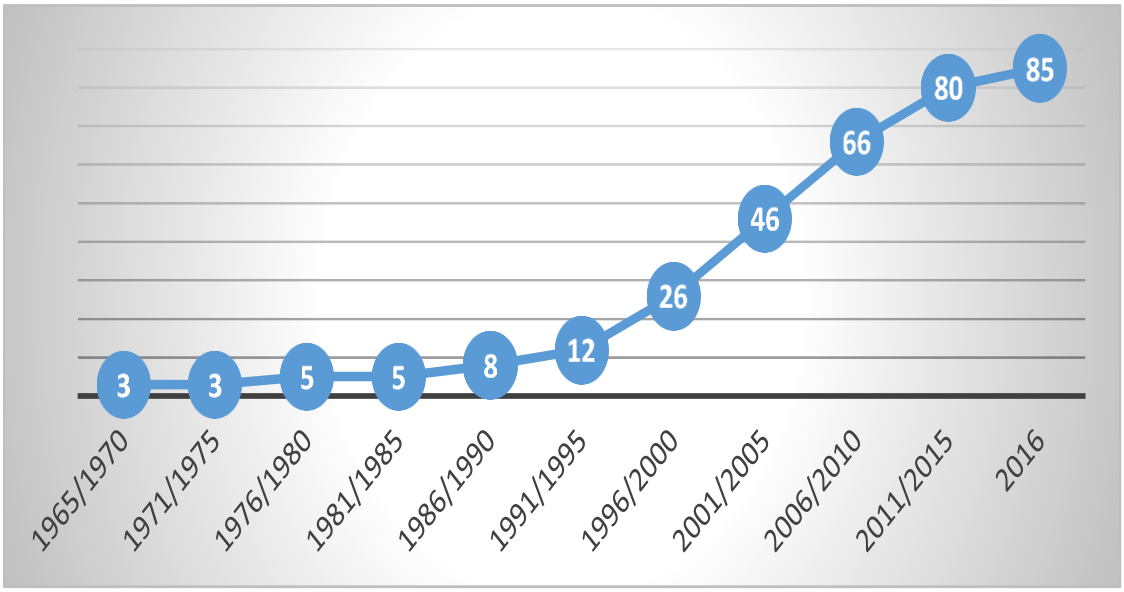
La cartographie des structures de formation réalisée par la Direction générale de la formation et de la recherche (DGFR)[177] dénombre 88 structures de formation. Elle révèle que beaucoup d'efforts restent à fournir pour une formation de qualité en phase avec les besoins actuels.

1. Répartition géographique des structures de formation

Les données ci-dessous montrent que les structures de formation artistique, culturelle et touristique sont inégalement réparties au Burkina Faso. Selon l'enquête réalisée par la *Direction générale de formation et de la recherche* sur les quatre-vingt-huit structures de formation, 55 % sont situées dans la région du Centre qui abrite la capitale Ouagadougou.

Cette concentration s'explique par plusieurs facteurs parmi lesquels on peut citer l'accès aux infrastructures de base (électricité, téléphone, Internet, équipements), le marché et les opportunités d'affaires (la demande de formation est bien plus importante en milieu urbain qu'en milieu rural).

Graphique 6: Évolution du nombre de structures de formation depuis 1965



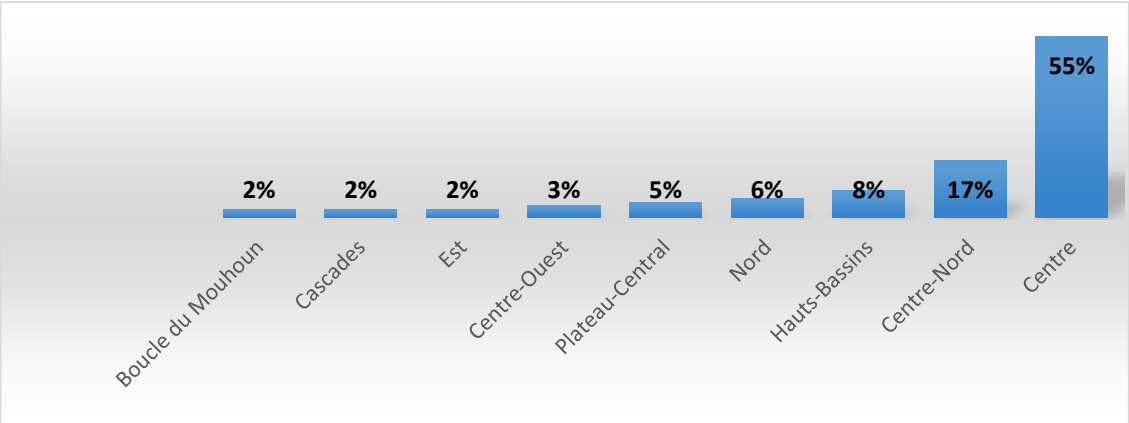
Source : Auteur, sur la base des données de la DGFR, 2017

[177] Cette section s'inspire essentiellement des données de l'étude réalisée par la DGFR en août 2016.

2. Évolution dans le temps des structures de formation

La formation dans le domaine de la culture, des arts et du tourisme est relativement récente au Burkina Faso, comme l'indique la figure ci-dessous.

Graphique 7: Répartition des structures de formation par région administrative



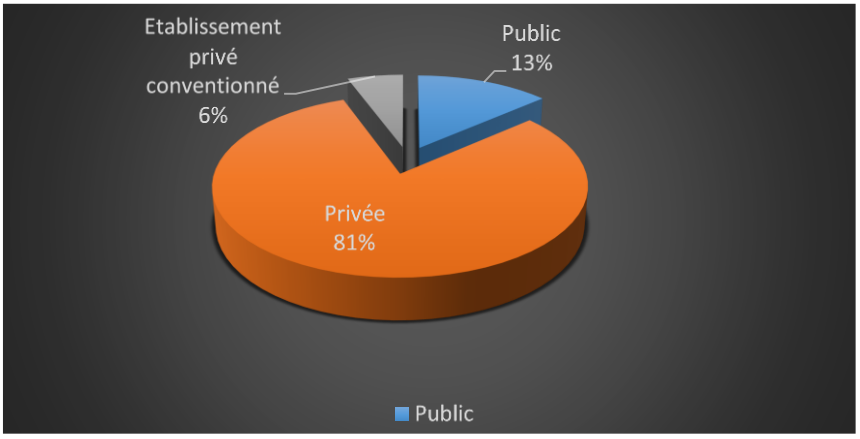
Source : Auteur, sur la base des données de la DGFR, 2017

L'analyse de cette figure montre que ce n'est qu'à partir des années 1990, (qui correspond à la deuxième temporalité de l'histoire des industries culturelles au Burkina Faso), les structures ont commencé à s'implanter. Cela pourrait s'expliquer par une prise en compte du secteur dans différentes stratégies de développement et la création de la *Semaine nationale de la culture* (SNC) en 1983, qui a suscité un engouement dans la création de structures publiques, notamment (l'INAFAC, l'INAFEC, le CNAA) et privées (Espace Gambidi, ATB…). Ces structures pionnières sont nées sur la base d'une passion pour l'art et la volonté d'exister après l'acquisition de l'indépendance politique. Les modèles économiques étaient basés sur le volontariat et le don de soi. Ce modèle va expliquer la situation actuelle très difficile des structures de formation, surtout privées.

3. Statuts et nature des structures de formation

Au Burkina Faso, les statuts des structures de formation sont multiples. Selon les résultats de l'enquête sur la cartographie des structures de formation, 81 % des structures de formation sont des initiatives privées, 13 % sont des établissements publics et 6 %, des établissements privés conventionnés.

Graphique 8: Répartition des structures de formation par statut



Source : Auteur, sur la base des données de la DGFR, 2017

Les initiatives privées dans l'histoire du pays ont toujours devancé les initiatives étatiques. Comme nous l'avions expliqué dans le chapitre précédent, les mesures drastiques du PAS, conjuguées à la fierté retrouvée du Voltaïque, devenu Burkinabè, ont contre toute attente projeté les acteurs privés sur la scène, dans un but de pérennisation des acquis de l'époque révolutionnaire. La recherche de l'emploi n'est pas non plus une donnée à occulter. Avec le PAS, la jeunesse peinait à avoir des emplois, d'une part et beaucoup de personnes avaient perdu leurs emplois du fait des compressions de personnel dans les entreprises fraichement privatisées, d'autre part. Dans ce contexte, les initiatives privées plus ou moins formalisées ont vu le jour.

4. Nature ou type des structures de formation

La répartition des structures de formation par type ou nature confirme nos propos à propos de leur statut. La cartographie permet de constater que la plupart des structures sont de type associatif, soit 46,86 % et de centres de formation, 30,68 %. Les universités et écoles formelles ne représentent respectivement que 7,95 % et 6,81 %. Il apparaît donc clairement que la formation artistique et culturelle est gérée en majorité par des structures associatives, du reste, informelles. Beaucoup de ces structures n'ont pas de plan de formation cohérent, ni donc de

curricula qui précise les parcours pédagogiques, ni même un corps enseignant qualifié. C'est le fondateur qui assure la plupart du temps l'essentiel des modules sur la base de son expérience.

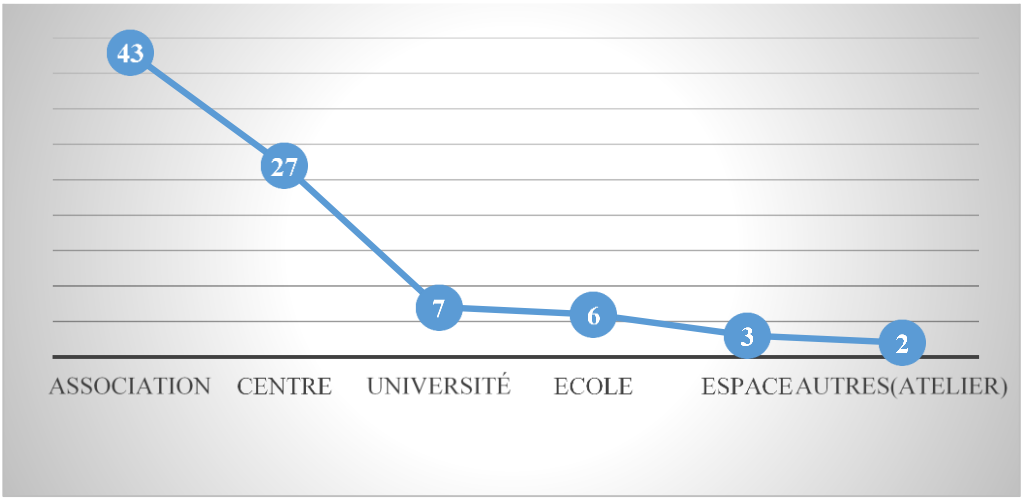
Tableau 15: Profil des enseignants

Profil/ enseignants	Nombre de structures	En %
Diplômé	42	48 %
Attestation	32	36 %
Expérience	67	76 %

Source : notre enquête de terrain sur la base des données de la DGFR, 2017

Ces structures, comme le précise le rapport d'étude sur la cartographie des structures de formation, sont pour la plupart informelles et offrent en général des formations d'initiation, et des cours pratiques de courte durée. Elles œuvrent également au renforcement des compétences ou au perfectionnement des apprenants.

Graphique 9: Répartition des structures de formation par nature



Source : Auteur, sur la base des données de la DGFR, 2017

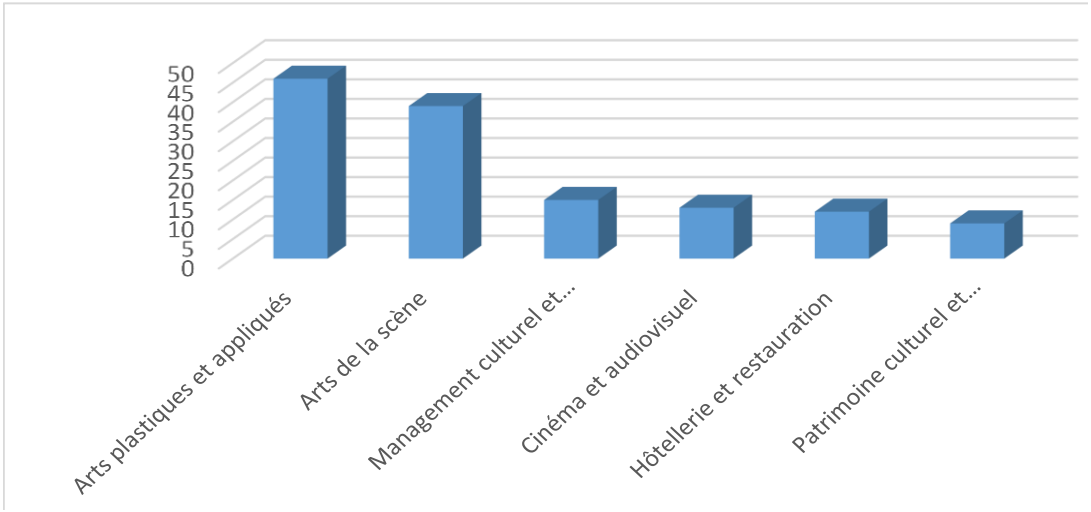
5. Les domaines de formation

Les domaines couverts par les structures de formation sont variés. Ils comprennent essentiellement les arts de la scène, les arts plastiques et appliqués, le cinéma et l'audiovisuel, le patrimoine culturel et touristique, le management culturel et touristique, l'hôtellerie et la restauration…Les structures formelles d'un niveau supérieur, dédiées uniquement aux industries culturelles, commencent timidement à se mettre en place. C'est le cas de *l'Institut africain des industries culturelles* (IAIC), de la filière *Culture* de l'ENAM et de l'ISIS-SE.

Les arts plastiques et appliqués sont le domaine le plus enseigné, soit 52,27 % au Burkina Faso. Ils sont suivis des arts de la scène, à hauteur de 44,31 %. Le management culturel et touristique

occupe, lui aussi, une place de 17,04 % des structures enquêtées; le cinéma et l'audiovisuel 14,77 %. L'hôtellerie et la restauration comptent 13,63 % et enfin le patrimoine culturel et touristique, 10,22 %. Les types de formation varient d'une structure à une autre. Les structures offrent plusieurs types de formation. Il s'agit essentiellement de formations continues, modulaires, à la carte et des formations ponctuelles. Selon les résultats de l'enquête, la formation continue est la plus dispensée par les structures, elle représente 28,40 % des types de formation. Elle est suivie de la formation modulaire et de la formation ponctuelle, représentant chacune 22,72 %. La formation à la carte représente 12,5 %.

Graphique 10: Répartition des structures de formation par domaine de formation



Source : Auteur, sur la base des données de la DGFR, 2017

Ces différents types de formation occupent une place importante dans les structures de formation et contribuent à des degrés différents à la professionnalisation des acteurs. Tout comme les types de formation, les couts de formation aussi varient. Les couts de la formation varient en fonction du statut des structures et du niveau de la formation.

Dans les structures formelles telles que les universités, les écoles ou instituts supérieurs privés, les formations sont de longue durée et les couts varient entre 350 000 et 800 000 F CFA.

Les formations ponctuelles de courte durée, organisées par les écoles privées, sont comprises entre 100 000 et 600 000 F CFA. Ce type de formation est souvent subventionné par des partenaires techniques et financiers et est parfois dispensé gratuitement.

Une autre catégorie concerne les formations « *informelles* » sanctionnées par des attestations et organisée par les associations. Ce type de formations, de courte durée, ponctuelles et d'initiation, est en général accessibles au grand public avec des couts variant de 10 000 à 100 000 F CFA.

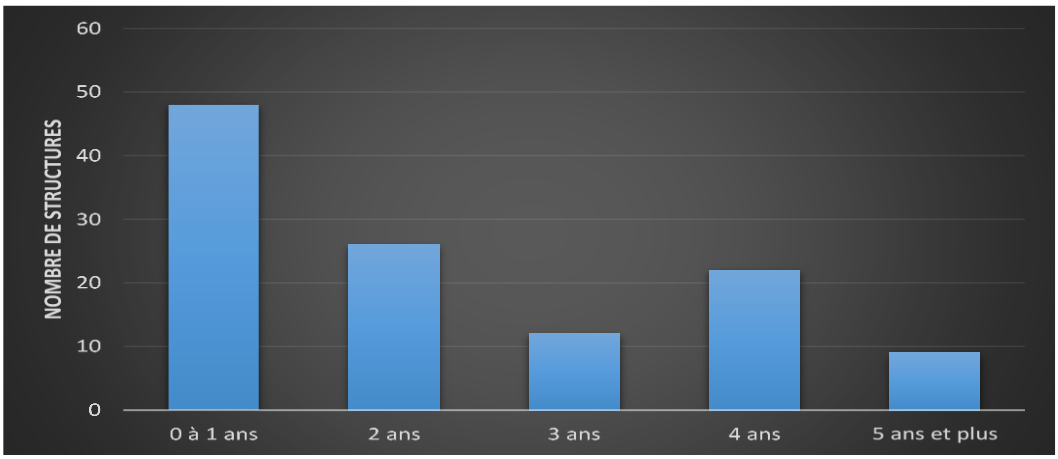
6. Durée des formations et diplômes

Selon l'enquête de la DGFR, il existe trois types de formation culturelle, artistique et touristique au Burkina Faso.

D'abord les formations de courte durée : représentent la majorité. Sur les quatre-vingt-huit structures enquêtées, plus de 40 % offrent ce type de formations. En général, ce sont des formations continues ou ponctuelles, de perfectionnement ou d'initiation de moins d'un an, sanctionnées par des attestations. Les formations continues sont organisées pour le personnel déjà en activité dans le domaine culturel, artistique ou touristique, public ou privé. Les formations ponctuelles et d'initiations sont organisées au profit des amateurs ou des élèves lors des compétitions inter-établissements.

Ensuite les formations de moyenne durée : durent au maximum deux ans. Plus de 20 % des structures, parmi celles enquêtées offrent ce type de formations. Les structures pratiquant lesdites formations requièrent un niveau de base et la fin de la formation est sanctionnée par un diplôme.

Graphique 11: Répartition des structures de formation selon la durée de la formation



Source : Auteur, sur la base des données de la DGFR, 2017

Enfin les formations de longue durée : proposent une durée d'études comprise entre trois et cinq ans. Ces durées représentent respectivement les formations diplômant en Licence et en Masters dans les domaines de la culture, de l'audiovisuel et du tourisme. Elles sont en général délivrées par les instituts supérieurs ou les universités.

7. Analyse du dispositif de formation

Le dispositif de formation présente une véritable faiblesse, malgré les efforts perceptibles ces dix dernières années. L'essentiel des formations sont offertes par des structures peu habilitées à le faire et la reconnaissance des diplômes délivrés par les structures de formation artistiques

et culturelles demeure une grande préoccupation dans le supérieur, les reconnaissances par le *Conseil africain et malgache pour l'enseignement supérieur* (CAMES) sont exceptionnelles. Sur l'ensemble des structures enquêtées, seulement 30 % délivrent des diplômes qui sont reconnus au plan national. Les 70 % des structures restantes ne délivrent que des attestations de fin de formation, comme l'indique le tableau ci-dessous.

Tableau 16: Nombre de structures délivrant un diplôme

Diplômes	**Nombre de structures**
Attestation ou certificat	38
CQP	2
BQP	1
BPT	1
CAP	4
BEP	3
BTS	3
Licence	5
Master	4
Professionnel	1
Autres	3

Source : notre enquête de terrain, sur la base des données de la DGFR, 2017

Aussi, l'enquête a montré que beaucoup d'entre elles vivotent financièrement, comme l'atteste le cri du cœur de la promotrice de l'EDIT[178] dans l'encadré ci-dessous. Les structures qui sont du type associatif n'ont pas toujours de quoi rémunérer des enseignants de qualité, ni assurer le fonctionnement. Des filières de formation universitaire sont assez rares. Seulement, l'Université Ouaga 1 Professeur Joseph KI-ZERBO assure de façon formelle une formation de qualité. Elle ne couvre cependant pas l'ensemble des préoccupations actuelles. C'est pourquoi des instituts comme l'ISIS-SE pour le cinéma et l'audiovisuel, se créent progressivement pour répondre à une demande de formation[179].

Pour le développement des industries culturelles au Burkina Faso, il nous semble primordial que soit améliorée cette question de la formation et d'éducation artistique. Le Burkina Faso doit s'y attaquer sérieusement, au risque de manquer de compétitivité à l'international et voir les

178 Les propos de la fondatrice de l'EDIT sont assez explicites de la situation partagée que vivent les promoteurs d'école ou centres de formation au Burkina Faso. Un extrait de ces propos montre que la situation financière des centres de formation est souvent intenable : « La situation de l'école de danse EDIT, que j'ai créée en 2009, est aujourd'hui très grave ! Nous sommes en effet sur le point de terminer une aventure artistique et humaine qui a permis jusqu'ici de produire deux promotions de très beaux danseurs, qui font notre fierté, ma fierté, au plan national et international. Une troisième promotion est sur le point de finir sa formation avec un diplôme prévu en juin. Malheureusement, l'EDIT n'est plus capable de venir à bout de ses loyers impayés, loyers que j'ai supportés avec les petites ressources de nos prestations diverses, mais aussi et surtout sur mes propres deniers, lesquels sont aujourd'hui épuisés ».

179 Notons aussi que, plus rarement, certains étudiants vont se former à l'étranger, dont le Sénégal pour la formation en cinéma documentaire de création à l'Université Gaston Berger de Saint-Louis du Sénégal.

initiatives louables d'actions culturelles complètement sombrer. Avec l'appui de l'UNESCO, une étude avait été faite dans la perspective d'intégrer dans les ordres d'enseignement du pays des modules de formation à la pratique artistique et culturelle. Avec les changements politiques et le manque de moyens, pour ne pas évoquer d'autres raisons, le dossier est toujours en souffrance au ministère de la Culture, chargé de sa mise en œuvre.

Comme nous l'avons déjà signalé, les besoins existent et sont même exprimés par les acteurs. Il faut maintenant travailler à les satisfaire pour construire une bonne base pour le développement des filières. En formant les enfants dès l'école primaire aux arts et à la culture, on prépare en même temps des consommateurs avisés des produits culturels, sinon des producteurs de biens et services culturels. Le *spectacle vivant* est bien dynamique au Burkina Faso mais il n'y a pas d'école de formation qui renforcerait les capacités des managers, des producteurs, des distributeurs et autres acteurs. C'est sur le tas que certains métiers de la *Musique* et souvent du *Cinéma* et de *l'édiction littéraire* sont appris.

III. Rôles des acteurs dans la structuration des filières : les perceptions des enquêtés

A. Le rôle de l'État : accompagner le secteur privé

Presque tous les enquêtés étaient unanimes de reconnaitre qu'il revenait à l'État de faciliter le développement des industries culturelles. Notre enquête révèle que 98 % des enquêtés estiment que c'est du rôle régalien de l'État d'intervenir directement dans le secteur culturel en y injectant de l'argent et en réglementant les activités dudit secteur. 2 % des enquêtés pensent que l'État doit plutôt s'abstenir de toute intervention et laisser le privé jouer le rôle de développement des filières culturelles. Comme l'indique le tableau ci-dessous, les rôles perçus vont de l'accompagnement à la définition des politiques, en passant par le financement des projets, la réglementation, le contrôle, la formation la facilitation.

Tableau 17: Répartition des enquêtés selon ce qu'ils pensent être le rôle de l'État vis-à-vis de la culture

Prescription du rôle de l'État	**Effectif**	**Fréquence**
Accompagner/Renforcer	140	83,8 %
Faciliter/catalyser	66	39,5 %
Financer	79	47,3 %
Règlementer/légiférer	76	45,5 %
Contrôler/Sanctionner	20	12,0 %
Entreprendre/Réaliser des projets	10	6,0 %
Sensibiliser/communiquer	10	6,0 %
Former/enseigner	28	16,8 %
Définir des politiques	60	35,9 %
Total	**167**	

Source : notre enquête de terrain, 2017

Encadré 6: Quelques extraits des perceptions sur le rôle de l'État[180]

« aider à l'assainissement de l'environnement juridique du développement des industries culturelles et impliquer davantage le privé dans la gestion des politiques publiques culturelles ; aider les acteurs des industries culturelles à se positionner au niveau national, sous régional, et international, à travers les grands événements, mais aussi à travers de politiques spécifiques ; enfin encourager par des politiques d'appuis financiers et techniques, construction ou réhabilitation d'infrastructures polyvalentes... », FiAc 27.

«L'État doit renforcer le partenariat avec les acteurs ; prise en compte de leur préoccupation ; sensibilisation des masses à la consommation des produits artistique locaux ; mise en place des conditions favorables au rayonnement des IC (crée un climat des affaires propre aux acteurs culturels) ; plaider pour une fiscalité adaptée aux acteurs ; encourager les acteurs entreprenants en leur octroyant des marché publiques », FiAC 38.

« L'État doit avoir une politique forte en matière de développement d'industries culturelles avec des stratégies bien définies allant dans le sens d'une meilleure structuration du secteur, d'un accompagnement technique et financier et de la création de marché pour l'écoulement des produits », FiAc 43.

« L'État doit organiser les cadres ; accompagner les acteurs (encadrement, financement) ; décentraliser les infrastructures et les espaces d'expression (festival); avoir une politique à la base avec une autre vision pour les Centres Populaires de Loisirs dans les villages et les quartiers », FiAc 92.

Source : notre enquête de terrain, 2017

L'enquête nous révèle par ailleurs que, si l'État est attendu pour jouer un rôle important dans la structuration voire, la restructuration des filières, il ne l'a pas toujours assez joué jusqu'ici selon les enquêtés. En effet, les enquêtés estiment que l'apport financier de l'État est globalement faible. Le tableau ci-dessous illustre cette perception des acteurs sur le rôle financier que l'État devrait jouer. 46,7 % pensent que le niveau de soutien financier de l'État est *faible* et plus de 26 % estiment qu'il est même *très faible* ; contre 4,8 % qui pensent que ce niveau est consistant. Cette perception est malheureusement fondée quand on considère les chiffres sur la part du budget de la culture dans le budget global de l'État qui oscille entre 0,2 et 1%

Tableau 18: Répartition des enquêtés selon leur appréciation du niveau de soutien financier de l'État aux industries culturelles

Niveau de soutien financier de l'État	Effectif	Fréquence
Très faible	44	26,3 %
Faible	78	46,7 %
Assez faible	37	22,2 %
Consistant	8	4,8 %
TOTAL	**167**	**100 %**

Source : notre enquête de terrain, 2017

[180] Nous rappelons que notre échantillon général est de 404 individus comprenant des acteurs culturels et des consommateurs de produits culturels. Des codes ont été affectés à chaque individu selon qu'il est Acteur culturels (FiAc) ou Consommateur de produits culturels (FiCo). Les propos rapportés sont des extraits du questionnaire et non un entretien dans le cadre de la collecte de données qualitatives. C'est pourquoi les extraits des discours suivis de la mention FiAc ou FiCo n'ont pas de mentions sur le lieu, l'heure et le nom de l'enquêté.

L'un des rôles que les enquêtés ont estimé qu'il est du ressort de l'État est le soutien politique voire la volonté politique de transformer le secteur de la culture pour qu'il devienne un secteur dynamique et compétitif économiquement parlant. Ce soutien, estiment les acteurs enquêtés, est majoritairement faible, sinon mitigé. En effet, le tableau ci-dessous montre que plus de 60 % des enquêtés trouvent faible le niveau de soutien politique apporté par l'État à la culture. 25 % d'entre eux pensent que c'est un soutien mitigé, souvent opportuniste contre 4,8 % pour ceux qui pensent que le niveau de soutien est *fort* et 9,6 % pour ceux qui estiment qu'il est *franc*.

Tableau 19: Répartition des enquêtés selon leur appréciation du niveau de soutien politique de l'État aux industries culturelles

Niveau du soutien politique de l'État	Effectif	Fréquence
Fort	8	4,8 %
Franc	16	9,6 %
Faible	101	60,5 %
Mitigé	42	25,1 %
TOTAL	**167**	**100 %**

Source : notre enquête de terrain, 2017

D'autres vont jusqu'à estimer que l'État entre en concurrence avec les acteurs du privé et, de ce fait, abandonne son rôle de facilitateur pour celui d'entrepreneur. En effet, c'est 38% contre 62 % des enquêtés qui estiment que l'État se comporte comme un entrepreneur culturel. Ils pensent également que les agents publics ne devaient pas avoir des entreprises culturelles parce que cela occasionne souvent des conflits ou des trafics d'influence qui sont à la défaveur des acteurs du privé.

> *« Les administrations publiques se transforment souvent en entrepreneurs de spectacles alors qu'elles n'en ont ni la qualité ni le droit. En effet, la réglementation réserve l'organisation des spectacles vivants professionnels aux seuls entrepreneurs de spectacles (publics ou privés) détenteurs d'une licence. En conséquence, toutes les fois où les administrations publiques non détentrices de la licence d'entrepreneur de spectacle ont besoin de prestations dans le domaine du spectacle, ils doivent faire appel à des prestataires qualifiés, à travers un appel d'offres », FiAc 157.*

Les propos de cet entrepreneur culturel dans la filière *Musique enregistrée* sont représentatifs de cette opinion qui fait de plus en plus échos :

> *« …le ministère de la Culture c'est le premier concurrent parce que lui-même il est devenu entrepreneur de spectacles. Il organise des événements, il ne fait pas d'appels à candidatures, ni de soumission. Toutes les cérémonies officielles qui lui sont confiées sont réalisées par leur CENASA. On avait espéré qu'après le SIAO, il allait permettre qu'il y ait appel à candidature pour le FESPACO, je pense qu'on avait attiré leur attention sur ça. Ils ne l'ont pas fait ; ils ont*

encore confié l'organisation à leurs structures qui ne sont pas en règle vis-à-vis des textes parce que les textes disent qu'avec une licence A d'entrepreneur de spectacles, ils ne peuvent organiser les spectacles que dans leur enceinte ; hors de leur enceinte, ils ne sont pas habilités à le faire. Mais c'est eux qui sont programmateurs hors de leur enceinte. C'est une violation des textes qu'eux-mêmes ont votés. Depuis 2005 la politique était de pousser les entrepreneurs culturels à aller vers la création d'entreprises formelles voilà on les a créé où est le marché ? Y a pas de marché, il y a pas d'appels d'offres, y a pas d'appels à candidatures, il n'y a pas d'appels à soumission voilà ils forment des comités par décret des quoi quoi entre eux pour aller organiser tout ce qu'ils veulent. C'est une vraie concurrence déloyale sinon le ministère de l'Habitat existe mais il ne construit pas de maisons, ils n'ont qu'à faire sans l'ordre des architectes ils vont voir ; donc, le ministère de la Culture n'est pas censé se substituer aux entrepreneurs culturels c'est la plus grosse catastrophe ».[181]

Encadré 7: Quelques propos d'enquêtés sur la concurrence déloyale ou fondée de l'État d'avec le privé

« Avec ses établissements publics culturels, l'État a quelquefois des comportements qui entravent dans le champ du privé sans se soucier des entreprises déjà existantes qui interviennent dans le même domaine », FiAc 59.

« L'État est le premier employeur des artistes à cause de la non cession des marchés des activités culturelles aux entreprises culturelles », FiAc 80.

« Dans les pays africains, la culture ou les industries culturelles sont souvent occupées par les États au détriment des promoteurs privés. L'État ne laisse donc aucune chance à ceux-ci pour la concurrence. Alors que dans d'autres cieux (occident) l'industrie culturelle est une entité réservée au privé », FiAc 134.

« l'État se substitue au rôle du privé de la manière la plus mauvaise en ce sens qu'il est devenu le centre de clientélisme et d'affairisme au service de quelques privilégiés triés sur le tas et selon les accointances des ministres de la culture au pouvoir », FiAc, 149.

« On a l'impression que l'État se substitue au privé. Mais avec juste raison, car, il tente d'impulser les choses pour permettre au privé de prendre la relève. Du coup, on a des logiques et des enjeux qui s'entrechoquent entre l'État et le secteur privé », FiAc 13.

« On pourrait avoir l'impression que l'État fait concurrence avec le privé mais à scruter de près, l'on pourrait aussi dire que c'est parce que ne s'est pas encore montré capable d'assurer tous les besoins que l'État intervient toujours. À titre d'exemple, on pourrait citer les infrastructures de spectacles comme le CENASA, la Maison de la Culture Jean-Pierre GUINGANE, la Maison du Peuple, le Palais de la Culture de Bobo, etc. Par contre dans le domaine des médias, on pourrait dire que les télévisions privées ont du mal à tenir tête à la RTB », FiAc 26.

« Depuis le PAS, l'État s'est engagé dans un processus de retrait des secteurs de production. Toutefois, avec un secteur privé de la culture embryonnaire, peu structuré et mal équipé, la promotion du secteur de la culture a exigé de l'État qu'il maintienne un certain dynamisme dans son intervention qui par moment en tant que client (achat de biens culturels), en tant que créateur de cadre de promotion des biens culturels en tant qu'organisateur d'événementiels (SNC, SIAO, FILO) ; mais ces actions ne peuvent nullement pas être assimilées à de la concurrence au privé mais s'apparentent plus à des partenariats puisque les opérateurs sont fortement impliqués dans l'organisation de ces activités », FiAc28.

181 Entretien avec BT, entrepreneur culturel le 23 février 2017 à 11 heures dans la cour de la maison du peuple à Ouagadougou.

« L'État ne peut s'afficher comme concurrent des promoteurs privés du reste, lorsque un domaine est vierge l'état entreprend pour donner vie à ce domaine mais dès lors que des privés vont s'y intéresser il se doit de leurs laisser la place et surtout de les accompagner », FiAc43.

« L'État joue plutôt un rôle de régulation, en créant un environnement juridique et réglementaire permettant au privé de s'y engager. Il y a des initiatives qui sont mises en œuvre par l'État, mais une fois que l'appropriation est faite par le privé, l'État se désengage. C'est donc au privé de s'approprier les initiatives qui naissent de l'État, pour permettre à celui-ci de se focaliser davantage sur l'essentiel de son rôle », FiAc 48.

« Toutes les manifestations ou événements culturels qui semblent tenir la route émanent de l'État ; c'est devenu des événements de souveraineté nationale. FESPACO, SNC, SIAO, SITHO. Pour certains événements, cela fait pratiquement 50 ans que l'État a sa mainmise. Bref, tous les sponsors accourent lorsque ce sont les manifestations de l'État et se cachent pratiquement lorsqu'ils ont affaire à un privé. La situation semble plus dramatique lorsqu'un privé n'est pas adossé sur une haute autorité (présidence, premier ministère, etc.)», FiAc 51.

Source : notre enquête de terrain, 2017

B. Le rôle des acteurs du secteur privé : la solution au développement industriel de la culture ?

Les enquêtés confèrent au privé des rôles divers pour le développement des industries culturelles et créatives au Burkina Faso. C'est entre autres, un rôle de production, de formation, de distribution et de commercialisation des produits culturels. Ils pensent aussi que le privé pourrait jouer un rôle de lobbying en tant que force de proposition.

> *« Il appartient aux acteurs culturels de s'organiser et d'organiser leur secteur. La mise en place des faitières sous l'impulsion du ministère de la Culture s'est soldée par un échec: nombre d'acteurs ne se sentent pas concernés par une structure dont la mise en place de ses instances dirigeantes s'est faite dans l'opacité. En France, ce sont les acteurs privés qui ont de leur propre chef mis en place la convention collective qui réglemente le secteur. En outre, il appartient aux Africains de s'approprier le débat sur les industries culturelles afin de définir la nature et le rôle de celles-ci pour le développement de leur secteur »,* FiAc 34.

Dans la dynamique de développement des industries culturelles, les enquêtés interrogés pensent que les acteurs du privé ne jouent pas suffisamment leur rôle. En effet, près de 60 % d'entre eux pensent que les acteurs du privé ne jouent pas leur rôle contre 40 % qui estiment que le privé joue son rôle.

Tableau 20: Répartition des enquêtés selon leur opinion du rôle joué par le privé

Rôle du privé	Effectif	Fréquence
Oui	68	40,7 %
Non	99	59,3 %
Total	**167**	**100 %**

Source : notre enquête de terrain, 2017

C. Le rôle des partenaires techniques et financiers : la culture de la dépendance

Les partenaires techniques et financiers semblent les plus critiqués quant à la faiblesse de leur soutien aux industries culturelles. Comme l'indique le graphique ci-dessous, près de 70 % des enquêtés pensent qu'ils ne jouent assez leur rôle contre environ 30 % estimant que les PTF jouent leur rôle dans le développement des industries culturelles au Burkina Faso.

Les enquêtés pensent qu'ils ont un rôle de financement, d'appui technique et de lobbying dans le secteur de la culture. Notre enquête montre combien les attentes sont concentrées autour de l'appui financier (98,2 %) et technique (88 %).

Les entretiens réalisés avec les PTF montrent cependant qu'ils y voient un problème. L'aide financière et souvent technique apporte certes, des solutions aux nombreux problèmes du secteur de la culture mais cultive aussi la dépendance financière.

> *« Une des leçons aussi, c'est que les quatre partenaires avec lesquels nous travaillons, ont une trop grande dépendance de l'appui de la Coopération suisse. Eux-mêmes ont reconnu que sans l'appui de la Coopération suisse, ils ne peuvent pas. On travaille donc à voir comment minimiser cette dépendance… D'autres points, c'est un peu la dépendance technique, on a prévu de mettre à disposition des consultants, s'ils ont des points d'interrogation. En dehors de ça, c'est beaucoup plus des questions de plaidoyers, pour qu'ensemble on puisse structurer. Mais c'est comme je l'expliquais, quand il s'agit de travailler ensemble, les acteurs de la culture ne sont pas faciles à mobiliser »*[182].

Encadré 8: Quelques rôles des PTF perçus par les enquêtés

« Les PTF peuvent accompagner les projets structurants des acteurs culturels aussi bien dans la formation de la ressource humaine que le développement des marchés internes et externes pour les produits culturels », FiAc 44.

« Les PTF pourraient contribuer au développement des industries culturelles, à travers les échanges d'expériences entre leurs pays et le nôtre, en plus du renforcement des capacités et le transfert de technologies. En outre, par des financements de projets dans ledit domaine », FiAc 48.

« Un rôle d'appui. En faisant du "plaidoyer-pression" auprès des décideurs pour que les industries culturelles soient réellement prises en considération dans les priorités politiques et économiques. Et en soutenant les acteurs sur le terrain de la production », FiAc 93.

Source : notre enquête de terrain, 2017

[182] Entretien avec un cadre de la coopération suisse, le 10 février 2017 à 14h45 dans le bureau de celui-ci

D. Le rôle des publics : consommer pour encourager les créateurs

Le rôle des publics ou des consommateurs est indispensable dans le projet de développement des industries culturelles. Ainsi, les enquêtés-acteurs culturels attendent des consommateurs qu'ils soient des consommateurs (96,4 %) ; qu'ils achètent les produits culturels pour encourager les créateurs (47,3 %) ; qu'ils fréquentent les espaces culturels pour assister à des spectacles et toutes autres représentations artistiques (48,5 %)…

Tableau 21: Répartition des enquêtés selon ce qu'ils pensent être le rôle des publics vis-à-vis de la culture

Prescription du rôle des publics	***Effectif***	***Fréquence***
Consommer	161	96,4 %
Acheter	79	47,3 %
Fréquenter les espaces culturels	81	48,5 %
Aimer la culture burkinabè	87	52,1 %
Valoriser les produits culturels	65	38,9 %
Total	**167**	

Source : notre enquête de terrain, 2017

L'enquête révèle cependant que ce rôle attendu des publics n'est pas rempli. En effet, 88 % des enquêteurs pensent que les consommateurs n'encouragent pas les créateurs, préfèrent des produits venant d'ailleurs ou ont des complexes face aux produits locaux.

> *« Il y a un énorme problème au Burkina qui ne dit pas son nom, c'est celui de la consommation. C'est ce que je disais antérieurement : la confiance en soi, l'estime de soi, la fierté de sa culture, si ça n'existe pas réellement, les Burkinabé, face à deux produits vont choisir ce qui est moins cher. Et là il y a un travail d'incitation des consommations des produits, de biens et services culturels».*[183]

Encadré 9: Quelques éléments de perceptions sur le rôle du consommateur culturel

« Les publics sont la condition sine qua non du développement des industries culturelles. En effet, ils constituent le marché que les opérateurs des industries culturelles doivent conquérir. Les publics doivent donc être incités à consommer les produits culturels en grande quantité, afin de constituer un véritable marché. Cette tâche d'incitation incombe aux opérateurs des industries culturelles et aux pouvoirs publics », FiAc157.

« Si les publics ne consomment pas les produits locaux, aucun développement desdites industries n'est envisageable et pour les consommer, il faut qu'ils soient de qualité. C'est pourquoi les publics se doivent de suggérer et d'exiger un minimum de qualité des produits culturels », FiAc12.

« Les consommateurs ont un rôle très importants à jouer dans le développement des industries culturelles, je dirai même que la survie des industries dépend d'eux. S'il y a la production et pas de consommation, il va de soi que l'entreprise meure et c'est pour cela que nous disons qu'il faut amener la population locale à apprécier et consommer leurs produits », FiAc43.

Source : Auteur, 2017

[183] Entretien avec OD, cadre du Ministère de la culture, le 20 février 2017 à 11h dans le bureau de celui-ci à Ouagadougou.

Toutes ces perceptions portées sur les rôles des uns et des autres sont un facteur qui structure les initiatives de développement des industries culturelles et qui organisent les stratégies des différents acteurs dans le secteur de la culture. Ces perceptions par ailleurs, résonnent souvent plus fort que la réalité qu'il est nécessaire de les percer pour entreprendre en amont et en aval des actions appropriées.

Conclusion partielle 1

Ce chapitre nous a permis de relever ce qui se fait au Burkina Faso en matière de développement des industries culturelles et créatives. L'environnement global montre que, tant bien que mal, combien la dynamique est progressive. Pour la maintenir, voire l'améliorer, un ensemble de défis méritent d'être pris au sérieux dans les stratégies de développement des industries culturelles et créatives.

Nous pensons à l'attractivité et à l'exhaustivité du cadre réglementaire et institutionnel des industries culturelles et créatives. L'analyse diagnostique a montré que le cadre institutionnel et règlementaire présente des insuffisances en termes de complétude et d'application effective des textes règlementant le secteur d'une part, et en termes de fonctionnalité et de couverture territoriale du cadre institutionnel, d'autre part. Ces insuffisances sont des obstacles majeurs à la mise en place d'un environnement attractif pour l'essor des industries culturelles et créatives. Il s'en suit donc que l'amélioration de ce cadre règlementaire et institutionnel s'avère être une condition nécessaire à la promotion des industries culturelles et créatives. Outre cela, la coordination interministérielle des actions relevant du secteur culturel et touristique demeure faible. Il s'en suit que l'amélioration de ce cadre juridique, institutionnel et organisationnel s'avère nécessaire à une meilleure gouvernance culturelle et touristique.

Nous pensons aussi au défi de la gouvernance à tous les niveaux, si tant est que nous voulons réussir la gestion des programmes et projets culturels. Dans l'histoire du pays, on a compté pas mal de projets qui ont vu leurs objectifs premiers détournés et avec eux, les fonds dédiés.

La culture de rendre compte n'est pas systématique. On accepte les projets et l'argent qui les accompagne, mais on refuse de justifier les dépenses. Certains partenaires techniques et financiers trouvent la situation des entreprises culturelles préoccupante, en ce sens qu'il est difficile de travailler de façon professionnelle avec elles.

L'enquête que nous avons menée auprès des entreprises culturelles nous a révélé que presque toutes ne disposent pas de comptabilité régulière. Certaines entreprises culturelles mettent en place un système comptable seulement quand un partenaire l'exige, en contrepartie d'un financement. Aussi, comme nous l'avions montré dans le chapitre précédent, la majeure partie des acteurs évoluent dans l'informel, sans un environnement technique normalisé.

Les organisations, qui sont une forme de structuration des filières, ont également ce problème de gouvernance. Les structures ne respectent pas leurs textes fondateurs et les leaders ne se sentent pas obligés de rendre compte de leur gestion aux membres. Le dernier cas en ce sens, c'est la mise en place des faitières par filière. C'est un processus bien louable quand on sait que mieux organisé, mieux on défend ses droits et intérêts. Mais depuis leur mise en place, aucune de ces faitières ne fonctionne véritablement. Aucune réunion de bureau, conformément aux statuts et règlement intérieur, aucun rapport d'activités, aucun bilan financier n'ont été effectifs.

Par ailleurs, des formes d'inimitié se font jour entre certains leaders qui grippent les projets. Lors d'une rencontre d'information organisée par le ministère de la Culture sur le nouveau mécanisme de financement de la culture, nous avons entendu un acteur culturel et pas des moindre, dire que *« si un tel est dans le comité de pilotage du fonds, je vous garantis que je n'enverrai pas mon dossier car on se connait dans ce pays de savane »*. Dans la même lancée, le conflit générationnel peine parfois à s'estomper. Les plus anciens trouvent les jeunes violents dans leur démarche, exclusivement mûs par le gain alors que la culture, selon eux, est avant tout un sacerdoce avant d'être une marchandise ! De leur côté, les jeunes pensent que les « *anciens* » obstruent les opportunités qui devraient leur revenir, en rentrant en compétition avec eux dans les appels à projets, même les plus petits financièrement.

En somme, la question de la gouvernance est cardinale dans la perspective d'un développement des industries culturelles. Cela passe par une infrastructure technique et comptable des entreprises et la culture de l'esprit de redevabilité c'est-à-dire parvenir à insuffler l'esprit du « *mandat impératif* ».

Aussi, avions-nous pensé au défi du renforcement de la qualité des ressources humaines au regard du rôle clé que les ressources humaines jouent dans le développement de toute entreprise

humaine en général et plus particulièrement dans les organisations et entreprises culturelles. Il semble que la disponibilité d'un capital humain compétitif et suffisant est un enjeu de taille. Le constat est que le secteur des ICC est confronté à la faiblesse qualitative et quantitative des ressources humaines spécialisées dans les questions des industries de la culture et plus largement, à l'économie de la culture. Le secteur des industries culturelles et créatives est caractérisé par la prédominance d'opérateurs amateurs n'ayant pas de compétences techniques solides, faute de formation. En outre, dans plusieurs corps de métiers, il manque divers profils indispensables au développement des industries culturelles et créatives. C'est le cas d'ingénieurs de son de haut niveau pour l'industrie de la *Musique* et de *l'Audiovisuel*. Nous le verrons dans la deuxième partie, les filières sont amputées à des niveaux essentiels de leur développement, faute de compétences disponibles.

Les ressources humaines sont insuffisantes et faiblement qualifiées. Cela s'observe tant au niveau des agents publics de l'État qu'à celui des collectivités ou des acteurs privés. L'insuffisance de formation reste une constante, la plupart des acteurs ayant été formés sur le tas.

Il existe cependant une lueur d'espoir avec le développement progressif de l'offre de formation. L'ouverture au début des années 2000 des filières de formation artistique et culturelle dans le secteur public et dans le privé place le Burkina Faso sur la voie du développement d'une formation structurée.

L'autre défi qui n'est pas le moindre, bien au contraire, c'est celui de l'accessibilité, l'adaptation et la durabilité du financement des entreprises et initiatives culturelles. Le niveau de financiarisation des entreprises culturelles est pratiquement faible. La preuve est que les entreprises ne produisent que quand elles le peuvent sans contrainte des exigences du marché. Des maisons de production semblent souvent disparues puis soudain elles réapparaissent avec des projets à exécuter. La raison de cette inconstance est financière et économique. Avoir accès à des ressources financières durables et adaptées aux spécificités des industries culturelles et créatives constitue une condition *sine qua non* pour l'émergence d'industries culturelles et créatives fortes, compétitives et viables. Or, l'analyse montre que le financement constitue l'un des principaux maillons faibles des industries culturelles et créatives. Les banques sont assez frileuses vis-à-vis de la culture et des acteurs culturels et il n'existe pratiquement pas de mécènes capables de porter les initiatives culturelles. Face à cette situation, les acteurs ont à plusieurs reprises demandé la mise en place d'un mécanisme de financement adapté. En 2017, le *Fonds de développement culturel et touristique* a procédé au lancement de son premier appel

à projets. Mais le défi reste total quand on sait que le financement de ce mécanisme est encore précaire (les premiers fonds ont été virés par la Coopération suisse et de l'État burkinabè) et les attentes très énormes.

L'accès à des ressources financières adaptées aux spécificités du secteur constitue donc une condition primordiale pour l'émergence d'entreprises culturelles fortes, compétitives et viables en regard de la forte financiarisation des industries culturelles des pays du Nord.

À cet effet, l'accroissement substantiel des ressources du FDCT est un défi central à relever.

Amélioration du niveau quantitatif et de la qualité des infrastructures et des investissements culturels

L'existence d'infrastructures et d'équipements de qualité favorise une bonne organisation de la création et de la diffusion des œuvres artistiques. Le secteur des ICC est très demandeur d'infrastructures de base et d'infrastructures spécifiques pour créer les conditions de base à l'éclosion et au développement d'ICCC. Ces infrastructures sont indispensables au développement d'une offre culturelle massive, attractive et diversifiée. Dans ce sens, la réalisation d'investissements pour atteindre une masse critique est un enjeu stratégique.

En plus des réalisations datant des premières années des indépendances comme la *Maison du peuple* et les *Maisons des jeunes*, l'État a construit ou aidé à construire des salles dans les villes de Ouagadougou (CENASA, *Palais de la jeunesse et de la culture Jean-Pierre GUINGANE*, *CDC-La Termitière*, *Jardin de la musique reemdoogo*), de Bobo-Dioulasso (*Théâtre de l'amitié*, *Maison de la culture*) et de Ouahigouya (*Salle de spectacle Mahamoudou OUEDRAOGO*). Ces réalisations sont venues renforcer celles qui existaient déjà et qui sont l'œuvre d'opérateurs culturels privés ou de partenaires de la coopération culturelle.
Les plus importants sont : *l'Espace culturel Gambidi* (ECG), *l'Espace atelier théâtre burkinabé* (ATB), le Centre culturel français-Georges Méliès (CCF-GM) devenu *Institut français*, le *Centre de développement chorégraphique* (CDC), le *Carrefour international du théâtre de Ouagadougou* (CITO), *l'Espace rencontre des jeunes de Dafra* (ERJ Dafra), le *centre Djeliya* et *l'espace Siraba.*

En dehors de ces espaces qui, d'ailleurs, sont en nombre insuffisant, les autres espaces dédiés à la création et à la diffusion sont inadaptés (des lieux sont transformés en salles d'exposition ou de spectacles pour pallier le manque d'infrastructures dans certaines localités du pays) ou vétustes ou mal équipés.

Compétitivité et innovation doivent s'inscrire dans la logique d'un secteur en pleine mutation et donc qui mérite de nouvelles stratégies. Les industries culturelles et créatives au Burkina Faso évoluent dans un environnement fortement concurrentiel où les avantages acquis sont sans cesse remis en cause et la recherche de nouvelles idées et de nouveaux produits ou procès pour être compétitives est un processus permanent. L'innovation, qui est au cœur même des industries culturelles et créatives, se présente comme un outil essentiel de développement de la compétitivité pour lui permettre d'accéder aux marchés aussi bien internes qu'externes. Or justement, dans ce domaine, les industries culturelles et créatives présentent peu d'atouts pour l'amélioration de la compétitivité et de l'innovation, ce qui en fait un défi majeur du secteur. Le contexte historique et économique ne peut pas continuellement expliquer l'absence de compétitivité des produits culturels burkinabè sur le marché mondial. Les nouveaux dispositifs tant techniques, technologiques (les moyens numériques de production et de commercialisation) que financiers (mécanismes participatifs de levée de fonds) doivent faciliter cette quête innovation et de compétitivité des produits culturels.

S'il y a un défi qui est à double tranchant, c'est bien celui du numérique et de l'Internet. Les acteurs sont pris de cours par les changements dans la chaine de production. Les plus jeunes entrepreneurs y voient une opportunité de se libérer des jougs que représentent les couts de financement, les contraintes de diffusion et de commercialisation des produits culturels industrialisés. Si la question des infrastructures numériques venait à être résolue, la question de leur usage doit faire en amont l'objet de formation et de sensibilisation.

La stratégie de développement des industries culturelles dans un pays comme le Burkina Faso pourrait s'adosser, à notre avis, au développement du numérique toujours en cours dans le pays.

Enfin, sans avoir épuisé les défis, nous avons perçu le défi lié à la capacité des acteurs de pénétration des marchés tant régionaux qu'internationaux. Comme toute unité industrielle, la finalité des industries culturelles et créatives est de développer leurs ventes dans le cadre de marchés accessibles et porteurs. Toutefois, l'analyse diagnostique a montré que les industries culturelles et créatives au Burkina Faso rencontrent d'importantes difficultés à pénétrer les marchés, intérieur et extérieur, pour diverses raisons. Cette situation est de nature à maintenir la fragilité des industries culturelles et créatives et à faire de la question de conquêtes des marchés un défi majeur à relever impérativement.

En évitant les pièges des approches développementalistes et en considérant les spécificités des industries culturelles et créatives, l'État et l'ensemble des acteurs pourront construire un

développement plus dynamique des industries culturelles et créatives. L'enchantement actuel que suscitent les industries culturelles et créatives doit se prémunir dès maintenant des facteurs de désenchantement précoces comme la faiblesse du financement et celle liée à la règlementation, voire son application.

Chapitre 2 :
Trajectoires et contextes d'émergence des industries de la culture au Burkina Faso

Introduction

Même s'il date du siècle dernier, le concept d'industrie culturelle (puis d'industries culturelles) est comme tout à fait nouveau dans le contexte burkinabè. Il n'a émergé dans les documents officiels que dans les années 1990, avant de s'émanciper dans la décade 2000-2010. Cette émergence, somme toute récente, explique d'une manière ou d'une autre le niveau de maturité des filières et les stratégies des acteurs. Cette jeunesse des industries culturelles au Burkina Faso est cependant en marche, malgré les difficultés constatées dans le chapitre précédent et le niveau actuel décrit dans le présent chapitre.

Les industries culturelles et créatives au Burkina Faso constituent un « *fait social total* ». La totalité du fait est liée à la transversalité de l'objet, d'une part et à la double nature du produit culturel : valeur marchande et valeur symbolique, d'autre part. La réalité sociale est souvent différente de la réalité sociologique. C'est pourquoi le présent chapitre s'y attarde, pour appréhender les perceptions qui expriment, voire exagèrent la réalité, sinon le réel. Avec l'entrée de la notion d'industries culturelles dans le langage courant ces cinq ou dix dernières années, force est de constater que c'est différemment que les acteurs s'approprient le concept et que, par ricochet, les usages en sont pluriels.

Le chapitre se propose de relater les perceptions des acteurs vis-à-vis des industries culturelles et créatives, d'une part et de dégager les enjeux et défis liés à ces dernières, d'autre part. Nous pensons que comprendre ce que pensent et ressentent les acteurs culturels et les publics consommateurs sur l'objet (*industries culturelles*) permet d'apprécier d'abord le niveau de développement et d'appropriation, puis la compréhension des stratégies adoptées par les acteurs et enfin, structure les pistes en vue d'un développement volontariste des industries culturelles au Burkina Faso. Ce chapitre en lien direct avec le chapitre précédent est aussi une sorte d'introduction à la partie numéro deux de notre travail.

Le chapitre évoque la marche des industries culturelles au Burkina Faso en trois temporalités principales, avec des sous-temporalités correspondantes à l'histoire sociopolitique et historique du pays. Il propose également une photographie des industries culturelles en donnant la parole aux enquêtés et en tentant une expérience de libre expression sur les enjeux des industries culturelles avec des plasticiens et caricaturistes de renom.

I. Contexte d'émergence des industries culturelles au Burkina Faso

A. Les contextes international, régional et national dans l'émergence des ICC

1. Le contexte international pour impulser le développement des industries culturelles et créatives nationales

Les statistiques de l'UNESCO et de la *Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement* (CNUCED) indiquent que les industries culturelles contribuent à hauteur de 7 % au Produit national brut (PNB) mondial et de 3 % au PNB des pays en voie de développement.

Les exportations mondiales totales des biens culturels ont plus que doublé entre 2004 et 2013, passant de 108,4 milliards de dollars US à 212,8 milliards de dollars US. La valeur des exportations de biens culturels des pays en développement a plus que triplé pendant la même période, passant de 27,7 milliards à 99,3 milliards de dollars Us. Dans le même temps, la part de marché des pays en développement pour les exportations mondiales de biens culturels a significativement augmenté, passant de 25,6 % en 2004 à 46,7 % en 2013[184].

Sur le plan sociopolitique, la culture et le tourisme, judicieusement exploités, sont analysés comme un facteur potentiel de paix, de développement et de promotion des valeurs éthiques communes à l'humanité. Cependant, le contexte sociopolitique international, marqué ces

[184] UNESCO. 2015. *Repenser les politiques culturelles*, p.125.

dernières décennies par des crises sécuritaires et des tensions sociales, portant un coup au développement harmonieux du secteur de la culture.

C'est donc dans un contexte international marqué par le libéralisme et l'économie créative qu'à la fin du siècle dernier, le Burkina Faso s'est approprié le discours sur les potentialités du développement économique et social des industries culturelles et créatives. Les industries culturelles et créatives dans le contexte international se positionnent souvent comme une option constitutive d'une alternative à la problématique du développement des pays pauvres, comme une autre voie du développement après les échecs constatés des anciennes.

2. Un contexte régional encore timide

La volonté de renforcer l'intégration régionale et de lancer la croissance économique ne saurait réussir sans une prise en compte de la culture. C'est la conviction affichée des leaders de la région. C'est pourquoi, les institutions communautaires d'intégration économique et sociale, comme l'UEMOA et la CEDEAO, s'intéressent de plus en plus à ce secteur.

Il existe une demande et une offre locales de biens et services culturels, qui nécessitent un accompagnement par des stratégies de structuration, d'intégration des marchés nationaux et sous régionaux, offrant des opportunités commerciales au secteur culturel et touristique.

En ce sens, l'*Union économique et monétaire Ouest-africaine* (UEMOA) et la *Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest* (CEDEAO) ont adopté des actes relatifs aux industries culturelles, à la libre circulation des personnes et des biens et au financement des initiatives culturelles et touristiques.

En la matière, l'UEMOA a adopté par Acte additionnel n°06/2013/CCEG/UEMOA du 24 octobre 2013 une politique commune de développement culturel. Ces deux politiques sont assorties de programmes d'opérationnalisation, qui visent à harmoniser les réglementations nationales, développer le marché sous régional, professionnaliser davantage les acteurs, faciliter l'accès des institutions et opérateurs culturels et touristiques aux financements.

C'est donc dans un contexte régional favorable avec comme principaux acteurs l'UEMOA et la CEDEAO, et dans une certaine mesure l'Union africaine, que le Burkina Faso s'est engagé presqu'à la même période que ces organisations régionales dans le développement des industries culturelles.

3. Le contexte national est globalement difficile pour l'émergence des industries culturelles et créatives

A l'instar des autres régions du monde, les industries culturelles dans le pays des Hommes intègres connaissent des mutations que l'on peut difficilement occulter. Les facteurs clés de ces mutations sont, entre autres, l'internationalisation, la financiarisation et la numérisation des produits culturels. Malgré leur niveau, relativement faible, ces facteurs sont en évolution progressive et impulsent la dynamique actuelle observable sur les politiques et les acteurs.

Au plan national donc, le secteur de la culture est perçu comme un secteur émergent. Il est pris en compte dans le *Plan national de développement économique et social* (PNDES) à travers son axe 3 qui s'intitule "*Dynamiser les secteurs porteurs pour l'économie et les emplois*". L'effet attendu est l'amélioration de la contribution du secteur au développement de l'économie nationale et à la création d'emplois au profit des jeunes, des femmes et des personnes vulnérables.

L'étude des *Indicateurs UNESCO de la culture pour le développement* (IUCD) montre la contribution réelle de la culture au développement du Burkina Faso. Celle-ci a été estimée à environ 3 % du PIB en 2014 et a créé 218 000 emplois représentant 2,80 % des actifs occupés[185]. En outre, le domaine culturel a rapporté en 2011 plus de 13 milliards de recettes au titre des exportations des biens et services culturels[186].

Au plan politique, l'approfondissement du processus démocratique et la responsabilisation des populations à travers la décentralisation constituent des conditions favorables à la liberté d'expression, d'entreprise et de circulation des personnes et des biens dont le secteur culturel et touristique a besoin pour son développement. Cette décentralisation consacre les collectivités territoriales comme des pôles de dynamisation et de structuration du développement de la culture et du tourisme. Cependant, les nombreuses crises politiques et sociales qui ont secoué le pays depuis 2011 ont porté un coup à l'économie et fragilisé le tissu social.

De nombreux et importants défis restent donc à relever. Il s'agit principalement d'assoir les bases d'un développement durable, par la réduction de la pauvreté structurelle à laquelle le pays est confronté. Cette pauvreté se caractérise par l'insécurité alimentaire, la crise sécuritaire, l'accès limité aux services sociaux de base, l'insuffisance de la promotion sociale et du genre,

[185] *Les indicateurs UNESCO de la culture pour le développement au Burkina Faso*, 2014.
[186] *Étude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement économique et social du Burkina Faso*, MCT, 2012.

l'insuffisance et le mauvais état des infrastructures routières, le besoin de renforcement de la justice sociale et de la démocratie, la faible capacité à produire et distribuer les biens et services correspondant aux valeurs et aux aspirations identitaires du peuple burkinabè.

Pour réduire l'extrême pauvreté dans certaines zones rurales et l'exode qu'elle engendre, le soutien au développement de pôles urbains secondaires, capables d'offrir des conditions de vie et de travail décentes aux populations, est un défi que le secteur culturel et touristique peut contribuer à relever.

Dans le contexte actuel, la capacité de l'État à promouvoir le patrimoine culturel national, le développement des industries culturelles et créatives, est handicapée par la modicité des ressources propres. *« Or, le secteur culturel pourrait contribuer plus fortement à la transformation économique et sociale de notre pays s'il disposait des ressources nécessaires et d'un environnement adéquat »*.[187]

In fine, le contexte national est marqué par un fort besoin de développement et de croissance économique. Ce contexte oblige, pour ainsi dire, l'État à faire appel *« à tout ce qui peut aider »* le pays à résoudre ses problèmes de chômage et à la création de richesses.

4. Autres données socioéconomiques problématiques dans le projet de développement culturel

a. Données sociologiques et structuration des industries culturelles

On notera, sur la base des données géographiques, que l'essentiel des activités culturelles se déroule d'octobre à juin et essentiellement dans les villes de Ouagadougou, Bobo-Dioulasso, Koudougou, Ouahigouya, Dédougou, Banfora et Fada.

– *Données démographiques : la croissance fulgurante de la population va-t-elle lancer la consommation culturelle ?*

Selon le *Recensement général de la population et de l'habitation* (RGPH) de 2006 (le dernier du genre en date), le Burkina Faso est peuplé de 14 017 262 d'habitants et riche d'une soixantaine de groupes ethniques. Les projections de l'*Institut national de la statistique et de la démographie* (INSD) pour la période 2017 estiment la population autour de 19 632 147 d'habitants.

[187] Document interne du MCT sur la relecture de la Politique nationale de la Culture.

L'espérance de vie à la naissance est 56,7 en 2006 (Sources: INSD, Enquête démographique et recensement 2006). Le taux de croissance démographique est estimé à 3,05 % en 2014.

La population vit à plus de 80 % en milieu rural. Et les jeunes de moins de 15 ans représentent près de 50 % de la population. La croissance démographique particulière de la capitale Ouagadougou, qui dépasse désormais les 2,6 millions d'habitants et voit sa population croitre de +7,2 % par an, soit l'un des taux les plus élevés du monde.

Les projections de la population du pays montrent des enjeux clairement évidents tant pour le politique que pour les acteurs culturels en particulier. En effet, l'évolution de la structure de la population par grands groupes d'âges en valeur absolue et en valeur relative) de 2015 à 2100, montre qu'en 2050, le Burkina Faso passera de 19 millions à plus de 46 millions d'habitants et à près de 100 millions d'habitants à l'orée 2100. L'État, avec ses partenaires notamment l'UNFPA, multiplie des actions pour une démographie maitrisée avec la promotion des méthodes contraceptives et l'explication et l'appropriation du concept du *dividende démographique.*

Tableau 22: Évolution de la population par groupe d'âge

Groupes d'âges	*2015*	*2050*	*2100*
00-14	8 566 000 44,8 %	16 756 000 35,9 %	22 515 000 23,4 %
15-64	10 108 000 52,9 %	27 956 000 59,8 %	62 303 000 64,7 %
65 et+	443 000 2,3 %	2 009 000 4,3 %	11 549 000 12,0 %
Total	19 118 000	46 721 000	96 367 000

Source : Nations Unies (2010) : WPP version 2010.

On notera que les données démographiques révèlent que le Burkina Faso est essentiellement jeune. C'est un atout possible en termes de consommation et de création des produits culturels mais cette population jeune et en croissance exponentielle est un défi pour les décideurs politiques qui tentent aujourd'hui de la maitriser au regard des ressources objectives dont dispose le pays. Des enjeux liés à ces données démographiques sont vus en termes d'éducation artistique de cette jeunesse et la formation de goûts et pratiques culturelles favorables aux produits endogènes.

- *Données sur l'alphabétisation et la scolarisation : la route du développement des industries culturelles et créatives (?)*

Le Burkina Faso est caractérisé par une population adulte peu instruite. Quatre personnes sur cinq, âgées de plus de 25 ans, n'ont aucun niveau d'instruction selon le rapport de l'enquête

multisectorielle de 2014. Le taux d'alphabétisation de la population âgée de 15 ans et plus, estimé à 34 %, a connu une progression significative au cours des cinq dernières années. Cependant, des grandes inégalités persistent entre les zones urbaines et les zones rurales et entre la région du Centre et le reste des douze régions du pays. L'alphabétisation des jeunes de 15 à 24 ans selon l'INSD a cru à un rythme d'environ 2 points de pourcentage au cours des cinq dernières années. Le taux est passé de 41 % en 2009 à 50 % en 2014.

Au niveau national, l'offre en matière de scolarisation, en 2014, n'est pas en mesure d'absorber la population en âge d'être scolarisée au primaire. En effet, l'enquête multisectorielle continue de l'INSD (INSD 2015) fait état d'un *Taux brut de fréquentation scolaire* (TBFS) en 2014 estimé à 74 %. Ce qui correspond à une progression de 6 points de pourcentage par rapport à 2009 (68 %). Quant au Taux net fréquentation scolaire (TNFS), sa valeur est estimée à 51 % contre 46 % en 2009, soit un gain de 5 points de pourcentage. D'une manière générale, les indicateurs de scolarisation se sont significativement améliorés au cours des cinq dernières années en dépit de l'offre toujours insuffisante. L'écart très important entre les valeurs du TBFS et du TNFS (23 %) témoigne d'un grand nombre d'enfants scolarisés au primaire sans avoir l'âge scolaire du primaire. Ce nombre correspond à peu près au tiers des effectifs du primaire. Certaines données sur la scolarisation et l'alphabétisation sont exposées dans la deuxième partie de cette thèse. En somme, beaucoup d'efforts restent à faire pour donner une formation adéquate à tous les enfants et adultes du Burkina Faso. C'est pour les acteurs, la clé du développement. L'enjeu c'est de travailler à inclure dans les curricula de tous les ordres d'enseignements des modules ou des matières en lien avec les arts et la culture pour escompter des résultats en termes de pratiques et consommations, voire de créations. Jusque-là, c'est l'enseignement général qui est prépondérant et qui a tous les avantages tant social qu'économique. Il faut inverser la tendance à notre avis pour donner la chance à la formation professionnelle ; laquelle est porteuse de débouchés d'emplois et de qualité de vie professionnelle. Les universités peuvent, dans ce sens, adapter leur formation et l'État pourrait encourager le privé à l'ouverture d'instituts et d'écoles de formation professionnelle.

Malgré la position du Burkina Faso (pays de la culture avec son mythique FESPACO), le pays n'a pas un conservatoire des métiers de la culture et des arts. Le pays n'a pas non plus des formations pointues sur les besoins actuels des acteurs. Les acteurs apprennent en mimant ou pour ceux qui ont les moyens en s'inscrivant dans des universités et grandes écoles en Europe ou en Amérique.

Dans cette dernière phase de l'histoire, les initiatives culturelles engagées par l'ancien régime ou qui devraient être engagées sont pour la plupart supprimées ou reconsidérées.

Aujourd'hui, la situation est caractérisée par des mouvements sociaux[188]. Selon l'étude de *Free Afrik*, c'est en moyenne 68 mouvements de grèves ont été enregistrés en 2017. L'année 2016 a été marquée par l'ébullition sur le front social. 40 % des ministères étaient en grève et cela a eu des conséquences graves sur l'économie burkinabè en lien avec les fortes attentes des populations pour un mieux-être. Particulièrement, le front social est mouvementé par les actions répétées des syndicats des travailleurs mais aussi de la société civile pour de meilleures conditions de travail et de vie. Cette tension affaiblit la sérénité dans les actions envisagées par le référentiel de développement qui est le PNDES d'une part et l'instabilité des institutions, d'autre part. Le ministère en charge de la culture est déjà à son troisième ministre du fait de cet environnement délétère.

b. Données économiques expliquant la dépendance récurrente vis-à-vis de l'aide extérieure

Les données économiques sont en lien direct avec plusieurs politiques de développement et initiatives culturelles. La période de l'État État-providence qui s'est établée de 1960 à 1990 puis celle des années d'ajustements structurels et enfin celle de la libéralisation voire de la mondialisation ont toutes les trois eu des influences sur l'industrialisation de la culture au Burkina Faso.

– *La période de l'État providence*

La période d'État-providence est une période marquée par la forte présence de l'État dans tous les secteurs productifs de l'économie nationale. Jusqu'au début des années 1990, le Burkina Faso disposait encore d'une structure centrale de planification et d'un plan à moyen terme. Le système de planification, confirmé au plan théorique par les thèses keynésiennes, avait jusqu'alors pour but de donner à l'État son rôle de vecteur naturel du décollage économique ; l'idée de base étant que le secteur privé est trop faible pour pouvoir être le vecteur de développement, et que, de toute façon, il n'avait pas les capacités d'investir à long terme dans des industries qui ne dégageaient pas de forts taux de profit dans l'immédiat. Seul l'État avait la capacité d'investir de façon cohérente, planifiée, pour accélérer la croissance et construire une économie intégrée et indépendante.

[188] Le nombre de grève dans la fonction publique burkinabè est passé de 16 en 2014 à 68 en 2017.

Les politiques d'industrialisation du pays étaient fondées sur la stratégie de substitution aux importations. Il s'agissait, en effet, de créer des activités ayant pour résultat le remplacement d'importations par une production intérieure. Cette politique devait permettre de réduire la dépendance extérieure tant économique que culturelle. L'adoption de la loi n°9/62/AN du 3 mars 1962 autorisant l'État à créer des sociétés publiques ou mixtes procède de cette logique.

C'est dans ce contexte qu'est née la plupart des unités industrielles du pays au cours de la période allant de 1966 à 1975. Au niveau du secteur de l'industrie, on a assisté à la création de nombreuses entreprises comme VOLTEX, SOSUHV, BATA, GMV, SONICO, MAVOCI, etc. Cette politique volontariste des pouvoirs publics a contribué à la croissance de la production manufacturière qui atteignait le taux annuel de 12 % entre 1968 et 1972. De même, elle a contribué à accroitre la contribution du secteur de l'industrie à la formation de la valeur ajoutée de l'économie. La politique d'industrialisation par substitution aux importations a cependant présenté des résultats mitigés.

Les finances publiques et la balance extérieure étaient au centre de cette préoccupation. En 1989 et en 1990, après dix ans (en excluant 1982 et 1985) de surplus, le pays a souffert d'un déficit majeur de l'ensemble de ses balances de paiement. Concomitamment à cela, le déficit du secteur public devenait si grand que le gouvernement n'était plus capable d'honorer le paiement de ses dettes. En fait, l'économie entrait dans une zone de turbulence et d'incertitude et, si rien n'avait été entrepris, le Burkina Faso se serait trouvé face à une crise financière et macro-économique sévère et sans précédent.

- *La période de 1991 à nos jours*

Le début des années 1991 a été marqué par une nouvelle politique économique caractérisée par le recentrage du rôle de l'État par la prise de mesures visant son retrait des secteurs productifs et un accroissement du rôle et du poids de plus en plus grand du secteur privé. Cette politique vise à créer un environnement favorable à l'investissement privé et à faire du secteur privé le moteur de croissance.

Dans cette optique, des politiques de libéralisation de l'économie et des reformes visant la création d'un cadre juridique et institutionnel sécurisant et stable pour l'investissement privé ont été entreprises, poursuivies et intensifiées au cours du temps.

Les principales politiques mises en œuvre sont entre autres les *Programmes d'ajustement structurel* (PAS), les *Cadres stratégiques de lutte contre la pauvreté* (CSLP), la *Stratégie de*

croissance accélérée et de développement durable (SCADD) et enfin, le *Plan national de développement économique et social* (PNDES).

c. Aperçu du tissu industriel

L'industrie représente environ 24 % (en termes de pourcentage du PIB) de l'économie nationale en 2011 (Banque mondiale, 2014). Elle emploie environ 3,7 % de la population active (RGPH, 2006, INSD, 2012). Sur les dix (10) dernières années (2001-2011), la valeur ajoutée créée par ce secteur est en moyenne de 1 052 355 751$US par an (base de la *Banque mondiale*, 2014).

Le secteur industriel au Burkina Faso est toujours au stade embryonnaire avec peu de branches d'activités industrielles. Les principales branches sont essentiellement : l'agroalimentaire, la boisson, le tabac, le textile et coton, les cuirs et peaux, le bois et divers, l'emballage, la chimie, le caoutchouc, le plastique, l'industrie extractive, l'énergie, la construction mécanique, la fabrication métallique, etc.

Les faiblesses de l'industrie au Burkina Faso sont, entre autres, la croissance du caractère informel du secteur privé : le tissu économique burkinabè est constitué essentiellement d'entreprises informelles. Selon des estimations de la comptabilité nationale, le secteur informel génère en moyenne 35 % de la valeur ajoutée nationale, 80 % des emplois et plus de 33 % des investissements au Burkina Faso. Mais en dépit de son dynamisme, le secteur informel est caractérisé par une faible dotation en capital et une faible productivité.

Le déficit des institutions d'appui aux investisseurs constitue une autre faiblesse de l'industrie au Burkina Faso : bien que des efforts importants aient été faits par l'État et les partenaires techniques et financiers pour promouvoir le secteur privé, le déficit institutionnel d'accompagnement demeure important et apparait comme une sérieuse contrainte. Par ailleurs, on relève des faiblesses au niveau des structures publiques ou privées d'appui-conseils aux entreprises. La mise en place de telles institutions devrait respecter les principes de multiplicité et de proximité au niveau géographique, sectoriel et des filières de manière à faciliter les interventions et les interactions rapides, ainsi que les intégrations nécessaires dans l'économie cognitive.

La faible capacité managériale doit aussi être prise en compte en tant que faiblesse de l'industrie : une bonne proportion des entreprises industrielles burkinabè reste confrontée à des problèmes de gouvernance, liés à l'accès et la qualité de l'information de gestion et à l'organisation de la production. La comptabilité est souvent mal tenue, voire inexistante.

La qualité insuffisante de certains produits constitue également une faiblesse de l'industrie du pays : la plupart des entreprises industrielles n'intègrent pas suffisamment la normalisation et la qualité en tant qu'outils de gestion. Ceci influe négativement sur la compétitivité des produits et les échanges interindustriels et intra régionaux.

L'industrie burkinabè fait face également à des contraintes de plusieurs natures. Mais c'est surtout les couts élevés des facteurs de production qui pénalisent les acteurs. En effet, l'analyse de la structure des couts de production des entreprises industrielles burkinabè laisse entrevoir que les produits pétroliers et l'électricité constituent les postes de dépenses les plus importants. Ces couts de production relativement élevés dans la zone UEMOA, affectent leur compétitivité (compétitivité-prix, technologique et structurelle) avec pour conséquences les pertes de parts de marché, aussi bien sur le plan national (concurrence des produits provenant d'Asie et des autres pays de l'UEMOA) qu'extérieur.

L'inflation liée aux couts des importations : l'inflation locale et importée (importation d'intrants et de biens d'équipements utiles au processus de production) renchérit les couts de production des entreprises industrielles et réduit ainsi leur compétitivité et rentabilité financière. La montée ou la stabilisation à la hausse des prix des produits pétroliers risque d'alimenter certains postes de dépenses notamment le transport.

Le cout élevé du crédit : l'accès des entreprises industrielles, surtout les PME/PMI, aux services financiers est préoccupant. Un bon nombre de ces entreprises considèrent que l'accès aux services financiers est un problème majeur. Le niveau élevé des taux d'intérêt et de l'apport personnel et le poids de la fiscalité, notamment la TVA, sont jugés par des entreprises comme des freins au recours au crédit bancaire pour accroitre la productivité et les capacités de production (équipement, emploi, etc.). Les conditions contraignantes et chères des banques rendent difficile l'exploitation des entreprises.

Les banques commerciales ne disposent pas de ressources longues et il n'existe pas non plus d'institutions nationales pourvoyeuses de telles ressources et qui pourraient refinancer les banques primaires.

Les contraintes du capital humain et les technologies inadaptées : l'existence d'une main-d'œuvre susceptible d'être formée et le cout de cette main-d'œuvre sont l'un des principaux déterminants de la compétitivité et de la productivité. Le secteur privé burkinabè manque généralement d'expertise technique qualifiée et diversifiée. Les technologies utilisées sont souvent dépassées, et inadaptées aux nouvelles exigences du marché. Le transfert de

technologies n'est pas maîtrisé, les actifs de la propriété industrielle ne sont quasiment pas exploités par les entreprises.

La petitesse du marché, la faible solvabilité de la clientèle et l'extraversion : l'étroitesse du marché national, en termes de population mais surtout de revenus, est un frein à la création et au développement d'unités industrielles pouvant réaliser des économies d'échelle.

La pauvreté engendre un faible pouvoir d'achat et par conséquent une faible demande. Cependant, ceux disposant d'un revenu conséquent et régulier, pour des raisons diverses, sont enclins à consommer le « *made out of Burkina* ».

Les menaces qui guettent l'industrie burkinabè sont immanquablement la concurrence sauvage et les fraudes, puisque la libéralisation des échanges économiques et financiers est à la fois une opportunité et une menace pour l'économie nationale. Les industries locales orientées vers l'exportation font difficilement face à la concurrence internationale parce qu'elles disposent d'une compétitivité-prix, technologique ou structurelle inférieure à celle de leurs concurrents régionaux ou internationaux, en particulier asiatiques. Elles souffrent également de la concurrence déloyale et de la contrefaçon.

La productivité du travail demeure encore bien faible dans l'économie burkinabè. Cela est dû en partie à la faiblesse du capital humain ainsi qu'à la structure de l'emploi. La compétitivité d'une entreprise repose en grande partie sur la performance des ressources humaines engagées dans le processus de production, non pas seulement en termes de qualification, mais en termes de leurs capacités à valoriser le temps de travail.

Comme exposé plus haut, le Burkina Faso a connu plusieurs politiques de développement depuis les années 1960 jusqu'à nos jours. Les performances de l'industrie burkinabè doivent être abordées en relation avec l'évolution historique du contexte économique et des mutations de l'environnement du secteur industriel. Cette évolution fait transparaitre deux phases structurelles : la période allant de 1960 à 1990 marquée par l'interventionnisme étatique et la période de 1991 à nos jours qui va consacrer le désengagement de l'État dans les secteurs productifs.

d. Analyse de quelques variables capables d'influer le développement des industries culturelles

- *Le climat des affaires*

Le climat des affaires au Burkina Faso présente tout de même plusieurs zones d'amélioration, notamment en termes d'infrastructures de base et de financement de l'économie. S'agissant de l'environnement des affaires, le Burkina Faso se classe 143e sur 189 pays (18e pays d'Afrique subsaharienne sur 47) selon le classement *Doing business* 2016.

S'agissant de la gouvernance publique, un indice CPIA de 3,7/6 en 2014 (Country policy and *institutional assessment,* mesuré par la *Banque mondiale*) qui, s'il a perdu 0,1 point entre 2013 et 2014, reste supérieur à la moyenne des pays d'Afrique subsaharienne (3,2).

Le classement s'était dégradé en 2015 du fait de l'impact de l'instabilité politique mais a retrouvé depuis des niveaux comparables à ceux des pays de la sous-région.

La Banque mondiale a relevé un ensemble de difficultés pesant sur l'environnement économique. Les deux difficultés qui ont un écho sur le secteur de la culture sont :

- raccordement à l'électricité. En effet, il faut compter 159 jours en moyenne pour relier un nouveau site à l'électricité. En moyenne, 240 coupures d'électricité sont constatées par client et an. La qualité des prestations de la SONABEL est régulièrement décriée dans les rapports internationaux et les usagers ;
- obtention de prêts (mesurée à partir de l'indice de fiabilité des droits légaux, de l'étendue de l'information sur le crédit et la couverture par les bureaux privés et/ou registres publics) : malgré un système bancaire considéré comme sain par les observateurs internationaux, le Burkina est classé 133e sur 189 pays. Globalement, les freins de l'accès au crédit sont de plusieurs natures au Burkina Faso (FMI 2014) : manque de développement des registres du crédit et du recours aux garanties ; peu de produits financiers à destination du secteur informel ; Banque mobile peu développée (à l'instar de l'Afrique de l'Ouest) car peu de banques ont obtenu l'autorisation de s'associer à des sociétés de télécommunications pour pouvoir offrir des services bancaires mobiles. Plus globalement, le crédit au secteur privé stagne depuis le milieu des années 2000 (autour de 20 % du PIB), avec des taux d'intérêt élevés (7,42 % en novembre 2014), et des garanties exigées importantes, limitant l'accès au crédit et décourageant l'investissement privé.

Toutes ces performances relativement faibles sont le fruit ou le fait des politiques de développement qu'a connu le Burkina Faso depuis les années 1960 jusqu'à nos jours. Ces politiques ont tantôt ignoré le secteur de la culture, tantôt l'ont considéré comme secteur-clé.

- *L'accès à l'énergie*

Aujourd'hui, toutes les grandes faiblesses structurelles du développement de l'économie burkinabè sont liées directement ou indirectement à la question d'énergie. Pourtant, c'est un secteur à très fort potentiel, notamment dans le domaine du solaire et de la bioénergie. Aujourd'hui, le cout élevé de l'énergie plombe l'émergence de la quasi-totalité des secteurs économiques du Burkina Faso : l'industrie, le commerce, l'artisanat, etc. Le développement industriel et la durabilité des entreprises burkinabè passent nécessairement par la résolution de la question du cout de l'énergie.

En effet, il faut compter 159 jours en moyenne pour relier un nouveau site à l'électricité. En moyenne, 240 coupures d'électricité sont constatées par client et an. La qualité des prestations de la SONABEL (*Société nationale burkinabè d'électric*ité) est régulièrement décriée dans les rapports internationaux et les usagers.

- *L'accès au téléphone*

Trois opérateurs globaux de réseaux de communications électroniques ouverts au public opèrent sur le marché des communications électroniques au Burkina Faso. 64 % des Burkinabè de 15 ans ou plus possèdent un téléphone mobile en 2014. Cette proportion est de 56 % en milieu rural et de 87 % en milieu urbain.

Selon le genre, la possession du téléphone portable est de 79 % pour les hommes contre 52 % pour les femmes. Les personnes de 15-24 ans et de 25-34 ans sont respectivement 64 % et 73 % à posséder un téléphone portable fonctionnel. En revanche, ceux de 65 ans ou plus et de 55-64 ans sont respectivement 34 % et 55 % à le posséder.

L'étude de l'ARCEP (2014)[189] montre par ailleurs que la possession du téléphone portable dépend aussi du niveau d'instruction de l'individu. Plus le niveau d'instruction est élevé, plus l'individu a une grande chance de posséder un téléphone portable. Le taux de possession du téléphone portable est de 100 % pour les individus ayant le niveau supérieur, 95 % pour ceux ayant le niveau secondaire second cycle et de 58 % pour les individus n'ayant aucun niveau d'instruction.[190]

189 ARCEP. 2015. « Rapport annuel d'activités 2014 ». Ouagadougou, Burkina Faso: Autorité de régulation des communications électroniques et des postes.

190 De nombreux travaux existent aujourd'hui, qui redéfinissent la fracture numérique moins en termes d'accès qu'en termes de compétences. Cela vous permettra de ne pas rester descriptif, mais de constamment faire le lien entre les données de terrain et les efforts de conceptualisation et de théorisation depuis la discipline. Ainsi, sur

En valeur absolue, le nombre d'abonnés à la téléphonie mobile entre 2008 et 2013 va de 3 millions d'abonnés environ à plus de 11 millions, soit un taux d'accroissement annuel moyen supérieur à 22 %.

- *L'accès à l'ordinateur*

L'utilisation de l'ordinateur et de l'Internet n'est qu'à son début et concerne presque exclusivement des personnes relativement aisées et habitant les zones urbaines.

L'utilisation de l'ordinateur au niveau national est très faible (4,8 %) avec des disparités entre milieu rural et urbain. La proportion des individus ayant utilisé un ordinateur est de 15,6 % en milieu urbain et seulement 0,7 % en milieu rural.

- *L'accès à l'Internet*

Au niveau national, seulement 5,9 % de la population de 15 ans ou plus a utilisé l'Internet au cours des 12 derniers mois. Les écarts selon le milieu de résidence sont importants. En effet, en milieu urbain, près d'une personne sur cinq (18,6 %) a utilisé l'Internet au cours des 12 derniers mois. Cette proportion n'est que de 1,1 % en milieu rural.

Les raisons de cette faible utilisation sont variées. L'étude de l'INSD (2014) relève que la méconnaissance serait la principale raison de non-utilisation de l'Internet au cours des 12 derniers mois. En effet, selon la même étude, plus de 8 personnes sur 10 (excepté la région du Centre) qui n'ont pas utilisé l'Internet ont avancé la méconnaissance de l'outil comme principale raison.[191] Et parmi ceux qui utilisent l'outil, 47,5 % des internautes au niveau national se connectent au moins une fois par jour, 34,1 % au moins une fois par semaine, 13,8 % au moins une fois par mois et 4,6 % moins d'une fois par mois.

Mais le parc d'accès Internet connait depuis 2012 une progression extrêmement rapide, tirée par les connexions au réseau mobile haut débit. Le nombre d'abonnés Internet mobile a, en effet, été multiplié par près de 3 entre 2012 et 2013, passant de 522 000 à 1 516 000 d'une fin d'année à l'autre, et, après un palier en 2014, a augmenté à nouveau significativement en 2015

cette question d'évolution du concept de fracture numérique, hors des théorisations diffusionnistes, lire CABEDOCHE, Bertrand (2018), « Une recherche de plus en plus structurante depuis l'Afrique sur la relation entre les technologies de l'information et de la communication et le changement social », in *Les apories des questions de développement dans les sciences de l'information et de la communication en Afrique. Mélanges offerts au Professeur Missè Missè*, Paris, L'Harmattan.

191 INSD. 2015. « Enquête multisectorielle continue (EMC) 2014. Caractéristiques sociodémographiques de la population ». Rapport d'études. Ouagadougou, Burkina Faso: Institut National de la Statistique et de la démographie.

(+1,1 million en un an, source ARCEP). Le parc d'accès fixe est, en revanche, en recul depuis 2011-2012, aussi bien pour les connexions bas débit que haut débit. Ils comptent aujourd'hui pour moins de 1 % du total des accès à Internet dans le pays. Selon l'ARCEP, cette baisse est imputable au manque d'offres et aux frais d'accès élevés. Depuis 2006, les infrastructures se sont étoffées : le passage de la bande passante de 212 Mb en 2006 à 2 347 Mb en 2013 ; l'arrivée de la 3G en 2012 et le débit désormais de 5 Gb par seconde pour l'ensemble des opérateurs en 2014.[192]

En somme, l''utilisation des technologies de l'information et de la communication a connu un boom au Burkina Faso à l'instar des autres pays en développement. Le taux de possession du téléphone portable atteint 64 % de la population de 15 ans ou plus. Même en milieu rural, plus d'une personne sur deux (55 %) de plus de 15 ans possède un téléphone portable fonctionnel. En milieu urbain, cette proportion atteint les neuf personnes sur dix. Même ceux qui ne possèdent pas de téléphone portable sont nombreux à l'avoir utilisé au cours d'une période courte (un mois), puisque 35 % des personnes ne possédant pas de téléphone affirment l'avoir utilisé au cours des 30 derniers jours.[193]

Si l'utilisation de la téléphonie mobile a considérablement progressé au cours des dix dernières années, celle de l'outil Internet reste encore faible et est l'apanage des personnes aisées et vivant dans les milieux urbains. Il en est de même de l'utilisation de l'ordinateur. Seulement 5 % des personnes de 15 ans ou plus ont utilisé un ordinateur au cours des douze derniers mois. Pour celles ayant utilisé l'Internet, la proportion est de 6 % sur la même période. C'est quasi-exclusivement dans les zones urbaines que l'on trouve les utilisateurs d'ordinateur et d'internet.

Cette section montre que le Burkina Faso est un « *pays pauvre* » avec un parcours politique et social difficile mais qui entame tant bien que mal son développement. La multiplicité des programmes, référentiels de développement sont des preuves d'une volonté affichée des autorités à assoir durablement le développement. Comparé à d'autres pays développés, le pays semble très loin du niveau souhaitable et souhaité pour son développement en général et le

192 C'est ce qui fait dire à certains que l'Afrique saute une étape (Voir Annie CHENEAU-LOQUAY) et oblige à rompre avec les lectures linéaires de l'appropriation technique à partir de l'Afrique, comme Maurice MERLEAU-PONTY nous y invitait depuis l'Europe. Lire pour ce faire, CABEDOCHE, Bertrand (2018), « Témoignage du désir d'Histoire… », déjà cité *supra*.

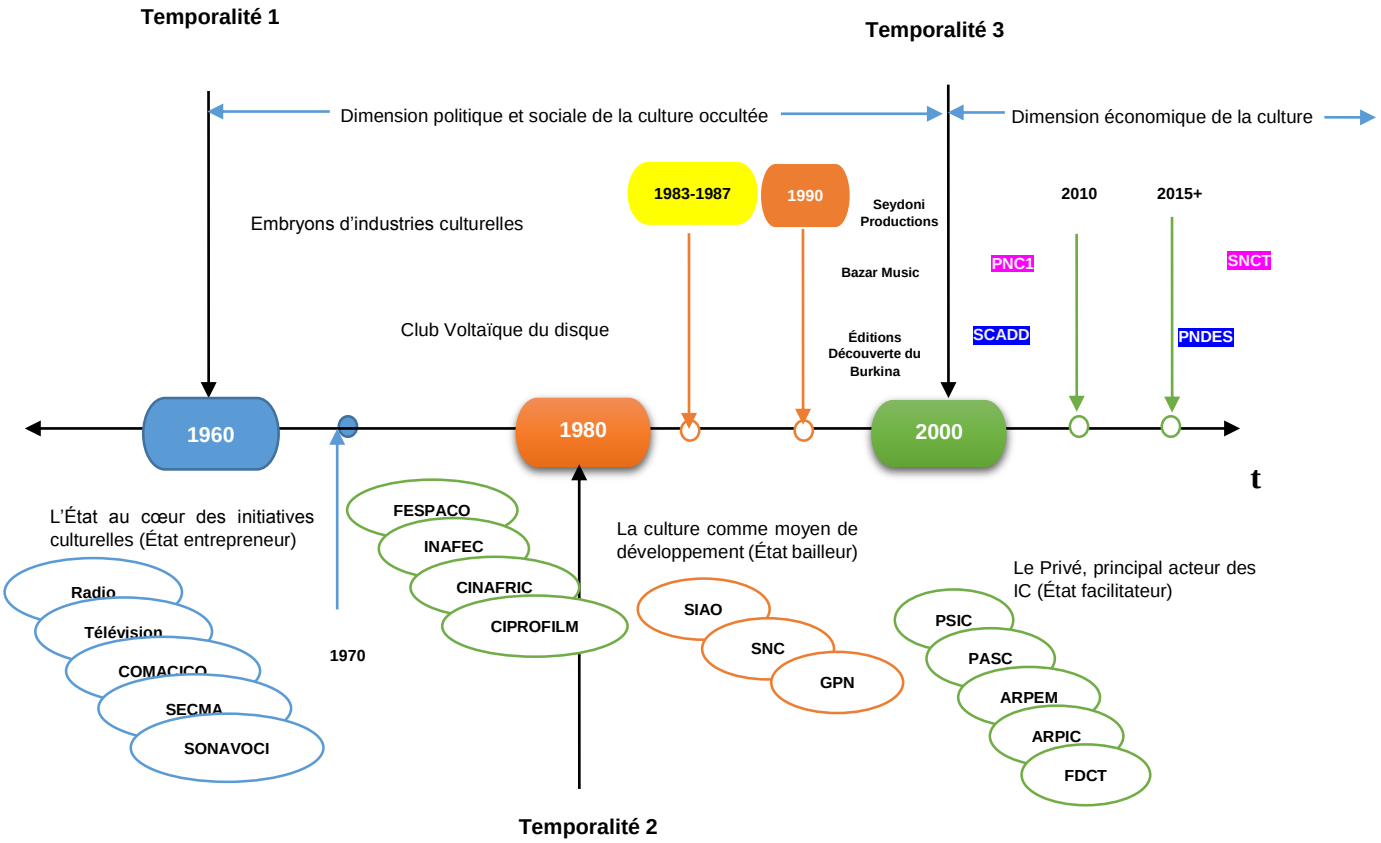
193 Nous pouvons de ce fait citer par exemple ANATÉ, Kouméalo, CAPO-CHICHI, Alain, KIYINDOU, Alain (dir.) (2015), *Quand l'Afrique réinvente la téléphonie mobile*, Paris, L'Harmattan.

développement culturel en particulier. Tout compte fait, le pays et l'ensemble de ses acteurs y croient et travaillent à sortir le pays du sous-développement.

B. Les temporalités des industries culturelles et créatives : une lente émergence

L'histoire des industries culturelles au Burkina Faso ne peut qu'être que très récente du fait de l'état de colonisation qui prévalait avant 1960. Il s'agit ainsi une histoire d'un peu plus de cinquante années, donc relativement jeune. L'enquête de terrain et l'analyse d'un corpus de documents écrits nous ont permis de découper l'histoire des industries culturelles au Burkina Faso en trois temporalités principales subdivisées chacune en deux en deux sous-temporalités. Toutes ont un lien avec les faits historiques du pays.

Figure 5: Approche sociohistorique de l'émergence des IC au BF



Source : Auteur, 2017

1. Temporalité 1 : la culture comme affirmation de soi et enjeu politique

Cette première temporalité va de 1958/60 à 1983 exactement. Elle est caractérisée par une volonté des élites nationales à affirmer aux yeux du monde la maturité des hommes et femmes de la Haute-Volta à partir de leur capacité à s'auto-gouverner.

Le meilleur moyen, semble-t-il, pour l'appréhender, a été la culture et le patrimoine culturel. Le Président Maurice YAMEOGO[194] accueillait ses illustres hôtes au son et rythmes traditionnels. La commémoration de la fête de l'indépendance (chaque 11 décembre) est une occasion d'affirmation identitaire et d'expression culturelle à travers une visitation du patrimoine culturel de l'ensemble du pays. Sans attendre, la Haute-Volta a procédé au lancement de sa Radio nationale, puis de sa Télévision nationale. C'est dans cette période *post-colonisation* qu'on a vu se développer la nationalisation des salles de cinéma, toujours dans la même logique d'affirmation de soi et en réaction aux pratiques coloniales.

> *« À la suite de la fermeture intempestive des salles de cinéma les 1er et 2 janvier par le représentant des Sociétés COMACICO et SERMA, les autorités voltaïques ont décidé de prendre en charge la gestion de toutes les salles de ces sociétés sur toute l'étendue du territoire national. Cette décision fait suite au désir exprimé par ces sociétés d'augmenter le prix des places. Les responsables ayant demandé un délai minimum pour l'étude du dossier de l'affaire, le représentant des Sociétés COMACICO et SECMA procéda sans autre forme de procès à la fermeture pure et simple des salles. Cet acte considéré par les Autorités gouvernementales comme un ultimatum et un défi à un État souverain, des mesures ont été prises pour la gestion de toutes les salles de cinéma. En conséquence, tout le personnel des différentes salles de cinéma est prié de rejoindre son poste ».*[195]

En plus de la volonté d'affirmation de soi, la première temporalité (1960-1970) est caractérisée par le développement d'initiatives culturelles, dont l'État est le principal acteur. C'est le cas de la nationalisation des salles de cinéma, déjà cité, c'est aussi le cas de la *Semaine du cinéma de Ouagadougou.* Une autre caractéristique de cette période, c'est bien entendu la dimension politique, voire diplomatique. Les usages qu'on en faisait sous la première République (1958-1966) étaient orientés plus vers le rayonnement et moins vers l'économie. On a eu droit à des œuvres dites engagées et à des prises de positions tranchantes.

194 Le premier chef d'État post-colonisation.

195 Extrait de *Carrefour africain* du 3 au 10 janvier 1970 p. 6.

> *« Le cinéma a fait son apparition dans tous les pays du continent africain. Maintenant, il faut coordonner nos efforts, créer une base technique ainsi que nos propres écoles, trouver les moyens pour le financement de nos films et pour pouvoir les montrer largement ».*[196]

La mobilisation des masses et le rôle d'éducation et de formation des consciences, comme le révèle le journal de d'État, *Carrefour Africain*, constituaient *le leitmotiv* des dirigeants d'alors pour le *Cinéma*, le *Théâtre*, la *Musique*, etc.

> *« Ouagadougou a porté courageusement et consciencieusement le choix sur le cinéma africain bien qu'inexistant, ignoré ou méprisé, puisque pour que la victoire d'une grande cause soit vraie, totale et définitive, elle doit s'appuyer sur la mobilisation de la masse. Et le cinéma, tout comme le théâtre, constituent de nos jours l'un des moyens les plus efficaces pour mobiliser et engager les consciences dans cette grande action qu'il faut mener en prodondeur…Ouagadougou a bien voulu démontrer que nous avons des chances égales dans tous les domaines de la pensée, qu'il ne dépend, en toute logique, que de nous-mêmes pour qu'il s'instaure partout dans nos jeunes États, une évolution intégrale, sans préjugé, sans complexe ».*[197]

Les fonction sociales de la culture ont été donc activées par les responsables de la période post-coloniale pour atteindre les objectifs politiques et les objectifs de développement du jeune État. Il n'existait pas de statut d'artiste, de droits d'auteurs et encore moins d'entreprises culturelles.

Cependant, on pouvait noter des bribes d'entreprises d'industries culturelles[198], tenues par les colons dans le domaine du cinéma principalement. Il faut attendre dans la première moitié des années 1970 pour voir les nationaux, surtout l'État, engager des actions de nationalisation ou carrément des initiatives nouvelles. C'est le cas de la SONAVOCI pour l'exploitation des salles de cinéma, c'est aussi le cas du FESPACO avec en toile de fond la revendication d'un cinéma africain. C'est aussi le cas de l'INAFEC pour la formation cinéma et audiovisuel.

> *« Cette période parait essentielle dans le développement de la culture pour plusieurs raisons. Les années des indépendances étaient celles de l'affirmation et l'expression des identités culturelles bafouées jadis dans la colonisation…Les gouvernants ont fait de la culture un moyen certes, de propagande politique mais ont donné des moyens d'expressions aux artistes à travers des festivals et évènements dédiés à la culture »*, FiAc 44.

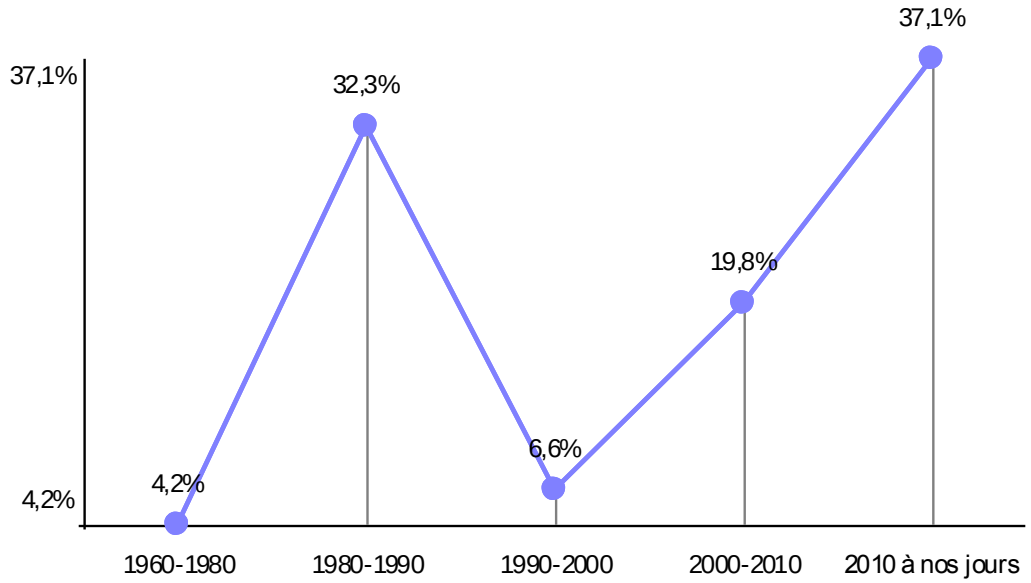
196 Propos de Paulin Vieyra, cinéaste sénégalais dans *Carrefour Africain du 21 mars 1970, p.2.*

197 *Carrefour Africain* du 21 mars 1970, p.2.

198 Des bribes, parce que non seulement la chaine de production était incomplète mais aussi parce que les entreprises étaient plutôt investies d'une mission qui était autre que la rentabilité pure. On avait des exploitants de salles de cinéma mais aucune production nationale ; on avait à peine des filières dignes de ce nom. Le métier d'artiste était secondaire, voire une passion.

Cette situation, à savoir l'accent mis sur les fonctions sociales de la culture et la capacité de cette dernière dans les actions de rayonnement et de promotion de l'image positive de la jeune Haute-Volta, a particulièrement pris de l'ampleur dans la deuxième temporalité de l'émergence des industries culturelles.

Graphique 12: Périodes charnières du développement de la culture perçues par les enquêtés



Source : Auteur, 2017

En conclusion sur cette première temporalité[199], nous pouvons dire que même si des industries culturelles existaient de façon embryonnaire dans la période post-coloniale, elles étaient dans leur pensée des outils sociaux et politique et étaient pensées comme telles. Elles n'avaient aucune ambition économique et n'étaient nullement organisées en entreprises proprement dit. Elles étaient enfin entretenues par des acteurs, qui n'en faisaient pas un *business* à part entière mais plutôt un outil de revendication identitaire ou de plaisir propre. L'intention de faire de l'argent n'était pas primordiale. L'intention était purement idéologique et politique.

[199] Le graphique n°13 montre les choix des enquêtés sur les périodes charnières en matière de développement culturel de la Haute-Volta au Burkina Faso. 32,3 % estiment que la période 1980-1990 fut déterminante ; puis 37,1 % estiment que c'est depuis 2010 que véritablement l'émergence a été ressentie. En observant la courbe en effet, on se rend compte que c'est au tournant des années 2000 que les industries culturelles ont commencé à émerger selon les avis des acteurs interrogés ce qui corrobore bien avec notre découpage en trois grandes temporalités majeures et quatre sous temporalités aussi significatives que les trois premières dites grandes et majeures.

2. Temporalité 2 : la culture comme moyen et enjeu idéologique

La deuxième temporalité va de 1983 à 1990. Elle peut être scindée en deux sous-temporalités.

a. Sous-temporalité 1 : La culture comme moyen de propagande et de mobilisation des masses

La première sous-temporalité couvre la période révolutionnaire, puis la seconde de 1991, date de démarrage de la IVe République pour prendre fin en 2000.

La période révolutionnaire est dans l'imaginaire de beaucoup de personnes la période d'actions concrètes pour la culture.

> *« La période 1984-1987 a été pour moi un tournant décisif dans la prise en compte de la culture comme facteur de développement humain. La volonté politique affichée d'affirmer l'identité culturelle burkinabè en s'appuyant sur la consommation locale (tant au niveau des expressions artistiques que dans toutes les sphères de la société). La création de la Semaine nationale de la culture, des espaces d'émulation et l'édification d'espaces de production et d'expression artistique en sont la preuve »*, FiAc 36.

C'est sous la Révolution qu'un ministère plein a été créé pour conduire la politique culturelle orientée essentiellement vers la mobilisation des masses et la défiance de l'impérialisme.

La période se caractérise par des actions volontaristes avec des hauts et des bas. Elle a valorisé les langues nationales avec des opérations d'alphabétisation ; elle a entrepris la construction d'infrastructures culturelles dans toutes les provinces du pays (en mobilisant les masses populaires). Parmi ces infrastructures, on peut citer les *Centres populaires de loisirs* (CPL) et les *Théâtres populaires* (TP) ; la période consacrée encore à la mise en place en 1985 par ordonnance n°85-37/CNR/PRES/INFO du 29 janvier 1985 du *Bureau burkinabè du droit d'auteur*, organisme professionnel de gestion collective des droits de la propriété littéraire et artistique ; elle a encore lancé et renforcé les événements culturels, comme le FESPACO, le SIAO, la SNC, etc.

Le système éducatif portait l'essentiel des actions dans le domaine culturel avec la création presque partout de troupes culturelles scolaires

> *« Les années 80 sont marquées par les actions volontaristes de la Révolution. Elle a favorisé une création artistique axée sur les valeurs nationales et encouragé (parfois forcer) une consommation des produits culturels nationaux. La période fin 90 et tout au long de la décennie*

> *2000, il y a un regain de la production et de la consommation made in Burkina. Il y eut comme un sursaut nationaliste dans la production... », FiAc 120.*
>
> *« L'impulsion sous la Révolution du consommons burkinabè à propulser la culture sous toutes ses formes (arts vestimentaire, musical, artisanal, etc.). Contribution des Centres populaires de loisir (CPL) et de la création des musées, salles de cinéma », FiAc 111.*

Les actions sont assez nombreuses durant cette période, caractérisée par des actions de mobilisation révolutionnaire dans tous les secteurs de la vie (santé, agriculture, consommation, culture). L'action culturelle est comprise comme outil de propagande et de divertissement des masses. La période a rencontré un grand succès dans l'imaginaire des Burkinabè, par sa démarche et son pragmatisme. Elle a su créer, nous semble-t-il, une fierté et une identité propre aux yeux du monde. La personnalité du leader a beaucoup contribué à cette construction. C'est ce qui fait de cette période, somme toute, quoique courte, une période qui va annoncer les autres, après la fin de la Révolution comme système de gouvernance.

b. Sous-temporalité 2 : la culture comme secteur non prioritaire et la révélation du privé

La deuxième sous-temporalité correspond aux initiatives structurées avec un ministère. Elle va de 1988 à la première moitié de 2000.

Avec les acquis de la Révolution en termes de mobilisation des acteurs mais aussi en termes d'initiatives culturelles (SIAO, SNC), le pays est arrivé à un niveau de production de biens et services culturels qu'il faudrait maintenant organiser et structurer, pour appuyer les efforts de développement souhaités par les dirigeants de la IVe République et satisfaire aux injonctions internationales.

Le pays, dans un premier temps, s'est engagé dans les *Programmes d'ajustement culturel* (PAS) et n'avait plus d'autre choix que d'abandonner nombre de secteurs dits improductifs. La culture a été donc victime de ces programmes et l'État s'en est désengagé. Mais avec les acquis de la Révolution, beaucoup d'acteurs n'ont pas laissé tomber leur passion. C'est ainsi que le secteur privé va résister à la conjoncture économique jusqu'à la fin du XXe siècle.

Nombre d'observateurs s'accordent à dire que l'arrivée du ministre Mahamoudou OUEDRAOGO, malgré le contexte économique difficile, va impulser une dynamique orientée vers des actions de développement. En effet, quand on lit les prolégomènes de ce dernier, on s'aperçoit qu'il y avait une volonté de rompre avec la culture folklorique et d'en faire ce que lui-même avait nommé *« le pétrole du Burkina »*.

> *« À partir de 1996, avec la nomination de M. Mahamoudou OUEDRAOGO comme ministre de la Culture et de la Communication, on assiste à un véritable début de prise en charge structurée des questions relatives à la culture par l'État : - 1996 : Séminaire national sur la politique culturelle nationale - 1997 : Forum sur la politique culturelle nationale - Institution des Grands prix nationaux - 2000 : Mise en place du premier Programme de soutien aux initiatives culturelles décentralisées (PSIC I), financement Union européenne - 2002 : Adoption d'un plan d'action pour la culture - 2003 : Mise en place du deuxième PSIC - 2005 : Adoption d'un premier document de politique culturelle nationale - Institution du Fonds de soutien aux arts et à la culture (FSAC), avec une dotation annuelle de 100.000.000 F CFA … »*, FiAc 157.

En somme, la période fut très difficile pour tout le monde, mais elle a vu l'engagement des acteurs privés. On se souviendra que c'est dans cette même période que la première grande entreprise digne de ce nom, *Seydoni productions*, a vu le jour, tout comme les premières maisons d'édition et de production audiovisuelle. La période enfin est caractérisée par la naissance de festivals de tous genres et sur presque l'ensemble du territoire. Les villes ou communes avaient leurs manifestations culturelles, soutenues par la classe politique qui en faisait un tremplin électoral. C'est comme si la période révolutionnaire avait suscité le goût et l'engagement chez les acteurs et les populations que chacun se sente dans l'obligation de perpétuer l'action culturelle, malgré la modicité des moyens. C'est donc dans la douleur (financièrement parlant) et l'absence de véritable politique publique que la décennie 1990-2000 a été vécue.

Aussi, notons que cette période a permis d'entamer la réflexion sur nombre de sujets, qui vont aboutir dix et vingt ans plus tard. C'est notamment la question du statut de l'artiste, de la politique culturelle et des politiques sectorielles.

Enfin, cette période a révélé le côté « *argent* » de la culture mais la notion d'industrie était encore impopulaire. C'est la temporalité 3 qui va révéler au public et aux acteurs culturels la notion d'industries culturelles.

3. Temporalité 3 : la culture comme marchandise

La troisième temporalité s'étale de 2000 à nos jours. Cette temporalité est subdivisée en deux sous-temporalités : la première va de 2000 à 2010 et la seconde de 2010 à nos jours. C'est dans cette temporalité que la notion d'industries culturelles sera plus usitée et promue. Avant cette période, c'était pratiquement la notion d'économie de la culture qu'on employait dans les documents et discours officiels.

a. Sous-temporalité 3 : émergence d'industries culturelles

La sous temporalité 3 va de 2000 à 2010 et est caractérisée par la fin des mesures drastiques imposée par les institutions comme la Banque mondiale et le FMI. Aussi bien sur le plan de la formation que de l'entrepreneuriat, les initiatives culturelles vont connaitre un regain d'intérêt. Le vent au plan international étant aussi favorable aux initiatives culturelles comme facteur de développement, les acteurs, tant privés qu'étatiques, ont multiplié les actions, comme pour rattraper un grand retard accusé pendant les dix dernières années. Cette période est marquée par le lancement du *Programme de soutien aux initiatives culturelles* (PSIC*)* puis du *Programme d'appui à la culture* (PASC), puis du *Programme d'appui au réseau de pépinières de musique* (ARPEM). Elle a été caractérisée par l'ouverture de filières de formation des cadres du ministère de la Culture, au sein de la prestigieuse *École nationale d'administration et de magistrature* (ENAM) et de plusieurs autres initiatives de formation sur l'ensemble du territoire. Plusieurs autres structures virent le jour dans cette période : le CENASA, les *home studios*, les *centres de lecture*. L'adoption en 2009 de la Politique nationale culturelle (PNC) dans le cadre du référentiel de développement dénommé SCADD, a constitué un temps fort vers l'adoption des industries culturelles. Cette posture allait se confirmer au début des années 2010, avec la mise en œuvre concrète des actions consignées dans les plans d'action élaborés et en phase avec ladite PNC.

L'enquête de terrain montre par ailleurs que c'est bien au cours de la temporalité 3 que la notion d'industries culturelles s'est émancipée. 78 % des enquêtés affirment n'avoir entendu parler des industries culturelles qu'au cours de ces dix dernières années, comme le montre le tableau ci-dessous.

Tableau 23: Répartition des deux catégories d'enquêtés selon l'ancienneté de la connaissance des IC

Ancienneté de la connaissance des IC	Effectif	Fréquence.
30 ans passés	**5**	**1,2 %**
20 ans passés	**14**	**3,5 %**
10 ans passés	**56**	**13,9 %**
5 ans passés	**102**	**25,2 %**
Moins de 5 ans	**157**	**38,9 %**
N/A	**70**	**17,3 %**
Total	**404**	**100 %**

Source : notre enquête de terrain, 2017

Quand on observe les chiffres des deux tableaux ci-dessous, on peut s'apercevoir que les tendances sont sensiblement les mêmes quand on considère la population des acteurs culturels et celle des consommateurs des produits culturels.

Tableau 24: Répartition des acteurs culturels selon l'ancienneté de la connaissance sur les IC

Ancienneté de la connaissance des IC	Effectif	Fréquence
30 ans passés	2	1,20 %
20 ans passés	12	7,20 %
10 ans passés	31	18,60 %
5 ans passés	55	32,90 %
Moins de 5 ans	55	32,90 %
N/A	12	7,20 %
Total	**167**	**100 %**

Source : notre enquête de terrain, 2017

En effet, plus de 65 % des acteurs culturels n'ont eu connaissance des industries culturelles qu'au cours des cinq dernières années (2010-2011).

Tableau 25: Répartition des consommateurs selon l'ancienneté de la connaissance sur les IC

Ancienneté de l'information sur Industries Culturelles	Effectif	Fréquence
30 ans passés	3	1,30%
20 ans passés	2	0,80%
10 ans passés	25	10,50%
5 ans passés	47	19,80%
Moins de 5 ans	101	42,60%
N/A	59	24,90%
Total	**237**	**100%**

Source : notre enquête de terrain, 2017

C'est presque la même réalité qui s'observe au sein des consommateurs et des acteurs comme l'illustre le tableau ci-dessus. Plus de 62 % des consommateurs des produits des industries culturelles ont entendu parler des industries culturelles, il y a de cela cinq ans, ce qui correspond à la dernière sous-temporalité de notre découpage.

b. Sous-temporalité 4 : nouvel engagement politique pour les industries culturelles

La sous-temporalité 4 va de 2010 à nos jours. Définitivement, après des années de balbutiement et de perturbation sociopolitique donc économique, le Burkina Faso a épousé les principes de mise en œuvre des industries culturelles. Le principal mécanisme de transformation en a été le programme ARPIC.

Cette période est caractérisée par la volonté au plus haut niveau de faire de la culture un secteur économique. Le discours est en phase avec l'ère du temps et les acteurs mesurent tous les enjeux et défis. Un développement spectaculaire des entreprises est observable à cette même période, avec un début de professionnalisation et d'organisation des acteurs.

Sous l'impulsion du programme ARPIC, des organisations faitières ont vu le jour et beaucoup d'acteurs ont vu leurs capacités techniques et managériales renforcées. Une dynamique cependant, qui s'explique beaucoup plus par la volonté des organisations internationales

comme l'OIF et l'UNESCO et dans une certaine mesure l'UE-ACP, à accompagner les États dans leurs efforts de développement.

La temporalité 3 est la consécration plus ou moins parfaite de la notion d'industries culturelles avec, nous le verrons *infra*, les dispositifs institutionnels et juridiques encadrant le secteur naissant. Depuis 2000, les discours des décideurs ont commencé à considérer la culture comme pouvant participer conséquemment aux efforts de développement. La consécration fut l'inscription en 2010 de la culture dans la *Stratégie de croissance accélérée* et de *développement durable* (SCADD). La notion d'industries culturelles fut évoquée pour porter les résultats attendus en termes de création d'emplois et de richesses. Cette période a finalement vu la publication de la première étude d'impact du secteur de la culture au développement socioéconomique. Cette étude était perçue comme une preuve tangible du pouvoir de la culture face aux nombreuses critiques et réticences faisant d'elle, à tort ou à raison, un budgétivore.

L'encadré ci-dessous montre la dynamique particulière qui a marqué le secteur à partir de 2010. Cette impulsion a été possible avec les programmes financés par l'OIF et l'UNESCO principalement.

Pour conclure cette section, il faut reconnaitre que durant les deux premières temporalités, les créateurs étaient au cœur de l'action culturelle. C'est dans la troisième temporalité que les entrepreneurs ont été considérés comme des acteurs à part entière du système culturel.

La question du droit d'auteur était aussi faiblement prise en compte durant la première temporalité (1960-1970) et la première moitié de la deuxième (1980-1990). Elle est devenue centrale et préoccupante, tant pour les artistes que pour les décideurs politiques.

Le développement culturel était dans la première temporalité une affaire d'État et de dignité. Tous les acteurs (créateurs surtout) en étaient conscients et ont travaillé au rayonnement de la Haute-Volta à travers les œuvres littéraires, cinématographiques, plastiques, phonographiques, dramatiques…Sans arrière-pensée financière, comme un sacerdoce, ils ont créé et joué partout, pour relever le défi de l'indépendance politique. Cette tendance s'est renforcée pendant la première moitié de la deuxième temporalité avec la Révolution du 4 août 1983, avant de laisser place aux mesures économiques drastiques imposées par les institutions de Bretton Woods. Cette phase a encouragé le surgissement d'initiatives privées, avec une forte tendance vers l'économique, le capitalisme, le *business*. Et nous sommes alors en pleine phase de marchandisation de la culture et de financiarisation des entreprises culturelles, malgré leur

jeunesse. Le numérique et l'Internet sont, entre autres, les indicateurs qu'il faut suivre de près dans les mutations profondes en cours.

II. Mise en perspective des filières

A. Peut-on parler d'industries culturelles au Burkina Faso ?

1. Un débat jeune porté par le monde des praticiens

Même s'il n'a pas formellement eu lieu dans le contexte du Burkina Faso, (c'est-à-dire résultant d'échanges volontaristes entre les acteurs et produit par des chercheurs burkinabè), le débat autour des industries culturelles n'est pas non plus totalement absent dans les écrits, actes et pratiques des acteurs culturels. Tout se passe comme si le pays avait été mis face au fait accompli et ne s'était plus donné la peine d'interroger le concept, voire la théorie des industries culturelles. Analysant le développement des industries culturelles, De BEUKELAER remarque que :

> *« Global use of the creative economy discourse signals a paradigmatic shiftin the understanding of culture in society. This shift is often accepted without much contestation. In one particular interview, a Burkinabe stakeholder described this as a fait accompli: "When the river turns, so must the caiman." There has been a change, and it must be followed. Ideology is imposed on a context as a solid external force. As a result, the existing praxis has to be translated and transformed to suit the new doxa. This is not unique to West Africa, as this discourse has greatly influenced many cultural and economic policies around the world, often turning a blind eye to the known contradictions of the sector ».*[200]

C'est pourquoi dans le chapitre introductif de notre travail, nous avons déjà signalé qu'il n'existait pas de productions nationales sur les industries culturelles, même si des travaux auraient concerné le Burkina Faso dans le cadre des missions de l'UNESCO, de l'OIF, de l'UE-ACP et dans une certaine mesure de l'UEMOA, de la CEDEAO et l'UA. Cette situation a conduit beaucoup d'acteurs vers des débats qui n'ont donné aucun contenu théorique différent de ce que nous savons déjà sur la problématique des industries culturelles.

---

[200] « *L'utilisation mondiale du discours sur l'économie créative signale un changement paradigmatique dans la compréhension de la culture dans la société. Ce changement est souvent accepté sans trop de contestation. Dans une interview donnée, un intervenant burkinabé a décrit cela comme un fait accompli: «Quand le fleuve tourne, le caïman aussi doit le faire». Il y a eu un changement, et il faut le suivre. L'idéologie est imposée à un contexte comme une force extérieure solide. En conséquence, la praxis existante doit être traduite et transformée pour s'adapter à la nouvelle doxa. Ce n'est pas unique en Afrique de l'Ouest, car ce discours a grandement influencé de nombreuses politiques culturelles et économiques à travers le monde, fermant souvent les yeux sur les contradictions connues du secteur* ». De BEUKELAER, Christiaan. 2012. *Developing cultural industries. Learning from the Palimpsest of Practice*. Amsterdam, The Netherlands: Diane Dodd. *p.76.*

2. Un discours officiel opportuniste et mimétique

Avec l'aide des partenaires au développement comme l'OIF et l'UNESCO principalement, le Burkina Faso, à l'instar d'autres pays du Sud, a repris à l'unisson les discours internationalistes et fortement prescriptifs, avec comme récompense des lignes budgétaires et la reconnaissance morale d'un État bon élève. Ces discours insistent sur l'impérieuse nécessité et le rôle déterminant des industries culturelles dans le développement culturel et économique des pays en voie de développement.

Nul besoin de dire que ce discours a séduit, si tant est que chaque pays au tournant des années 1990 était en quête de voie idéale pour construire le développement et sortir les populations de la crise économique aggravée par les mesures drastiques des institutions de Bretton Woods.

En l'absence donc d'un débat national qui aurait pu se matérialiser par des conférences, colloques, des recherches suivies de publication sur le sujet, les acteurs ont vite sauté sur la thématique porteuse et l'ont manipulée à leur aise. L'opportunisme, qui a ainsi caractérisé l'adoption consensuelle du concept, n'a pas été sans conséquences. Lors de certaines rencontres auxquelles nous avons participé, des acteurs culturels ont à visage découvert manifesté leurs inquiétudes quant à la marche actuelle de la culture et le positionnement des jeunes à vouloir vendre à tout prix la culture et le patrimoine. La notion d'éthique dans l'entreprise culturelle a commencé à prendre place dans les recommandations justement pour cadrer voire encadrer cette volonté de la nouvelle génération à faire des affaires autour d'un produit qui se veut spécifique.

3. Existence d'industries culturelles au Burkina Faso : des opinions bien partagées

La question des industries culturelles ne se présente pas comme aussi aisément comme elle l'est dans les pays à longue tradition industrielle comme la France, la Grande-Bretagne et dans une certaine mesure les États-Unis d'Amérique. Aujourd'hui, quand on évoque cette expression, elle suscite bien de questions. C'est donc cette situation conjuguée avec le caractère embryonnaire des filières qui a conduit l'enquête à s'intéresser à l'opinion des acteurs sur une éventuelle existence de la réalité des industries culturelles. Les opinions sont bien entendu partagées sur la question comme nous le montrent les chiffres et propos ci-après.

– *Des industries culturelles au Burkina Faso : pas encore !*

20 % de nos enquêtés estiment que le Burkina Faso *« n'a pas encore d'industries culturelles »*. Cette situation n'est pas perçue comme telle que par les seuls acteurs culturels proches du sujet, mais aussi par des consommateurs qui estiment qu'il n'existe pas d'industries culturelles au Burkina Faso. Les tendances sont sensiblement dans les mêmes proportions, comme l'indique le tableau ci-dessous.

Tableau 26: Existence industries culturelles au BF selon le statut

Catégorie sociale /Existence industries culturelles au BF	*Oui*	*Non*	*TOTAL*
Acteur culturel	82,0 %	18,0 %	100 %
Consommateur culturel	79,7 %	20,3 %	100 %
TOTAL	80,7 %	19,3 %	100 %

Source : notre enquête de terrain, 2017

Les enquêtes ont mis en exergue le caractère embryonnaire des industries culturelles pour retirer au pays le bénéfice du « *privilège d'avoir des industries culturelles* ». Les deux propos sélectionnés confirment cette situation.

> *« Ça dépend de ce que tu entends par industries culturelles. L'une des définitions les plus usitées au Burkina Faso, c'est la définition selon laquelle c'est la massification des acteurs de la chaine de production. Et à ce niveau, on peut dire qu'il y a des industries de filières. L'industrie de la musique existe. Il y a toutes les étapes de la chaine de valeur…même s'il y a certains maillons qui sont faibles, telle la distribution des œuvres. Au niveau du cinéma aussi, cela existe. Maintenant si c'est industries pris dans le sens des grandes entreprises à haute intensité capitalistique ou haute intensité de main d'œuvre, ça c'est tout autre chose. Moi je crois qu'il y a des industries de filières, maintenant que des entités puissent être considérées comme des industries parce que c'est des entités à haute intensité de main d'œuvre, ou capitalistique ou bien des entités de transformation, à ce niveau au Burkina Faso, présentement, non ! Il y a eu à une époque, je ne sais pas si ça existe encore, il y a eu Seydoni, parce que Seydoni était une grosse entité qui permettait de faire sortir des produits culturels. C'était une industrie…, je pourrais citer des entreprises d'événementiels, comme Biz'Art productions avec l'organisation du Kundé d'Or[201] …Donc moi, je préfère à cette question dire qu'on a des industries de filières. C'est la massification des acteurs d'une filière qui fait une industrie. Maintenant, une personne ou une seule entité comme cela, ça ne peut pas faire une industrie »,[202]*

[201] Evénementiel annuel qui récompense les artistes de l'année. Il est à sa 18e édition (en 2018).

[202] Entretien avec O.B, ancien directeur de la promotion des industries culturelles et créatives, le 21 février 2017 à 8h dans son bureau.

> *« En relisant mes réponses dans ton questionnaire, tu vas voir qu'il y avait une gêne pour moi. En réalité, bon ! Les industries culturelles, ce n'est pas encore une réalité. Non, non parce qu'une industrie, tout le monde sait ce que c'est, en termes de forme juridique, que en termes de normes de fonctionnement…si on fait un parallèle avec les industries qu'on a, j'allais dire qu'on a la matière première, on a les structures de transformation, on a des structures de commercialisation, des structures de promotion et on aussi une clientèle autour de laquelle, on développe tout une stratégie marketing. Donc, vu sous cet angle, si je prends le cas du cinéma aux États-Unis avec Hollywood, ici on est loin de ça ! », E6.*[203]

– *Des industries culturelles au Burkina Faso : plutôt oui !*

La majorité des enquêtés reconnaissent de façon tacite l'existence d'industries culturelles au Burkina Faso. La question posée renvoie aux faits et non à l'analyse, ce qui fait que pour plusieurs (plus de 80 %), sans nul doute, le Burkina Faso est un pays où on peut dénombrer des industries culturelles et constater leur développement. Comme preuve, certains évoquent les institutions publiques en charge de la culture et précisément des industries culturelles ; d'autres indexent des entreprises évoluant dans les industries culturelles. Il est arrivé d'entendre certains évoquer la contribution économique et financière des industries culturelles dans le pays pour justifier leur présence effective. Sans donc épuiser le débat (qui certainement s'estompera de lui-même avec la dynamique actuelle), apprécions ce qui s'est passé dans le reste du monde et dont l'écho s'est fait entendre au Burkina Faso.

> ***«*** *Je pense sincèrement qu'on peut parler de l'existence des industries culturelles au Burkina Faso. Si on pense les industries culturelles comme nombre d'usines en train de fabriquer des produits culturels, en ce moment on pourrait dire que c'est embryonnaire, parce que ce n'est pas l'option choisie ni par le Public, ni par le Privé. Mais si on prend les industries culturelles comme toute activité à contenu culturel, parce que la définition est très large (on est passé de produits usinés à activité), si on pense comme ça, on pourra dire qu'il y a des industries culturelles parce que chaque jour que Dieu fait, il y a des acteurs qui fabriquent des produits musicaux, imprimés, du cinéma et sur l'audio-visuel. Il y a des produits dans toutes les filières. Cela indique qu'il y a des acteurs dynamiques qui sont en production, évidemment les créateurs, qui sont plus ou moins accompagnés, surtout mal accompagnés, parce que ce sont les producteurs qui devaient écouler les produits sur le marché. Mais le produit existe et devient*

[203] Entretien avec BB, le 15 février 2017 de 9h15 à 10h45 dans les locaux de l'ISTIC.

de plus en plus nombreux sur le marché, on peut dire qu'il y a des industries culturelles. Si le niveau est satisfait ou non, ça c'est une autre chose »[204].

B. Connaissances sur les Industries culturelles

Les industries culturelles et créatives au Burkina Faso sont un fait social total. La réalité sociale est souvent différente de la réalité sociologique, avec des perceptions qui expriment plus fortement cette double réalité. Avec l'entrée de la notion d'industries culturelles dans le langage courant ces cinq, dix dernières années, force est de constater que c'est différemment que les acteurs s'approprient le concept et que par ricochet, les usages en sont pluriels.

1. Niveau d'information sur les industries culturelles

Tout au long de notre recherche, il a été question de connaissance des industries culturelles en tant que concept et théorie mais aussi du niveau d'appropriation des implications liées à cette notion.

En interrogeant les publics et les acteurs culturels à propos de l'information reçue ou non sur les industries culturelles et créatives, nous avons constaté que globalement les enquêtés ont déjà au moins une fois entendu parler des industries culturelles et créatives.

En effet, 82,40 % des enquêtés déclarent avoir entendu parler des industries culturelles contre seulement 17,60 % des enquêtés. Lors des entretiens, les enquêtés montrent que pour certains, ce sont les médias classiques (radio, télé et presse quotidienne), qui ont été les vecteurs principaux comme le prouve ce témoignage d'un enquêté :

« À la télévision, dans le cadre d'une interview d'un artiste qui estimait qu'au Burkina il n'y a pas encore d'industrie de la culture en ce sens que les artistes et autres acteurs du monde de la culture n'arrivent pas à se nourrir de la culture uniquement », FiCo 235.

Pour d'autres, c'est les espaces professionnels qui ont été les tremplins de cette large information sur les industries culturelles et créatives ou le cadre d'apprentissage et de formation qui a facilité leur premier contact avec le concept.

Ce niveau de connaissance est sensiblement le même quand on considère les catégories sociales.

Tableau 27: Catégorie sociale/Avoir entendu parler des IC

Catégorie sociale /Avoir entendu parler des IC	***Oui***	***Non***	***TOTAL***
Acteur culturel	92,8 %	7,2 %	100 %
Consommateur culturel	75,1 %	24,9 %	100 %
TOTAL	**82,4 %**	**17,6 %**	**100 %**

Source : notre enquête de terrain, 2017

[204] Entretien avec OD, cadre du Ministère de la culture, le 20 février 2017 à 11h dans le bureau de celui-ci à Ouagadougou.

Même si le tableau ci-dessus montre que le maximum des enquêtés (82,4 %) ont entendu parler des industries culturelles et créatives contre une minorité (17,6 %) n'ayant pas entendu parler d'elles. L'enquête renseigne cependant que cette information est relativement récente comme le montre le tableau ci-dessous.

Tableau 28: Répartition des enquêtés selon l'ancienneté de la connaissance sur les IC

Ancienneté de la connaissance des IC	***Effectif***	***Fréquence***
30 ans passés	5	1,20 %
20 ans passés	14	3,50 %
10 ans passés	56	13,90 %
5 ans passés	102	25,20 %
Moins de 5 ans	157	**38,90 %**
N/A	70	17,30 %
TOTAL	**404**	**100 %**

Source : notre enquête de terrain, 2017

En effet, près de 40 % des enquêtés ont entendu parler des industries culturelles pour la première fois il y a de cela moins de 5 ans ! Cumulée avec ceux qui l'ont été que ces 05 ans passés, l'information sur les industries culturelles atteindrait les 64 %.

En somme, les enquêtés sont majoritairement informés de la réalité des industries culturelles au Burkina Faso, malgré le débat plutôt philosophique que certains abordent bien souvent qui est de savoir si le Burkina Faso a des industries culturelles ou pas.

2. Niveau de connaissance du concept d'industries culturelles

Avec ce qui précède surtout en prenant en compte l'émergence récente des industries culturelles au Burkina Faso, l'enquête montre qu'il y a une différence entre entendre parler des industries culturelles et connaitre les industries culturelles.

En rappel, quelques indicateurs ont aidé à catégoriser le niveau de connaissance des enquêtés sur la notion des industries culturelles. Dans un premier temps, ils ont été invités à fournir 4 mots qui leur paraissent appropriés pour caractériser les industries culturelles. 90,40 % des enquêtés ont évoqué des mots qui sont à leurs yeux caractéristiques des industries culturelles.

L'essentiel des mots évoqués traduisent une perception des enquêtés vis-à-vis de la notion d'industries culturelles. Nous avons recueilli plus de 200 mots différents (219) pour exprimer la réalité sociale des industries culturelles. Les termes p*roduction, rentabilité, usine, commerce, promotion, finances, richesses* sont, comme l'indique le nuage de mots, les plus itératifs. Faisons remarquer que certains mots sont assez distants de la réalité des industries culturelles (des termes comme *vivre),* mais l'exercice a confirmé l'hypothèse de la prédominance des enjeux économiques et surtout le lien entre industries culturelles et « *pognon* ».

Graphique 13: Nuage de mots sur les IC

Source : Auteur, 2017

Dans un second temps, ils ont été invités à formuler une définition des industries culturelles. Notre enquête montre que 10 % n'ont pas pu le faire contre près de 90 % qui l'ont fait.

Dans un troisième temps, ils ont été sollicités à citer des exemples de produits issus des industries culturelles. Notre enquête montre que près 79 % des enquêtés ont été capables de citer un exemple d'industrie culturelle contre 21 % qui ne l'ont pas fait.

Et dans un dernier temps, nous leur avons demandé de citer des exemples d'entreprises culturelles ; et comme le révèle le tableau ci-dessous, près de 77 % ont énuméré des entreprises culturelles avec notamment *Seydoni productions* en tête des citations.

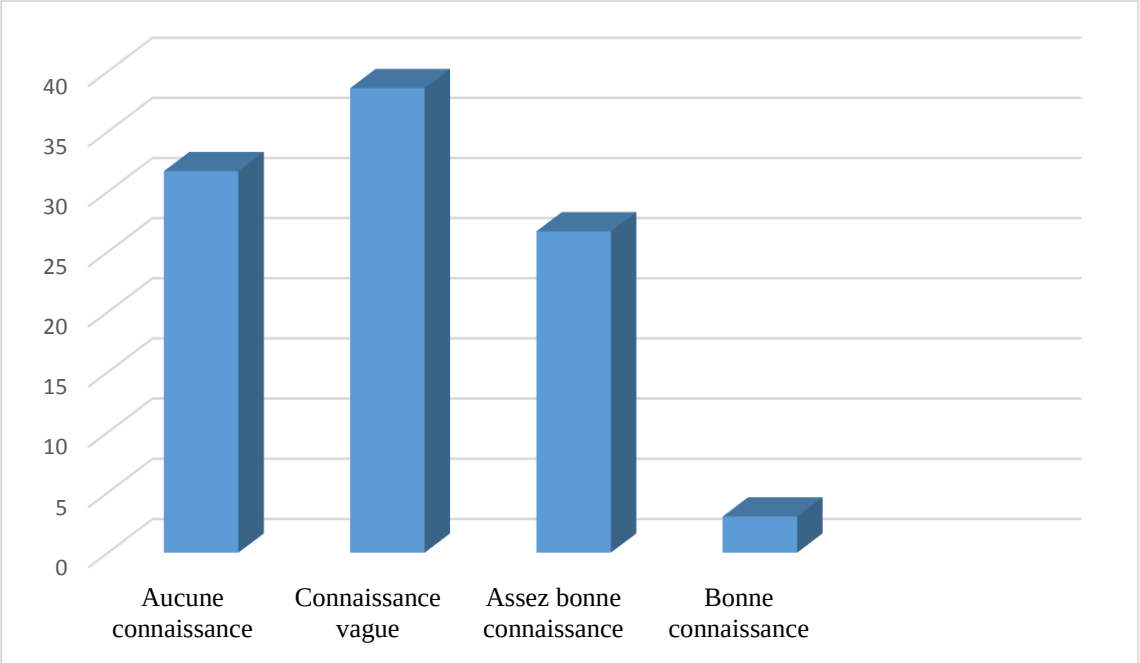
Tableau 29: Effectifs des enquêtés ayant ou pas cité des exemples d'entreprises culturelles

Ayant cité des exemples Entreprises Culturelles	Effectif	Fréquence
Ayant cité des entreprises culturelles	128	76,60 %
N'ayant pas cité d'entreprises culturelles	39	23,40 %
TOTAL	**167**	**100 %**

Source : notre enquête de terrain, 2017

C'est l'analyse de ces réponses qui nous a permis d'aboutir à la conclusion selon laquelle que, très peu d'acteurs et consommateurs interrogés, ont une bonne connaissance des industries culturelles car les enquêtés sont souvent incapables de formuler une définition dans leurs propres mots, de citer des exemples de produits culturels industrialisés ou encore d'identifier dans le contexte burkinabè des entreprises-type exerçant dans des filières industrielles.

Graphique 14: Répartition des enquêtés selon la capacité à cerner la notion d'IC



Source : Auteur, 2017

Quand on observe les indicateurs suivants, on peut se rendre compte que, quoique largement usité, le concept connait des formes d'appropriation diverses.

Cette situation varie avec la catégorie sociale des enquêtés. Comme l'illlustre le tableau ci-dessous, la méconnaissance des industries culturelles est beaucoup plus concentrée chez les consommateurs que chez les acteurs culturels respectivement 48,1 % et 8,4 % ; les chiffres indiquent une connaissance vague allant de 49,7 % à 80,8 % respectivement pour les acteurs culturels et les consommateurs. Le tableau fait remarquer qu'aucune « *bonne connaissance* » n'est enregistrée parmi les consommateurs contre 7,2 %.

Tableau 30: Catégorie sociale & capable de cerner la notion d'industries culturelles

Catégorie sociale /Capable de cerner la notion d'IC	Aucune connaissance des IC	Connaissance vague des IC	Assez bonne connaissance des IC	Bonne connaissance des IC	TOTAL
Acteur culturel	8,4 %	49,7 %	34,7 %	7,2 %	100 %
Consommateur	48,1 %	30,8 %	21,1 %	0,0 %	100 %
TOTAL	**31,7 %**	**38,6 %**	**26,7 %**	**3,0 %**	**100 %**

Source : notre enquête de terrain, 2017

3. La définition des industries culturelles par les acteurs

Un autre indicateur du degré de maitrise de la notion d'industries culturelles est mesuré par la formulation d'une définition personnelle (celle des enquêtés) et les mots caractéristiques ou rendant compte, *a priori*, du concept d'industries culturelles.

Des enquêtés ayant *« une bonne connaissance des IC »* ont su rendre compte de cette notion en ces termes :

> « *La notion d'industries culturelles renvoie à cet ensemble constitué de la musique, du livre et du cinéma qui, à partir d'un prototype, permet une production en masse, selon un procédé industriel, destinée au marché. Du coup, le travail de création à la commercialisation devient quelque chose d'organisée »,* FiAc 13.

Ou cet enquêté qui relève l'omniprésence du caractère symbolique des produits culturels objets d'industrialisation.

> *« Un ensemble d'activités produisant et distribuant des biens et services culturels qui incarnent et transmettent des expressions culturelles indépendamment de leurs valeurs commerciales »,* FiAc 21.

Les enquêtés ont également une idée vague du concept et le définissent comme étant le *regroupement de toutes les structures ou toute forme d'événements entrant dans le cadre du développement culturel* ; ou encore comme une *production en masse des méthodes industrielles des biens dont l'essentiel de la valeur tient dans leur contenu. Produire les œuvres culturelles en masse comme ce que les industries font »* ; ou encore comme *un moyen de monnayer un savoir-faire*…

La proportion de ceux qui n'ont pas de connaissances sur la notion parce qu'ils n'en n'ont pas entendu parler ou parce qu'ils n'ont pas eu l'occasion d'en savoir plus, est aussi importante que celle qui ont une connaissance vague et s'illustre par ces définitions qui disent que *les industries culturelles c'est le comment un acteur gagne son pain quotidien dans la société* ou encore *pour valoriser la culture*.

En somme, nous pouvons relever qu'il y a une perception économique, voire capitalistique, qui caractérise les définitions des enquêtés sur les réponses relatives aux industries culturelles.

Sur une quinzaine de modalités formulées pendant la phase de pré-enquête, les enquêtés ont vu ou perçu les industries culturelles comme un moyen pour prouver la dimension économique de la culture (69,80 %), comme un modèle de développement de la culture (69,30 %), comme une façon de vendre la culture (52,50 %), comme un secteur d'activité à part entière (51,70 %), comme un moyen de se faire de l'argent (38,90 %), comme une solution de sortir les artistes de la pauvreté (20,30 %), comme une trouvaille pour capter des financements (12,10 %) et enfin comme un gros mot importé de l'Occident (10,90 %).

De toutes ces perceptions, force est de constater la prééminence de l'économique, comme l'indique le tableau ci-dessous.

Tableau 31: Répartition des enquêtés selon leur perception des industries culturelles

Perceptions courantes des IC	Effectif	Fréquence
C'est un gros mot importé de l'Occident	44	10,90 %
C'est un mot de plus sans trop d'importance	9	2,20 %
C'est une autre trouvaille pour capter des financements	49	12,10 %
C'est encore une machinerie de l'Occident pour piller notre patrimoine	15	3,70 %
C'est un moyen pour se faire de l'argent à travers la culture	157	38,90 %
C'est du capitalisme pur	28	6,90 %
C'est une façon de vendre la culture	212	**52,50 %**
C'est un danger pour la création	7	1,70 %
C'est une menace pour la liberté des artistes	12	3,00 %
C'est une façon de faire des artistes des esclaves	9	2,20 %
C'est un modèle de développement de la culture	280	**69,30 %**
C'est un moyen de prouver la dimension économique de la culture	282	**69,80 %**
C'est une solution pour sortir les artistes de la pauvreté	82	20,30 %
C'est un secteur d'activité à part entière	209	**51,70 %**
TOTAL	**404**	**-**

Source : notre enquête de terrain, 2017

C. Les perceptions sur les industries culturelles

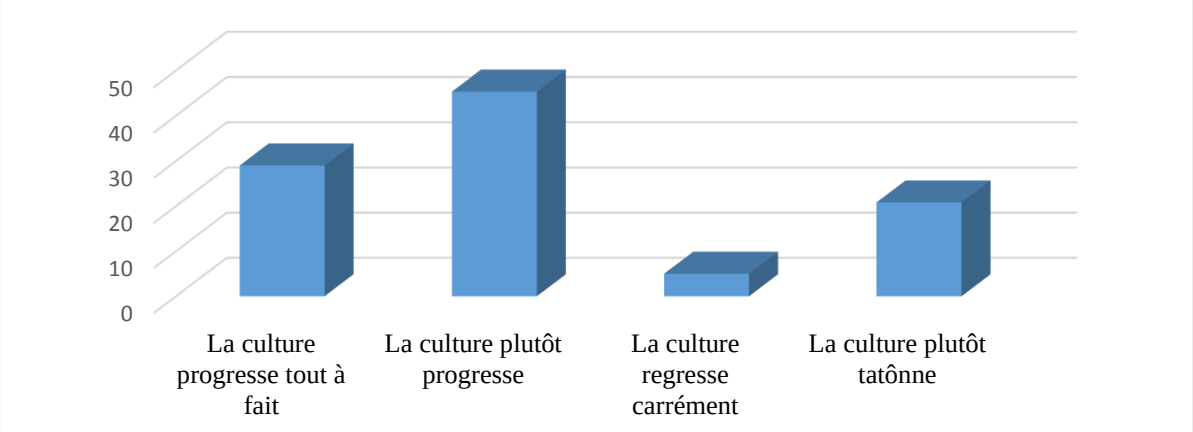
L'ancien ministre de la Culture Mahamoudou OUEDRAOGO avait déclaré que *« la culture est le pétrole du Burkina Faso »* et qu'à ce titre, il faudrait la traiter avec précaution.

1. La culture progresse : les perceptions plutôt optimistes

a. *La culture progresse grâce aux industries culturelles*

Depuis la troisième temporalité, beaucoup d'observateurs, tant nationaux qu'internationaux, estiment que des progrès sont perceptibles vers une évolution de l'économie de la culture, assise sur des potentialités énormes et de nature, avec une approche industrielle, à soutenir les efforts de développement.

Graphique 15: Répartition des enquêtés selon leur opinion sur la marche de la culture au Burkina Faso



Source : Auteur, 2017

Le discours sur la capacité des industries culturelles à créer des emplois et des richesses se présente souvent comme un moyen de monstration, voire de démonstration, face à une large opinion qui estime que la culture est simple divertissement au même titre que le sport et qu'en plus, elle est budgétivore. Nous avons dans le cadre de cette thèse sollicité un économiste dans l'interprétation des données macroéconomiques de notre pays et sa conclusion que nous rapportons ci-après est une opinion générale qui ne va pas nécessairement dans le sens des croyances et espérances des acteurs culturels.

Encadré 10: Ce qu'un économiste lambda pense du projet de développement des industries culturelles

Le 13 avril 2017 à 15:33, Yarra Jacob <yaradebatioula@yahoo.fr> a écrit :

Bonjour l'expert,

Je voudrais que tu analyses les données contenues dans les deux fichiers pour moi...

Le premier fichier portant sur les données macroéconomiques du Burkina, je veux une interprétation de chaque élément de la colonne (en dehors de la colonne année).

JY

> Le Mardi 18 avril 2017 23h44, Congo Nathan <nathanedecongo@gmail.com> a écrit :
>
> …Au regard des chiffres de chaque colonne ce que qu'on peut dire en gros c'est que le Burkina a encore beaucoup de défis socioéconomiques et que le développement des industries culturelles pourrait paraitre un luxe 😁 …NC

Source : notre enquête de terrain, 2017

L'un des enjeux de base est donc mental et communicationnel. Comment déconstruire la longue perception qui réduit la culture à un simple jeu couteux réservé aux nations riches ?

Les ministres en charge de la culture sont toujours en train de courir après des arguments nouveaux pour convaincre leurs collègues des Finances à délier la bourse. Dès qu'il y a une petite contrainte budgétaire, c'est le budget de la culture qui est amputé, avec l'argument suprême qu'il n'est pas bienséant d'affecter des lignes budgétaires pour que des artistes amusent les populations alors que ces dernières ont faim et soif. C'est un vieux combat dans notre pays qui, d'ailleurs, n'est pas prêt de s'arrêter face aux nombreuses priorités.

Quand on est en charge de la culture dans un pays où tout est prioritaire et qu'il faut chaque fois argumenter et défendre avec peine le budget des activités, le concept d'industries culturelles semble alors une réponse appropriée pour ceux qui continuent à indexer la culture au rang des activités budgétivores et non rentables. *« Les décideurs ne s'intéressent pas trop à la culture. Pour eux, la culture est budgétivore et n'est pas assez rentable »*, FiAc 45.

b. Les perceptions optimistes des artistes plasticiens

- *La perception de Damien GLEZ : les industries culturelles augmentent les possibilités économiques de l'acte de création*[205]

Pour Damien GLEZ, dessinateur de presse, les industries culturelles peuvent être tout à la fois un tremplin et un carcan.

> *« Dans un premier temps,* dit-il, *pour l'artiste qui vit dans sa « bulle » créative, elles sont une promesse d'ouverture vers un public plus large, et donc une promesse de rentabiliser les activités artistiques en vue de les pérenniser. Sans studio d'enregistrement, sans usines de duplication, il n'y aura pas de mise sur le marché des œuvres d'un musicien, ce qui cantonnera celui-ci à une carrière de proximité. Les industries culturelles peuvent donner de l'ampleur au travail d'un artiste, au-delà de la dimension vénérable d'artisan. Ensuite, bien sûr, les industries culturelles qui dominent peuvent verrouiller l'accès au succès, en le réservant à des personnes proches (par le biais de leurs relations avec les médias, par exemple) ou tenter de « calibrer » les œuvres dans une démarche marketing qui peut dénaturer l'inspiration. L'industrie culturelle est donc un moyen plus qu'un but ».*[206]

Illustration 2: Perception de Damien GLEZ

[205] Dessinateur de presse français, Damien GLEZ évoque les mots tels que *duplication*, *art*, *commerce* et *dynamisme* pour caractériser sa perception des industries culturelles.

[206] Entretien avec l'artiste dans son bureau, à Ouagadougou, le 02 février 2017 à 10h.

- *La perception de TIMPOUSS : les industries culturelles révèlent de jeunes talents*[207]

Lui aussi dessinateur de presse, TIMPOUS voit une opportunité toute faite pour les nouveaux talents de « *se vendre* ». cette opportunité est cependant en bute à des obstacles ou pesanteurs socioculturelles qui relèguent l'art et la culture au second rang. L'idée de TIMPOUS, c'est que l'ignorance de beaucoup de personnes fait que finalement, elles ne perçoivent pas la dimension économique de la culture.

Enfin, il perçoit le problème de la formation initiale et continue comme étant des freins à l'éclosion des talents.

C'est donc une perception positive sur les industries culturelles et créatives.

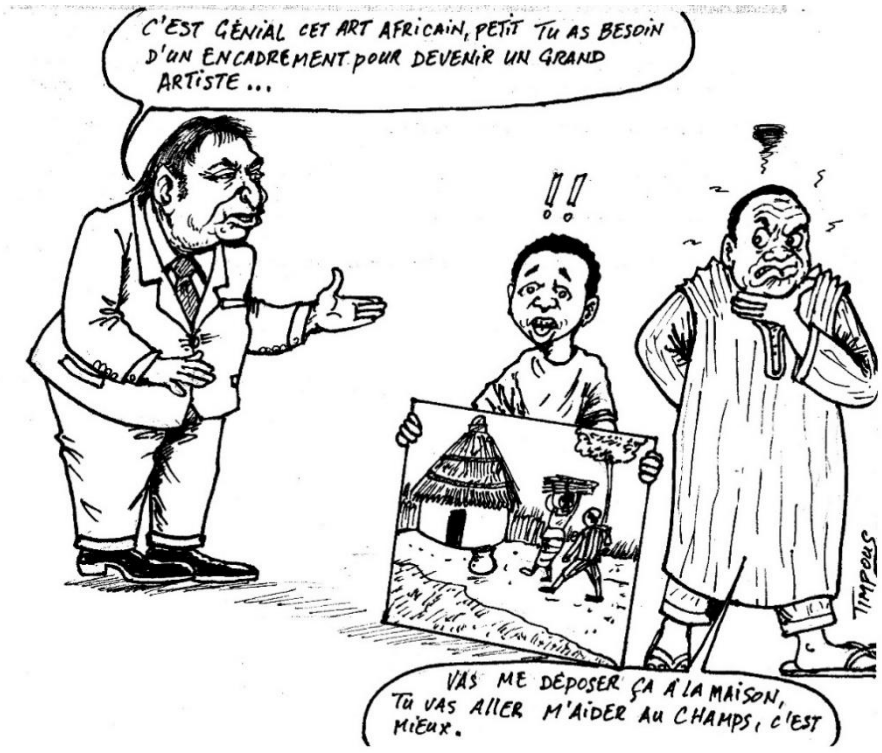


Illustration 3: Perception de TIMPOUSS

[207] De son vrai nom KABORÉ Timpousga, Timpous est caricaturiste et dessinateur de presse qui a fait la renommée du *Journal l'Indépendant* du journaliste Norbert ZONGO assassiné pour son travail. Il estime que les industries culturelles sont liées aux mots suivants : *valorisation* ; *talent* ; *moyens* ; *identité.*

- *La perception de Michel GAMA: les industries culturelles comme alternative de développement de la culture et de l'art* [208]

GAMA voit dans l'avènement des industries culturelles un moyen d'éclosion de l'art et de la culture tout court. C'est une perception tout à fait positive sur les industries culturelles dans leur capacité à faire émerger les acteurs. L'artiste pense que la culture et les arts sont restés longtemps à la phase de couvée et avec les industries culturelles l'éclosion s'est réalisée.

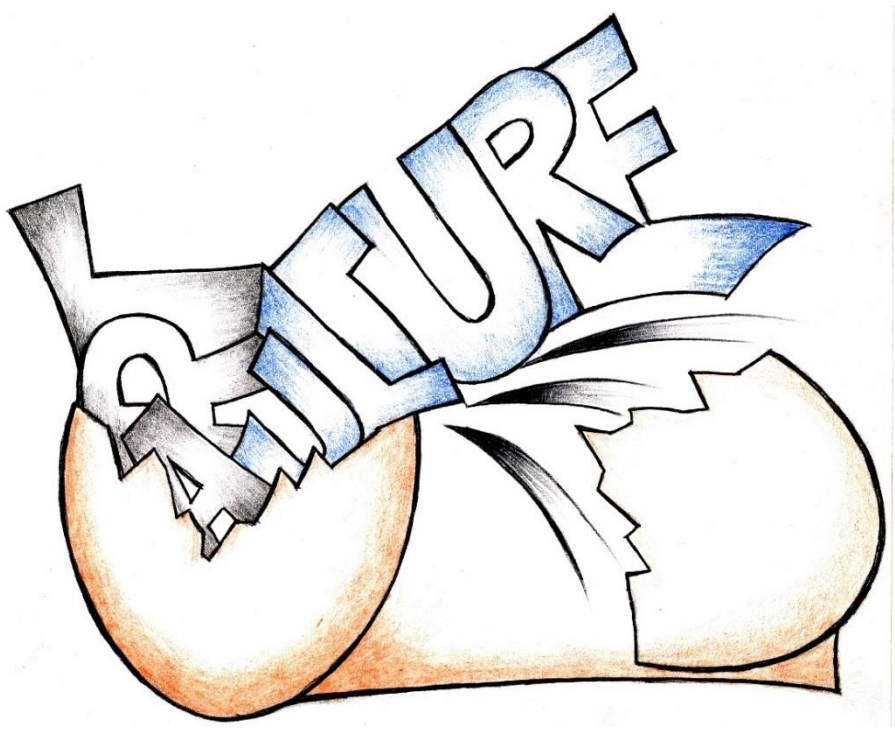


Illustration 4: Perception de GAMA

[208] Artiste-peintre-infographiste, Michel GAMA est chef d'une entreprise qui porte son nom. Les mots *valorisation, promotion, tribune d'expression, développement*, caractérisent pour lui l'essentiel des industries culturelles.

- *La perception de Dja KONATE: les industries culturelles sont rentables*[209]

La perception de Dja KONATE est sans équivoque. Les industries culturelles, dit-il, renvoient à l'argent. Cela rapporte de l'argent aux artistes et aux créateurs. L'image ci-dessous, qui reprend la plus forte coupure du Franc CFA, exprime la dimension économique et financière des industries culturelles. Il oppose par contraste, la perception d'autrefois, qui consistait à denier la dimension économique de la culture et celle d'aujourd'hui, qui valorise l'économie de la culture rendue possible par les industries culturelles.

Illustration 5: Perception de Dja KONATE

[209] KONATE Dja est un jeune dessinateur et s'exerce actuellement dans le cinéma d'animation.

- *La perception d'André TAPSOBA: les industries culturelles ont un marché international*[210]

La perception d'André TAPSOBA est double. Il pense qu'avec les industries culturelles, les œuvres des artistes s'achètent mieux et s'exportent vite avec les moyens de transport modernes. Il défend également l'idée utilitaire des œuvres artistiques et considère comme irremplaçable la place des consommateurs finaux.

Illustration 6: Perception d'André TAPSOBA

[210] TAPSOBA André est dessinateur et s'exerce actuellement dans le cinéma d'animation.

- *La perception de Boureima MAÏGA : les industries culturelles comme substrat de la diversité culturelle*[211]

L'artiste peintre-grapheur El Muchacho voit dans les industries culturelles une plateforme, un dispositif, qui favorisent le développement et la promotion de l'artiste et de son œuvre (symbolisé par structure de base) ; il y perçoit également l'économie et l'épanouissement de l'artiste (symbolisé par la couleur chaude jaune couleur or) ; enfin il pense que les industries culturelles stimulent la diversité culturelle (symbolisée par la structure dentée de la plateforme).

C'est globalement une vision assez positive et intéressée que l'artiste a perçue à travers les industries culturelles.

Illustration 7: Perception de Boureima MAÏGA

[211] Peintre-décorateur/grapheur, Boureima MAÏGA, dit El Muchacho, est passionné actuellement de cinéma d'animation.

- *La perception de Fidèle G. KABRE: les industries culturelles comme nouvelles opportunités de création et de marché*[212]

L'artiste peintre Fidèle KABRE juge positif le développement actuel des industries culturelles au Burkina Faso. Il le considère comme une opportunité, symbolisée par la peinture ci-dessous. Des portes, de nouvelles opportunités, s'ouvrent grandement pour les créateurs et les promoteurs. À chacun de les saisir.

Illustration 8: Perception de Fidèle KABRÉ

[212] Fidèle G. KABRE est un artiste-peintre qui pense que les industries culturelles correspondent à une ouverture de portes : se faire de l'argent (peut-être) ; vendre, consommer.

c. Le pouvoir perçu des industries culturelles

Cette réalité s'est confortée avec les résultats issus de la question de savoir si le Burkina Faso peut s'appuyer sur la culture et les industries culturelles pour assoir un développement durable ?

Presque tous (98 %) les enquêtés ont estimé que le pays peut compter sur les industries culturelles pour bâtir son développement contre seulement 2 % qui n'y voient aucune possibilité.

Le tableau ci-dessous confirme cette foi en la culture et dans les industries culturelles. Quatre options proposées ont recueilli plus de la moitié des choix des enquêtés. Ils pensent par ordre d'importance que les industries culturelles ont le pouvoir de créer des emplois (83,2 %) ; qu'elles sont capables de créer des richesses (60,5 %) et capables de booster la production des biens et services culturels du pays (54,5 %) et prouver la dimension économique de ceux-ci 52,7 %).

Tableau 32: Répartition des enquêtés selon leur perception du pouvoir des industries culturelles

Perceptions du pouvoir des IC	Effectif	Fréquence
Capables de créer des emplois	139	83,2 %
Capables de créer de richesses	101	60,5 %
Capables de promouvoir la diversité culturelle	66	39,5 %
Capables de booster la production des biens et services culturels	91	54,5 %
Capables de « démocratiser » les produits culturels	15	9,0 %
Capables de prouver la dimension économique de la culture	88	52,7 %
Capables de pervertir nos cultures	16	9,6 %
TOTAL	**167**	

Source : notre enquête de terrain, 2017

2. Les perceptions plutôt pessimistes: la culture réduite à une rhétorique

a. Certains acteurs n'y croient pas

Nous avons analysé avec beaucoup de recul le programme présidentiel et les documents de base du parti au pouvoir pour nous faire une idée. Dans le programme présidentiel tout comme dans le nouveau référentiel de développement dénommé PNDES, elle est logée à la même enseigne que le sport et les loisirs. Les « *vraies* » priorités du parti au pouvoir et même ceux qui lui ont succédé sont : la santé, l'éducation, l'énergie, les infrastructures.

De plus, les enquêtés considèrent que la culture est une rhétorique qui fait plaisir de façon circonstancielle. 67 % des enquêtés estiment que la culture est un sujet de conversation intéressant mais reste largement une rhétorique.

> *« Tous les politiques sont unanimes à dire que la culture est le moteur du développement, reprenant sans doute une rhétorique rabâchée sans cesse au niveau international. Mais dans la*

> *réalité, la pratique ne justifie pas et ne cadre pas avec ces discours. A mon humble avis, la SCADD a donné une place de choix à la culture sans que cela ne se ressente véritablement dans les politiques à l'œuvre dans le domaine culturel, si ce n'est quelques actions sporadiques sans vision ni impact réel »*, FiAc34.

> *« De très belles intentions sont énoncées dans des documents et des discours politiques. Mais il est souhaitable que cela se traduise en actes concrets, en faveurs du développement culturels du Burkina Faso. Le vœu le plus cher, c'est plus d'actes que de paroles aussi bien de la part des décideurs politiques qu'administratifs »*, FiAc 48.

En s'appuyant sur l'allocation du budget, certains pensent que c'est un engagement sans action que l'État prend le malin plaisir de servir aux populations à des occasions comme les élections.

> *« On entend à tout moment les politiciens parler de culture mais dans le fond ils ne veulent pas investir dans la culture. La plupart des mairies n'ont même pas un budget pour la culture »*, FiAc 69.

> *« Dans toutes les politiques de développement, la culture a été citée comme base de développement de la nation mais il n'y a pas eu d'action concrète »*, FiAc 75.

b. Perceptions plutôt pessimistes des artistes plasticiens

- *La perception de Théodore BAMBARA: les industries culturelles renforcent le système capitaliste* [213]

La perception de BAMBARA dit *Burkinby* est une critique contre le capitalisme qui se cache derrière le développement des industries culturelles. Il fustige la loi du plus fort et ceux qui détiennent le capital. Ces derniers, selon lui, n'ont d'égard pour personne et surtout « *exploitent les plus jeunes* » parce que ceux-ci sont sans ressources et manquent de réseau pour s'affirmer artistiquement. Il pense que les anciens, qui connaissent les rouages et qui ont un carnet d'adresses bien rempli, bloquent littéralement les portes aux jeunes talents. Il déclare que, le plus souvent, avec la quantité du travail de production qu'exigent les industries culturelles, les « *anciens* » confient le travail à faire aux jeunes qui le réalisent très bien. Mais en retour, ces derniers sont mal payés et n'ont pas de droits sur les œuvres produites. Il pense que le gain et la loi du plus fort font des industries culturelles une menace, qui avilit les jeunes talents face aux « *initiés* **»** et aux capitalistes qui les exploitent.

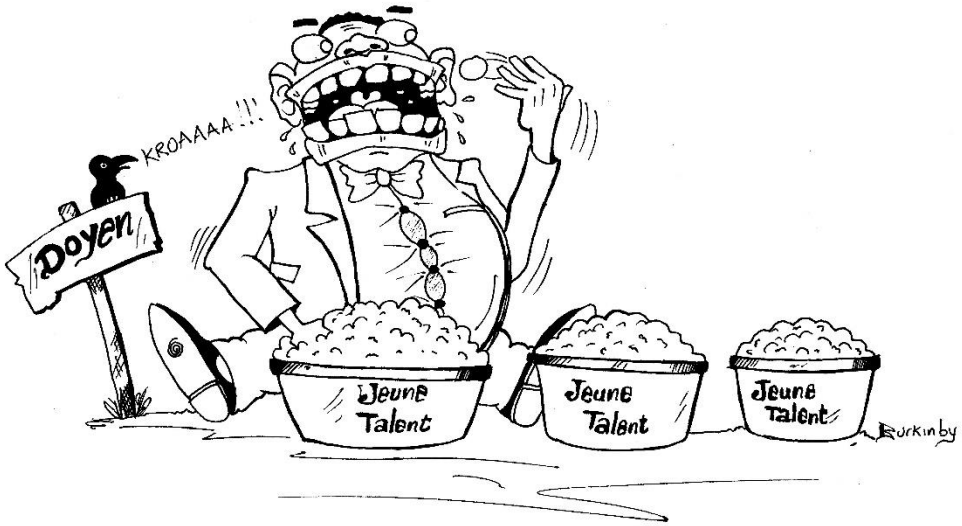


Illustration 9: Perception de BURKINBY

[213] Théodore BAMBARA est un jeune caricaturiste, bédéiste et Web-administrateur très critique, qui pense que les industries culturelles sont le lieu de la loi du plus fort, de combat de longue haleine et pour lui c'est un terrain du capitalisme pur.

- *La perception de Christophe SAWADOGO : les industries culturelles entre enchantement et méfiance*[214]

L'approche de l'artiste-peintre Christophe SAWADOGO est énigmatique. Il relève l'amour et la passion que suscitent les industries culturelles, d'une part et l'impact que celles-ci ont sur la société humaine, d'autre part.

Son œuvre ci-dessous exprime par ailleurs le caractère contraignant du système (symbolisé par le cadre) et la prégnance des lois du marché, du calcul et du gain (symbolisé par les chiffres). Si les industries étaient affranchies de ce cadre, les acteurs notamment les créateurs s'exprimeraient dans la liberté et tous les droits, avec passion et amour (symbole de cœur). Il redoute la primauté du marché sur la liberté de création. Il prend l'exemple de l'exclusivité sur certaines couleurs, qui oblige les artistes à avoir recours aux capitalistes qui sont les dépositaires légaux, détenant le brevet pour leur usage.

> *« Où est la liberté de création si on n'a pas le droit d'usage de toutes les couleurs ? Pour moi, le droit à la couleur ne se négocie pas ! Mais finalement, l'argent dans les industries culturelles fait la valeur de l'œuvre et l'artiste perd de plus en plus sa place centrale dans une société de consommation ».*[215]

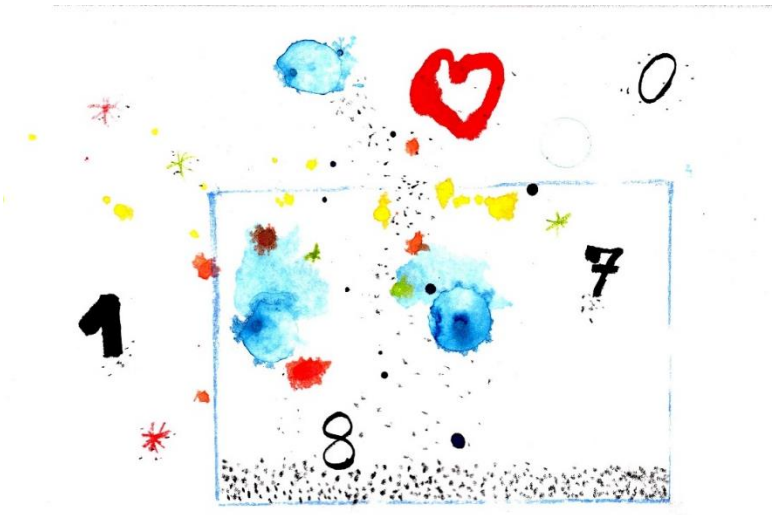


Illustration 10: Perception de Christophe SAWADOGO

[214] Christophe SAWADOGO (www.christophe-sawadogo.com) est peintre et responsable d'un centre de formation à Ouagadougou. Ces œuvres sont bien connues à l'international. Il estime que le profit, la reproduction, les circuits de distribution et la cotation caractérisent la réalité des industries culturelles.

[215] Entretien réalisé dans l'atelier de Christophe SAWADOGO à Ouagadougou, Burkina Faso, le 2 février 2017 à 12 h.

Cette section vient conclure la problématique qui est au cœur de notre travail. Des perceptions des acteurs, se structurent les actions et les stratégies.

De façon générale, il y a comme de l'enchantement, avec quelques fois des craintes liées avec le développement des industries culturelles au Burkina Faso.

Cet état de fait s'explique par la jeunesse relative du « *phénomène* » au Burkina Faso et la non-maitrise des tenants et des aboutissants de la théorie des industries culturelles. Il est commun au Burkina Faso de dire que c'est tout ce qui rapporte de l'argent qui s'inscrit dans les industries culturelles. Dès lors qu'une activité quelle qu'elle soit brasse de l'argent, on s'écrit *« c'est véritablement une industrie culturelle !»*. C'est un discours assez répandu mais qui mérite un recadrage théorique si la volonté du pays et de ses acteurs est d'aller à la conquête du marché international.

Composées en filières (images, écrits, son, etc.), les industries culturelles sont structurées en fonctions distinctes dont l'articulation et la succession permettent de produire et de mettre le produit culturel à la disposition des publics.

III. Cartographie des industries culturelles et créatives

A. Organisation et profil des entreprises culturelles

Pour comprendre les défis actuels des industries culturelles au Burkina Faso, nous avons entrepris un travail de cartographie nationale. On situera à partir de là les caractéristiques générales des industries culturelles. La cartographie nationale sur les entreprises culturelles a permis de recenser 1 050 structures intervenant, directement ou indirectement, dans le secteur des industries culturelles.

1. Le maillage territorial des entreprises culturelles

Les 1 050 structures sont réparties de façon inégale sur l'ensemble des 13 régions administratives que compte le Burkina Faso. La région du Centre, qui abrite la capitale politique du pays, est selon notre enquête de terrain, la principale pourvoyeuse d'entreprises culturelles avec plus de 30 % des entreprises.

2. Le statut juridique des entreprises culturelles : la prédominance du statut associatif

L'enquête révèle que ces entreprises culturelles n'ont pas toutes les mêmes préférences pour le choix d'un statut juridique. Plus de 66 % d'entre elles sont du type associatif contre 16 % du type SARL et 0,9 % pour le type SA ; les entreprises individuelles prennent du terrain avec 7,7 % des entreprises à côté des entreprises publiques avec 6,6 %. Nous avons donc constaté que la plupart des structures au statut associatif sont logées principalement dans la filière *Spectacle vivant ;* les SARL, les SA et Entreprises individuelles quant à elles, sont plus présentes au niveau du *Cinéma & Audiovisuel*, de la *Musique enregistrée* et une partie du *Livre,* comme l'indique le tableau ci-dessous.

Tableau 33: Statut juridique des entreprises culturelles

Statut juridique	***Effectif***	***Fréquence***
SARL	170	16,2 %
S.A.	9	0,9 %
ASSOCIATION	702	66,9 %
ENTREPRISE INDIVIDUELLE	81	7,7 %
ENTREPRISE PUBLIQUE	69	6,6 %
ENTREPRISE MIXTE	0	0,0 %
INFORMEL	19	1,8 %
TOTAL	1050	100 %

Source : notre enquête de terrain, 2017

Le tableau ci-dessus nous montre l'éminence du statut associatif. Une des raisons qui expliquent cette situation, c'est que le statut en question présente le moins d'obligations pour les acteurs. Les acteurs évoquent les raisons de simplicité, de fiscalité et souvent l'histoire de la structure (la nature des activités à la création de la structure a évolué avec le temps), pour justifier le choix naturel du statut associatif. En dehors des avantages fiscaux, l'explication qui tienne, c'est qu'il n'y a que le manque d'information ou l'ignorance de certains acteurs qui pourrait justifier l'option d'un statut associatif pour un acteur qui aurait des ambitions commerciales.

Or, ce statut ne permet pas de construire toute la rigueur de gestion et de gouvernance culturelle dont a besoin aujourd'hui le secteur de la culture au Burkina Faso.

Le statut associatif ne permet pas toujours aux acteurs culturels de participer à l'économie du pays par le versement des impôts et autres taxes ; il ne leur permet pas toujours non plus de participer à des appels d'offres lancés par l'État ou des organismes internationaux.

3. Une jeunesse relative des entreprises culturelles

Les entreprises culturelles sont relativement jeunes. Près de 70 % d'entre elles ont moins de 10 ans d'existence. L'enquête s'est intéressée à l'âge, voire à l'ancienneté des structures et entreprises culturelles au Burkina Faso. Elle révèle une relative jeunesse des entreprises culturelles. En effet, l'ancienneté moyenne est située entre 6 et 10 ans.

Les valeurs plus ou moins importantes sont situées, selon le tableau ci-dessus, dans les classes d'âges allant de 2 à 15 ans, ce qui est relativement jeune. La jeunesse des entreprises s'explique par les actions issues de politiques culturelles développées par le pays et ses partenaires au début des années 2 000. Des projets et programmes ont eu comme effet la création des entreprises et leur structuration.

Elle s'explique aussi par l'action de l'administration culturelle décentralisée (la mise en place des Directions régionales, et des correspondants dans les provinces), qui encouragent les acteurs à formaliser leurs structures pour avoir la reconnaissance des autorités compétentes locales.

Elle s'explique par ailleurs par la dynamique culturelle qui caractérise le secteur culturel, notamment les actions qui ont été engagées par le programme ARPIC.

C'est une nouvelle génération qui monte avec des jeunes entrepreneurs issus d'écoles et d'universités de renommée. L'approche économique de la culture et la vulgarisation de la notion d'industries culturelles façonnent la pensée globale des jeunes acteurs.

Tableau 34: Ancienneté des entreprises culturelles

ANCIENNETE	Effectif	Fréquence
Moins de 1 an	23	2,2 %
De 1 à 5 ans	560	53,3 %
De 6 à 10 ans	145	13,8 %
De 11 à 15 ans	128	12,2 %
De 16 à 20 ans	72	6,9 %
De 21 à 25 ans	50	4,8 %
Plus de 26 ans	72	6,9 %
TOTAL	1050	100 %

Source : notre enquête de terrain, 2017

Cette situation explique-t-elle le faible taux de formation continue et de recyclage des acteurs ?

4. Formation professionnelle des leaders ou l'expérience acquise sur le tas

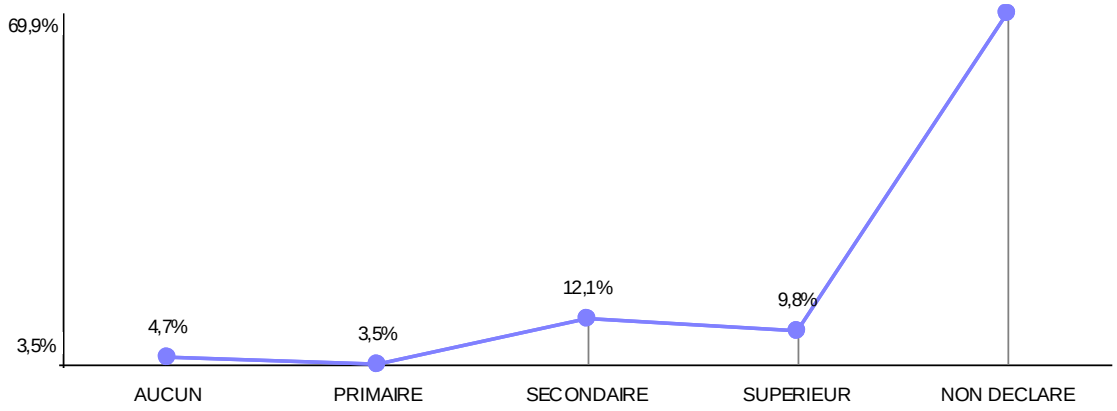
Nous avons pu constater que la plupart (84 %) des acteurs culturels n'ont pratiquement pas reçu une formation en lien avec leur secteur d'activités. Beaucoup reconnaissent qu'ils y sont à force de travailler et par « *pur don de Dieu* ». 16 % des enquêtés ont déclaré avoir bénéficié d'une ou

plusieurs séances de formations, au Burkina ou ailleurs dans le monde. Ces formations vont des cycles courts aux cycles longs, sanctionnées par des attestations ou des diplômes dans le meilleur des cas. L'analyse des réponses montre qu'il n'y a pas un mécanisme de formation continue ou de recyclage. Les dernières formations de certains remontent à plus de 10 voire 20 ans derrière.

5. Le profil scolaire des acteurs

Le niveau d'études d'ensemble n'est pas du tout déplorable au regard du graphique ci-dessous. Si les acteurs n'ont pas reçu de formation en lien avec leur métier et se sont formés sur le tas, ils ont cependant un niveau d'études allant du supérieur (9,8 %) au secondaire (12,1 %). Seulement 4,7 % n'ont reçu aucune formation classique.

Graphique 16: Niveau de formation des entrepreneurs culturels

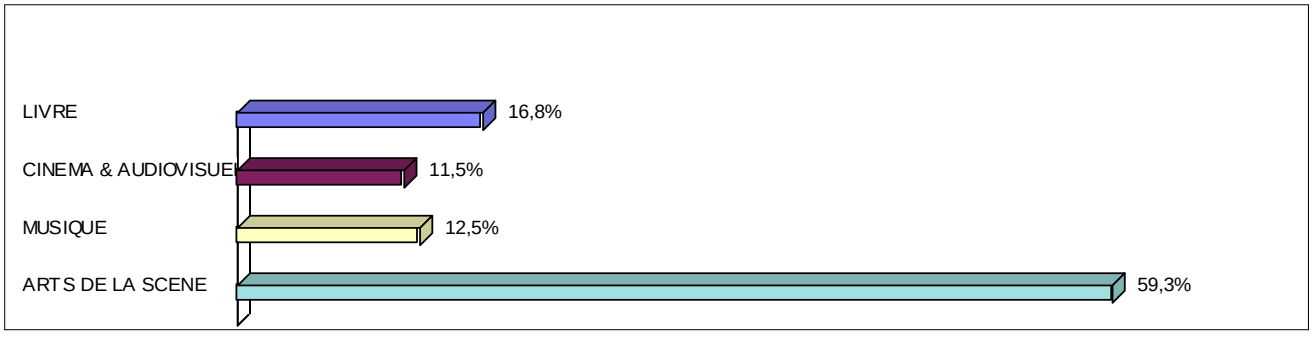


Source : notre enquête de terrain, 2017

6. La prédominance de la filière spectacle vivant

Les entreprises culturelles, nous révèle l'enquête, sont concentrées autour de la filière *Spectacle vivant* avec plus de 63 % des entreprises ou structures culturelles contre 18 % pour le *Livre*, 12 % pour le *Cinéma & Audiovisuel* et 13 % pour la *Musique*.

Graphique 17: Répartition des entreprises par filière culturelle



Source : notre enquête de terrain, 2017

B. Indicateurs économiques et structurels sur la performance des entreprises culturelles

1. La prédominance de l'informel

Même si les entreprises sont situées juridiquement par le choix de leur statut, elles ne présentent pas toutes les preuves de leur existence. 44 % des entreprises sont dans la clandestinité contre 56 % qui peuvent présenter soit un récépissé, soit une attestation d'inscription à un registre de commerce et n°IFU ou encore de certificats de licences d'entrepreneurs.

Le niveau de formalisation des entreprises culturelles est encore très faible. Même celles qui disposent de document officiel d'existence ou d'autorisation d'exercer ne bénéficient pas toutes d'infrastructure administrative et comptable requise. La preuve manquante est, entre autres, la question de plan d'action pour les associations et de plan d'affaires pour les entreprises.

2. Le cumul des fonctions et des filières

Plus de 5 % des entreprises cumulent plus d'une filière à la fois. En effet, nous avons rencontré quelques entreprises culturelles qui exercent leurs activités à la fois dans le *Livre*, le *Spectacle vivant* ; ou encore dans la *Musique* et le *Cinéma & l'audiovisuel*. Le graphique ci-dessous dépeint cette réalité qui pourrait évoluer au fur et à mesure que les entreprises s'engageront véritablement sur le chemin de la professionnalisation et de la spécialisation, d'une part et quand elles sortiront de leur précarité financière, d'autre part.

Tableau 35: Nombre de filières cumulées par les entreprises culturelles

Nombre de filières cumulées	***Effectif***	***Fréquence***
1 filière	996	94,9 %
2 filières	41	3,9 %
3 filières	8	0,8 %
4 filières	5	0,5 %
TOTAL	1050	100 %

Source : notre enquête de terrain, 2017

Presque toutes les entreprises conjuguent plus d'une fonction dans la chaine de production. Elles s'orientent vers une fonction ou une autre au gré des opportunités d'affaires ce qu'Antoine HENNION et Jean-Pierre VIGNOLLE avaient déjà noté pour la filière *Musique* en France, dont le marché est partagé entre oligopoles et une multitude de petites structures, selon la place dans la filière[216]. Nous verrons dans la deuxième partie comment en effet les acteurs burkinabè adoptent des comportements d'*homo economicus* face à la conjoncture et à l'incertitude du marché.

[216] Lire pour ce faire HENNION, Antoine, VIGNOLLE, Jean-Pierre, 1978. *L'oligopole et la fourmilière : l'économie du disque en France*. Paris: ENSMP.

Tableau 36: Nombre de maillons cumulés dans la chaine de valeur

Nombre de maillons	***Effectif***	***Fréquence***
Non réponse	787	75,0 %
[1-2]	140	13,3 %
[3-4]	102	9,7 %
[5-6]	17	1,6 %
[6 et plus]	4	0,4 %
TOTAL	1050	100 %

Source : notre enquête de terrain, 2017

3. Le plan d'affaires

Un nombre important d'entreprises culturelles naviguent à vue, sans plan d'action, ni plan d'affaires. L'étude a voulu savoir si les entreprises ont une culture de plan d'action ou de plan d'affaires. Le graphique ci-dessous montre que très peu (26 %) disposent d'un plan d'action ou plan d'affaires contre une majorité (74 %) qui n'en possède pas. Les raisons évoquées par les enquêtés sont diverses. Certains disent ne pas savoir ce que c'est qu'un plan d'action ou un plan d'affaires ; d'autres se posent des questions sur son utilité puisque depuis toujours, ils fonctionnent sans ce document ; d'autres avouent qu'ils fonctionnent au coup par coup et au gré des projets et des offres. Enfin, d'autres souhaitent en avoir mais disent n'avoir pas de compétences en la matière.

4. La taille de l'entreprise

D'abord, il faut noter que plus de la moitié (78 %) des enquêtés n'ont pas voulu nous communiquer les chiffres relatifs au nombre d'employés embauchés. Certains pour se couvrir des obligations sociales, tels les impôts et les cotisations à la CNSS. Le tableau ci-dessous illustre cette situation.

Sur ce nombre n'ayant pas déclaré, nous remarquons après croisement des informations, que c'est essentiellement les acteurs ayant un statut juridique du type *associatif* et évoluant surtout dans le *Spectacle vivant* qui sont concernés. En considérant les déclarations d'effectifs dans le tableau ci-dessous, globalement, les entreprises culturelles ont une faible capacité d'embauche.

Tableau 37: Taille de l'entreprise culturelle

TAILLE DE L'ENTREPRISE	Effectif	Fréquence
Non réponse	826	78,7 %
Moins de 5	53	5,0 %
De 5 à 10	20	1,9 %
De 11 à 20	32	3,0 %
De 21 à 25	25	2,4 %
De 26 à 30	18	1,7 %
De 31 à 35	27	2,6 %
De 36 à 40	9	0,9 %
De 41 à 45	11	1,0 %
De 46 à 50	15	1,4 %
Plus de 50	10	1,0 %
ND	4	0,4 %
TOTAL	**1050**	100 %

Source : notre enquête de terrain, 2017

En effet, 5 % des enquêtés ont la capacité d'employer ou emploient moins de cinq personnes, puis les chiffres décroissent au fur et à mesure avec le volume d'emplois.

Les conditions financières, d'une part et la faible structuration des entreprises, d'autre part, sont à nos yeux les premières raisons de cette faible capacité d'emploi. La filière du *Spectacle vivant* est cependant une des grandes employeuses d'emplois saisonniers.

5. Le financement des entreprises

a. Les fonds propres

Le financement des entreprises culturelles se fait essentiellement par des fonds propres. En effet, 89,9 % des entreprises financent par elles-mêmes les activités.

Ce qui, *a priori*, est souhaitable. Il est, en effet, préférable que les entreprises soient autonomes en termes de financement mais les entretiens ont montré que c'est plutôt l'absence de mécanisme de financement accessible et non une volonté de s'autofinancer qui est à l'origine de la situation. Donc, dans le cas précis, c'est vraiment à défaut que les fonds propres prennent plus de place que les autres sources possibles de financement. Cette réalité montre la vulnérabilité des entreprises.

b. Les fonds nationaux

Les fonds nationaux renvoient aux subventions accordées par État burkinabè et les collectivités territoriales aux entreprises et autres structures culturelles dans le cadre des politiques culturelles. Moins de 1 % des structures enquêtées disent recevoir une aide financière de l'État et de ses structures déconcentrées. À ce chiffre, il faut ajouter une partie des 9 % ayant déclaré recevoir des fonds de plus d'une source.

Cela veut dire qu'en plus des fonds propres une entreprise culturelle pourrait assurer son financement *via* des fonds octroyés par l'autorité publique, ou par des partenaires étrangers ou les deux à la fois.

c. Les fonds étrangers

Les fonds étrangers sont accordés aux entreprises culturelles par des ONG, résidant ou non sur le territoire national. Selon notre enquête de terrain, 0,5 % des acteurs bénéficient de cet appui. A ce chiffre, il faut bien entendu ajouter une partie des 9 % de ceux qui ont déclaré bénéficier de plusieurs fonds de sources différentes. Même avec cet ajout, ce type de financement reste faible face aux nombreux défis du secteur. Les conditionnalités imposées par les bailleurs de fonds, nous expliquent certaines acteurs, rendent inéligibles les nombreux acteurs culturels. Quand on sait que beaucoup de nos entreprises sont jeunes, non formalisées et ne disposent pas pour certains de papiers administratifs et de plan d'action pour d'autres, on comprend aisément que le soutien des bailleurs étrangers ne leur parvient pas. Mais ce n'est qu'un aspect de l'analyse. Car beaucoup déclarent ne pas savoir où se trouvent les fonds étrangers et comment monter un dossier de financement éligible.

6. Le chiffre d'affaires des entreprises culturelles

D'ailleurs, les chiffres d'affaires vont de 100 000 F CFA à 100 millions et traduit une situation de sous-financement des activités culturelles, même si beaucoup d'entre elles n'ont pas accepté de nous déclarer leurs chiffres.

Tableau 38: Cout et chiffre d'affaires des entreprises culturelles

COUT ET CHIFFRE D'AFFAIRES	Effectif	Fréquence
Non réponse	1019	97,0%
Moins de 10 0000	1	0,1%
De 10 0000 à 500 000	1	0,1 %
De 500 000 à 1 000 000	2	0,2 %
De 1 000 000 à 5 000 000	5	0,5 %
De 5 000 000 à 10 000 000	1	0,1 %
De 10 000 000 à 20 000 000	2	0,2 %
De 20000000 à 30 000 000	1	0,1 %
De 30 000 000 à 50 000 000	4	0,4 %
De 50 000 000 à 100 000 000	6	0,6 %
Plus de 100 000 000	5	0,5 %
ND	3	0,3 %
TOTAL	**1050**	**100 %**

Source : notre enquête de terrain, 2017

Ce que le tableau ci-dessus nous permet de lire, c'est bien la modicité des moyens financiers pour la plupart des entreprises. Cette situation est en partie expliquée par les sources de financements évoquées dans le paragraphe précédent.

Conclusion partielle 2

Le secteur de la culture, qui a traversé trois grandes périodes, a engrangé des acquis qui font la renommée actuelle et passée du Burkina Faso au plan culturel, même si on peut noter par moments des passages à vide caractérisés par des conjonctures économiques et sociopolitiques moins favorables.

La première, qui va de 1960 à 1980/1983, est caractérisée par une timide intervention des pouvoirs publics. La vie culturelle était alors animée par des associations, dont les plus dynamiques furent *l'Association voltaïque pour la culture africaine* (AVCA), créée en 1963, et le *Cercle des activités littéraires et artistiques de la Haute-Volta* (CALAHV), créé en 1966. La vision de l'époque était de promouvoir la culture locale et de défendre le patrimoine culturel, en vue d'affirmer l'identité du Voltaïque libre.

Restée l'ombre d'elle-même durant cette période, la culture a connu une instabilité institutionnelle, appendice des autres ministères tels que le ministère du Sport, de l'Éducation, de la Jeunesse, de l'Information, de la Communication, et même souvent rattachée à la présidence. C'est cette période qui verra naitre le FESPACO, le plus grand festival dédié au *Cinéma* sur le continent et également de façon indirecte, l'embryon du tissu industriel dans des secteurs autres que la culture.

La deuxième période, de 1980/1983 à 1991/2000, a représenté un tournant décisif pour le secteur de la culture. Le Burkina Faso s'est engagé dans une nouvelle expérience politique : la *Révolution démocratique et populaire* d'une part et le désengagement de l'État vis-à-vis des

secteurs dits non porteurs sous l'injonction des institutions de Brettons Woods, d'autre part. Dans la première décade de cette deuxième temporalité, le régime d'exception d'alors, conduit par le jeune capitaine Thomas Sankara, fut le premier à saisir l'importance de la culture, et à s'en servir comme d'une arme de bataille, d'un moyen de sensibilisation et de mobilisation des masses populaires pour un développement endogène.

C'est ce régime qui, le premier, a créé un ministère autonome de la culture et lui a assigné des orientations, qui ont été tracées dans le *Discours d'orientation politique* (DOP) du 2 octobre 1983. Un des faits marquants de cette période a été la création de la *Semaine nationale de la culture* (SNC), dont la première édition s'est déroulée à Ouagadougou, en décembre 1983.

Toutefois, c'est le séminaire de Matourkou, tenu les 29 et 30 avril 1985, sur le thème « *Voies et moyens pour la promotion d'une culture nationale* » qui marquera le début des grandes actions en faveur de la culture. Il en est ressorti que : *« La culture devrait être démocratique et populaire ».*

La deuxième décade de cette période, de 1991 à 2000, sonne la fin des régimes d'exception au Burkina Faso par l'élaboration et l'adoption de la Constitution, le 2 juin 1991. Certains acquis de la Révolution sont renforcés, d'autres se sont effilochés. Cette période ayant connu des ajustements structurels ce sont principalement les acteurs privés et les initiatives privées (suscitées par les périodes précédentes) qui vont maintenir la flamme de l'action culturelle sur l'ensemble du territoire, mais surtout à Ouagadougou, Bobo-Dioulasso et Koudougou. C'est aussi la période d'émergence d'entrepreneurs privés et l'engagement des associations culturelles dans le *Spectacle vivant.*

La dernière temporalité, qui court jusqu'à nos jours, est marquée par une première tentative de réflexion et d'élaboration d'une politique nationale de la culture et du tourisme. Les 18 et 19 octobre 2004, un séminaire va réunir les acteurs de la culture et du tourisme pour valider le projet de la politique culturelle et touristique, adoptée en Conseil des ministres le 11 mai 2005. La deuxième tentative en 2008, va permettre de définir la *Politique nationale de la culture* (PNC) qui, dans la forme et le fond, semble la meilleure et la plus élaborée. Elle est axée notamment sur le développement économique et social, avec une emphase sur les industries culturelles et créatives.

On peut comprendre que le Burkina Faso a connu et continue de connaitre une évolution lente mais constante dans le développement de ses industries culturelles et créatives. Il dispose aujourd'hui d'un minimum de facteurs favorables pour l'émergence d'industries culturelles.

Conclusion générale de la partie 1

Pendant longtemps et encore aujourd'hui, les paradigmes de développement ont valorisé les axes traditionnels que sont la santé, l'éducation, les infrastructures. À côté de ces paradigmes, la culture s'est faufilée dans sa capacité révélée par les industries culturelles, non seulement de donner à l'individu de se sentir en harmonie au sein de sa communauté, de disposer de repères pour savoir comment se situer et de se comporter par rapport à ceux qui l'entourent, mais aussi de créer de la richesse et des emplois, et de sauvegarder la diversité des expressions culturelles. Dans sa quête de développement, après plusieurs décennies sans y parvenir comme souhaité, le Burkina Faso a intensifié son discours sur l'apport de la culture au développement socioéconomique, ces dix dernières années.

Les discours et les pratiques tous azimuts se sont inscrits dans des temporalités progressives et dans des contextes sociopolitiques et économiques tantôt favorables, tantôt contraignants. C'est ainsi qu'aujourd'hui, on reconnait que le développement des industries culturelles est encore embryonnaire et a encore beaucoup de défis à relever. Parmi ces défis, la question des filières, dans le sens de l'organisation de la production, est essentielle. Aussi, la question des acteurs qui animent le secteur est primordiale dans le sens des stratégies en lien avec la formation, le financement, la gouvernance, l'organisation et la structuration.

Recherches sur les industries culturelles au Burkina Faso

Peu de recherches se sont intéressées à la production industrielle et à la circulation des biens culturels au Burkina Faso et même dans la sous-région ouest africaine. Nous n'avons pas de travaux significatifs sur l'analyse des enjeux des industries culturelles et créatives, hormis les séries de rapports émanant de l'administration culturelle, des associations et organisations non gouvernementales et surtout des organisations internationales comme l'UNESCO, l'OIF, l'UE-ACP. Il existe peu de recherches académiques, sinon aucune, sur les industries culturelles au Burkina Faso[217] et les motivations de cette thèse s'inscrivent dans ce défi à relever en suscitant des pistes de recherches possibles par un questionnement de base et la description de données empiriques sur l'ensemble des filières culturelles.

Les enjeux des industries culturelles pour un pays comme le Burkina Faso

Les questions culturelles, et les enjeux qui vont avec, sont des questions reléguées au second rang des préoccupations. Les préoccupations politiquement correctes sont la santé, l'éducation, les infrastructures, l'énergie, l'agriculture et récemment la sécurité. Or, quand on analyse bien, ce sont toutes des questions qui renvoient *« au cœur de ce que nous sommes et de ce que nous voulons être : notre identité, notre vision du monde, notre manière d'imaginer le réel, de rêver les possibles et donc de féconder de nouvelles politiques ».*[218]

Enjeux politiques

Depuis les indépendances, le pays s'est saisi de la culture pour s'affirmer et assurer sa survie politique, son rayonnement international et son respect des engagements internationaux.
La mondialisation, avec son corollaire de la standardisation des normes, des valeurs résonne comme un tocsin pour alerter des dangers potentiels pour les peuples et nations économiquement fragiles comme le Burkina Faso. La préservation de l'identité culturelle est un enjeu de survie, en raison de l'invasion des produits culturels du Nord et surtout, des faibles capacités de production et de diffusion des produits culturels locaux. Cette question a été cernée

217 Rappelons le travail précurseur de ALLEMAN, Marie-Lise, d'ALMEIDA, Francisco Ayi, MIEGE, Bernard, WALLON, Dominique (2004), *Les industries culturelles des pays du sud, enjeux du projet de convention internationale sur la diversité culturelle*, Paris, OIF, agence.francophonie.org/diversiteculturelle/fichiers/aif_etude_ALMEIDA_ALLEMAN_2004.pdf. Et plus récemment, la soutenance de thèse d'Émile ZIDA : ZIDA, Raguidissida, Émile (2018), *Les industries culturelles dans les pays d'Afrique subsaharienne : le cas du Burkina Faso*, Université Grenoble Alpes, 2 mars 2018.
218 Propos de l'artiste-comédien de théâtre Etienne MINOUNGOU. Cf. MINOUNGOU, Etienne, et Mahamadé SAVADOGO. 2015. *Gouverner pour et par la culture*. Ouagadougou, Burkina Faso: Découvertes du Burkina.

par l'UNESCO à travers le concept de diversité culturelle. Et depuis, des États comme le Burkina Faso se sont approprié le concept et en font un enjeu politique majeur. Il y a comme un repli identitaire, soutenu par la peur de se perdre dans un monde globalisé et donc disparaitre littéralement.

Développer les industries culturelles, pensent beaucoup d'acteurs, c'est assurer son avenir identitaire et son droit à la différence.

> *« Il faut comprendre que nous devons résolument bâtir notre développement sur nos identités propres et notre vie (milieu) et cela pas avec des mots, pas avec des vestes, pas avec des postures en croix...et pas seulement selon les opportunités du moment ni pour une génération. Les blancs ont créé le chauffage, l'électricité parce qu'ils ont voulu améliorer sur des réalités qu'ils vivaient. Imaginons l'Afrique courant au chauffage parce qu'il y a des financements à prendre...Il faut que nous bâtissons sur notre plus-value. Notre culture qui reste l'une des plus humanistes encore »*, FiAc 58.

En plus de sauvegarder son identité dans la diversité des *manières de penser, de sentir et d'agir*, le Burkina Faso travaille, *via* les industries culturelles, à son rayonnement international. Son leadership culturel est assuré depuis quelques années grâce, notamment, à l'organisation du FESPACO, du SIAO et de la *Semaine nationale de la culture*, d'une part et grâce à sa production audiovisuelle dans la catégorie des séries télévisées, d'autre part. Toutes ces initiatives et événements culturels attirent des artistes, des touristes et visiteurs nationaux et étrangers et procurent des devises importantes au pays et, par conséquent, confirment le leadership du pays en matière de culture.

Les enjeux politiques touchent par ailleurs aux engagements pris par le Burkina Faso vis-à-vis de la communauté internationale. En effet, le pays a ratifié la plupart des conventions et accords internationaux, dont la *Convention de 2005* de l'UNESCO qui donne la latitude aux États parties de prendre librement des mesures assurant la protection et le développement de leur secteur culturel ainsi que le développement des industries culturelles.

En plus des enjeux politiques, le développement des industries culturelles présente des enjeux sociaux qui touchent presque tous les aspects de la vie en société et qui s'analysent avec *l'air du temps*.

Enjeux sociaux

Le développement du secteur culturel, en général et celui des industries culturelles, en particulier comporte des enjeux sociaux importants, relatifs notamment à la cohésion sociale et à la paix, à l'éducation à la citoyenneté et à la régulation sociale.

La culture est le socle de la cohésion sociale et de la paix au Burkina Faso. Les identités culturelles fondent les valeurs et les référents des individus et des groupes sociaux et constituent un facteur important de régulation sociale. La culture, de ce point de vue, est un enjeu déterminant de cohésion sociale, de paix et de développement durable à travers les divers mécanismes traditionnels de régulation sociale. Le peuplement du Burkina Faso représente la somme d'une soixantaine d'ethnies qui cohabitent en bonne intelligence, notamment grâce aux mécanismes culturels comme la *Parenté à plaisanterie*[219], les alliances à plaisanterie et autres joutes oratoires qui se manifestent lors des fêtes, des crises et conflits circonstanciels. Certains analystes pensent que, si le Burkina Faso malgré la pluralité ethnique n'a pas (encore) connu de guerre ethnique, cela est dû à l'intelligence des mécanismes traditionnels et l'esprit de tolérance forgé par la culture.

Pour mobiliser les couches sociales à l'effort de développement des pays du Sud, l'action culturelle agit en ce sens comme moyen d'information et d'éducation et comme vecteur d'expression et d'affirmation des individus, notamment les catégories les plus faibles. Avec des politiques publiques prenant en compte les minorités, chaque citoyen peut se sentir concerné par les grands chantiers de développement. Le développement des industries culturelles peut donc réduire les inégalités et engager tout le monde, sans exception, dans la manifestation des savoirs et des savoir-faire endogènes.

Enjeux économiques

Sur le plan économique, du fait de son caractère transversal dans les différents secteurs de l'économie, la culture est un important facteur de dynamisation de l'économie nationale, à travers sa participation à la création de revenus et d'emplois, ainsi qu'à l'entrée de devises.

Longtemps dans le pays, la culture n'avait pas été suffisamment planifiée comme aujourd'hui. L'avènement des industries culturelles a facilité la prise en compte de la culture dans les référentiels de développement. D'abord dans la SCADD, puis dans le PNDES. En effet, la contribution du secteur de la culture à la formation du revenu national est réelle. En 2009, la

[219] Cf. le classique de MAUSS M., « Parenté à plaisanterie », in *Ecole Pratique des Hautes Etudes* (EPHE), Section des Sciences religieuses, annuaire, Paris, 1927-1928, pp.3-21 ou encore TALL Sékou, « Les alliances cathartiques (parenté à plaisanterie) », in *Tradition et modernité*, n° 04, Juillet 1996, p. 8 ; SESSOUMA Dramane, « Les parentés à plaisanterie », in *Regard*, n° 37 du 21 au 27 juin 1993, pp8-11 ; SISSAO Alain Joseph, « Alliances et parentés à plaisanterie au Burkina Faso, mécanismes de fonctionnement et avenir », *Sankofa & Gurli*, novembre 2002, 188p ; BADINI Amadé, « Les relations de parenté à plaisanterie : éléments des mécanismes de régulation sociale et principe de résolution des conflits sociaux au Burkina Faso » in *Le Burkina Faso entre révolution et démocratie (1983-1993)*, l'Harmattan, Paris, p. 109. LALLEMAND, S., « Relations à plaisanterie, relations froides » in *Une famille mossi*, Paris-Ouagadougou, CNRST, Recherches Voltaïques 17, 1997, pp. 269-294.

valeur ajoutée dégagée par les filières culturelles est estimée à 79,667 milliards de francs CFA[220], soit 2,02 % du Produit intérieur brut (PIB) réalisé au cours de la période.
Par ailleurs, la création d'emplois et la réduction du chômage sont des objectifs-clés des politiques publiques actuelles. Les activités culturelles au Burkina Faso emploient un nombre relativement important de personnes. En effet, 164 592 personnes, représentant 1,78 % des actifs occupés en 2009, ont un emploi dans le domaine de la culture. Cela fait du secteur un levier de promotion d'une croissance telle que prévue dans la SCADD, en raison du poids important du secteur informel dans le secteur de la culture.

Beaucoup d'acteurs croient en la capacité économique des industries culturelles. L'extrait suivant est représentatif de ce que nous avons entendu assez de fois lors de l'enquête de terrain.

> *« Les industries culturelles sont l'incontournable voie pour que la culture joue pleinement le rôle de moteur de l'économie et du développement qu'on lui assigne théoriquement. En prendre conscience le plus tôt et y consacrer des efforts et moyens qu'il faut éviter à notre pays de rater un rendez-vous déterminant dans le processus de son développement tout court. Les acteurs du secteur ont un rôle primordial à jouer pour l'avènement de cette prise de conscience et la lutte permanente pour faire des industries culturelles un fleuron de l'économie de notre pays », FiAc 93.*

Si les enjeux sont ainsi perçus, qu'en est-il alors des défis à relever pour affirmer ces enjeux-là ? Un état des lieux qui expose les forces et les faiblesses et révèle les particularités des industries culturelles au Burkina Faso.

Cette partie a aussi fait l'état des lieux du développement des industries culturelles et créatives en adoptant une démarche sociohistorique. De cet état des lieux, nous pouvons retenir que la longue marche des industries culturelles a connu quatre temporalités essentielles, avec des sous-temporalités qui renvoient à l'évolution des politiques publiques culturelles. De ces quatre temporalités, il a été reconnu que c'est au tournant des années 2000 que les discours et les actes ont fait émerger les industries culturelles et que c'est véritablement à partir de l'année 2010 que la dynamique des industries culturelles est la plus perceptible.

Cet état des lieux a permis de comprendre les perceptions des acteurs sur le développement des industries culturelles. Ces dernières sont perçues diversement par les acteurs culturels, les consommateurs, les décideurs… Mais globalement, l'on perçoit beaucoup d'attentes vis-à-vis de ce que certains estiment être le « *nouveau modèle de développement* ». Beaucoup de nos

[220] En rappel, 1 € est égal à 655,957 F CFA.

enquêtés attendent des industries culturelles création de richesses et d'emplois pour les jeunes ; d'autres voient en elles une menace pour la création, redoutant les habitudes du capitaliste.

Spécificités des industries culturelles au Burkina Faso et en Afrique de l'Ouest francophone

Cet état des lieux a montré les caractéristiques des industries culturelles dans le *pays des Hommes intègres*. Elles sont, rappelons-le, caractérisées par l'informel et la faiblesse des financements et des investissements. Elles évoluent également dans un environnement juridique bien étoffé, mais sans effet sur les pratiques quotidiennes, faute d'application et de respect des dispositifs juridiques et règlementaires. L'État peine à consacrer un budget conséquent à la culture et au développement des industries culturelles (pendant longtemps la barre de 1 % est difficile à franchir) ; les actions viennent beaucoup plus du secteur privé et de la coopération bilatérale et multilatérale que de l'État central, même si les efforts sont consentis de façon progressive. L'économie informelle et la circulation des œuvres piratées d'une part, l'absence de statistiques fiables sur les industries culturelles (quand les données existent, il est difficile de vérifier leur fiabilité), d'autre part, font de notre objet d'étude un objet mal instruit et peu connu.

Au terme de la première partie de notre travail, les spécificités des industries culturelles au Burkina Faso sont à prendre en considération si nous voulons davantage développer les filières. Penser les industries culturelles dans une perspective homogène avec celles du reste du monde et même avec celles de la région, c'est réduire les solutions à apporter aux seules questions de financement et d'infrastructures. Aussi, l'homogénéité des problèmes des filières laisse croire qu'elles ont besoin des mêmes solutions.

DEUXIÈME PARTIE

Les industries culturelles au Burkina Faso : des filières porteuses mais en tension (cinéma, audiovisuel et musique)

Partie 2 : Les industries culturelles au Burkina Faso : des filières porteuses mais en tension (cinéma, audiovisuel et musique)

Introduction générale de la partie 2

La deuxième partie décrit et analyse les filières des industries culturelles pour comprendre leur organisation et leur niveau de structuration actuelle et en dégager les stratégies des acteurs. La partie passera en revue la chaine de valeur des filières culturelles industrielles, en faisant ressortir les forces et les faiblesses des maillons de la chaine et en analysant l'environnement global qui les caractérise en propre. Il sera question par ailleurs de s'interroger sur les stratégies de conquête des différents marchés dans un contexte particulièrement difficile et dominé par les géants mondiaux. De cette analyse, nous percevrons des attitudes qui font allusion au mimétisme, souvent à l'adaptation mais rarement au pragmatisme.

Nous serons emmené, en abordant une filière, à revenir sur l'environnement ou les dispositifs spécifiques (tant sur le plan juridique, institutionnel que financier) pour cerner les défis et les enjeux du développement de ladite filière culturelle.

Le chapitre 3 est consacré à la filière du cinéma et de l'audiovisuel caractérisée par de nombreux paradoxes : le Burkina Faso est l'un des premiers après les indépendances à développer quelques maillons fondamentaux de la chaine de valeur du cinéma et de l'audiovisuel notamment en créant une école de formation professionnelle consacrée aux métiers du cinéma et de l'audiovisuel (INAFEC) ; c'est aussi le pays du FESPACO ; ce festival emblématique dédié tout entier au cinéma africain et qui est à l'image du festival de Canne. Les acteurs ont donc eu toutes les attentions du monde jusqu'à ce que la crise s'installe progressivement. La filière connait une crise relative de production, de distribution et de diffusion des œuvres cinématographiques. L'industrie du cinéma n'a pas pu s'affranchir des problèmes de financement et de formation. Des pays comme le Maroc, la Tunisie et le Nigéria pour ne citer que ces pays ont écrit en lettres d'or leur nom dans l'histoire du cinéma africain. C'est donc comprendre la marche faite de hauts et de bas de la filière *Cinéma et audiovisuel* qui va prendre une partie du chapitre avant de s'intéresser aux questions de marché et d'économie de cette filière.

Le chapitre 4, quant à lui, aborde la filière de la *Musique enregistrée* qui était dans un passé récent la filière la plus en vue mais qui, entre-temps, fut secouée par la crise dite crise du disque. Depuis lors, certains ont du mal à se refaire et d'autres viennent juste d'arriver dans le champ avec de nouvelles ambitions mais confrontés aux mêmes problèmes de rentabilité, donc de marché.

La conclusion de la deuxième partie posera de façon prescriptive (en lien avec l'engagement professionnel qui est le nôtre) les conditions pour un développement optimal des filières culturelles en Afrique au Sud du Sahara en général et au Burkina Faso en particulier. Il s'agit de reconsidérer les nouveaux défis notamment les défis du numérique pour imaginer les stratégies qui vaillent la peine d'être mises en œuvre.

Chapitre 3 :
La filière *Cinéma et audiovisuel :* vers une intégration des logiques et des moyens de production

Introduction

Le chapitre 3 décrit et analyse la filière audiovisuelle constituée de trois (sous) filières qui s'interpénètrent : celle du cinéma, de la télévision et de la vidéo. Une intrication dans les modes de diffusion fait que certains produits, notamment ceux du cinéma, parcourent l'ensemble des trois (sous) filières. L'arrimage des deux, cinéma et audiovisuel, est fait à dessein, puisque les modalités de production et de fonctionnement des deux sont tellement imbriquées que leurs frontières poreuses ne tiennent qu'à des nuances.

Le développement du cinéma et de l'audiovisuel au Burkina Faso fait partie, depuis les Indépendances, d'une des premières préoccupations des leaders politiques. On se rappellera que la réalisation du premier film burkinabè, en 1960, a été suivie par la création de la Télévision nationale en 1963 et les premiers pas du Festival panafricain du *cinéma et de la télévision de Ouagadougou* (FESPACO) en 1969. Cette dynamique a motivé l'État burkinabè à engager une politique de promotion et de développement de l'activité cinématographique et audiovisuelle, à travers la construction d'infrastructures de production et de diffusion, l'acquisition d'équipements, d'une part, le développement de la formation professionnelle et l'appui à la création, d'autre part.

La chaine de valeur production - distribution - exploitation du cinéma burkinabè, qui était relativement bien structurée, a joué un rôle prépondérant dans la mise en place, dans les années 1980, des cinématographies de l'Afrique de l'Ouest et de bien d'autres structures à vocation panafricaine, comme la FEPACI (1985). Depuis cette période, on a assisté à l'émergence de plusieurs cinéastes au niveau national, comme au niveau sous régional et africain. Dans le même temps, résultant d'une politique volontariste, le FESPACO a confirmé son leadership sur le continent, fixant Ouagadougou comme « *la capitale du cinéma africain* ».

La filière *Cinéma et audiovisuel* est quasiment complète au Burkina Faso, même si un certain nombre de maillons, comme la distribution et l'exploitation, sont (ou sont redevenues) très faibles aujourd'hui.

Dans un premier temps, le chapitre va relever les enjeux liés au développement de la filière *Cinéma et audiovisuel* au Burkina Faso ; puis, une description du fonctionnement et de l'organisation de ladite filière à travers les acteurs sera opérée. Dans un second temps, il sera question d'analyser les produits audiovisuels en lien avec le marché actuel et possible, d'une part et les stratégies de mise en marché desdits produits, d'autre part. Enfin, nous ferons une analyse de la filière en termes de forces et de faiblesses qui lui sont intrinsèques, pour, *in fine*, proposer des pistes de développement d'une industrie du cinéma et de l'audiovisuel.
Méthodologiquement, le présent travail s'appuie sur des données de terrain (y compris les rapports des services techniques du ministère de la Culture) et des publications scientifiques. Il se nourrit parallèlement d'incursions complémentaires dans d'autres ouvrages structurants de la filière *Cinéma et audiovisuel*.

I. Les enjeux de la filière *Cinéma et audiovisuel* au Burkina Faso

Le rôle que beaucoup qualifient de prépondérant, joué par le Burkina Faso dans le processus d'émergence d'une cinématographie africaine, relève du paradoxe, voire de l'énigme. Rien ne prédisposait en effet le pays à jouer un tel rôle ; ce qui a conduit les participants des *États généraux du cinéma burkinabè*[221] à s'interroger sur « *la part de hasard, la part de la nécessité et des accidents de l'histoire, la part des hommes et du genre national dans cette aventure ?*»[222]
Tenue en 1969, la première semaine du cinéma africain à Ouagadougou va, trois ans plus tard, donner naissance au FESPACO qui fait aujourd'hui la fierté des Burkinabè et des Africains

[221] États *généraux sur le cinéma burkinabè*, tenus du 29 juillet au 1er août 1997, à Ouagadougou.
[222] Ministère de la Communication et de la Culture, *États généraux du cinéma burkinabè. Rapport introductif*, MCC 1997, Ouagadougou.

sans distinction. D'autres actions, plus ou moins marquantes, vont venir, au-delà du FESPACO, conforter la position et les choix du Burkina Faso, vis-à-vis de l'art cinématographique et de l'audiovisuel.

A. Les enjeux politiques du cinéma et de l'audiovisuel

À la proclamation de l'Indépendance de la Haute-Volta (actuel Burkina Faso) le 5 août 1960, les autorités politiques ont pris conscience de l'importance et du rôle du cinéma dans le développement socioéconomique du pays. Cette prise de conscience s'est traduite par plusieurs actions. La création du *Service du cinéma* au sein de la *Direction générale de l'information et de la presse écrite* en 1960 ; la création de la Télévision nationale en 1963 ; la nationalisation de la distribution et de l'exploitation cinématographiques en 1970 ; la création du *Fonds de promotion et d'extension de l'activité cinématographique* en 1970 ; l'institutionnalisation du FESPACO en 1972 ; la création de l'INAFEC (Institut africain d'études cinématographiques) en 1976 ; l'adoption des textes réglementaires sur les activités cinématographiques et audiovisuelles de 1991 à 2013.

Ces acquis ont contribué à faire du Burkina Faso un pays de référence du cinéma africain ; une position privilégiée qui s'est consolidée, non seulement avec le volume croissant de production de films de divers genres, mais aussi et surtout, avec l'organisation régulière des éditions de la biennale du *Festival panafricain du cinéma et de la télévision de Ouagadougou*.

L'enjeu politique est omniprésent depuis les Indépendances à nos jours et aucun acteur ne s'en cache. La capacité du cinéma et de la télévision à construire une identité nationale par des images de soi a vite fait du cinéma et de la télévision des instruments politiques. Cette réalité était partagée aussi bien par les politiques que par les cinéastes. Ces derniers se sont vus investis de la mission de sensibiliser, d'éduquer, de promouvoir et d'être, en quelque sorte, des porte-voix des jeunes États au reste du monde. Aujourd'hui encore, avec la montée de la mondialisation, les acteurs d'une certaine génération voient se renouveler la mission jadis, confiée aux cinéastes des années 1960. Exister par l'image et le son reste alors une préoccupation tant pour les politiques que pour les créateurs. Les thématiques des différentes éditions du FESPACO qui se sont succédé en disent davantage sur les enjeux politiques de la filière.

L'enjeu reste donc total et il s'agit moins aujourd'hui de savoir comment produire un film que de maitriser les contraintes ou exigences du marché mondial du cinéma.

Tableau 39: Les thématiques du FESPACO au fil des éditions

Année et édition	Thématique
1973-4e édition	Le rôle du cinéma dans l'éveil d'une conscience de civilisation noire
1976-5e édition	Le cinéaste africain du futur : implication éducative
1979-6e édition	Le rôle du critique du film africain
1981-7e édition	La production et la distribution
1983-8e édition	Le cinéaste africain face à son public
1985-9e édition	Cinéma et libération des peuples
1987-10e édition	Cinéma et identité culturelle
1989-11e édition	Cinéma et développement économique
1991-12e édition	inéma et environnement
1993-13e édition	Cinéma et libertés
1995-14e édition	Cinéma et histoire de l'Afrique
1997-15e édition	Cinéma, enfance et jeunesse
1999-16e édition	Cinéma et circuits de distribution en Afrique
2001-17e édition	Cinéma et nouvelles technologies
2003-18e édition	Le comédien dans la création et la promotion du film africain
2005-19e édition	Formation et enjeux de la professionnalisation
2007-20e édition	Cinéma africain et diversité culturelle
2009-21e édition	Cinéma africain, tourisme et patrimoines culturels
2011-22e édition	Cinéma africain et marché
2013-23e édition	Cinéma africain et politiques publiques
2015-24e édition	Cinéma africain : production et diffusion à l'ère du numérique
2017-25e édition	Formation et métiers du cinéma et de l'audiovisuel

Source : notre enquête de terrain, 2017

B. Les enjeux sociaux et culturels

Le cinéma et l'audiovisuel confèrent au Burkina Faso un certain rayonnement régional, voire international. C'est une filière sensible pour le pays, dont le développement s'est appuyé, entre autres, sur l'évolution rapide du paysage médiatique et sur la volonté des acteurs publics et privés de promouvoir le 7e art.

La diffusion de nombreux films et séries burkinabè sur les chaînes internationales, ainsi que l'organisation d'événementiels comme le Festival panafricain du cinéma et de la télévision de Ouagadougou, et l'organisation des *Journées cinématographiques de la femme africaine* (JCFA) ont permis de conforter l'image d'un « *pays de cinéma* ».

Aujourd'hui comme hier, l'enjeu culturel est un enjeu majeur pour le Burkina Faso, car il s'agit de défendre un art, une écriture de l'histoire, une façon de voir le monde par les yeux des réalisateurs, des techniciens et des comédiens du cinéma. L'enjeu est également en lien avec le contexte global, accentué, d'une part par l'ouverture du marché du cinéma dans lequel

marché le Burkina Faso peine à trouver sa place et d'autre part, par les mutations intrinsèques aux métiers de cinéma, impulsées du reste par l'irruption du numérique et de l'Internet dans le secteur du cinéma. Il est vrai, les opinions et les discours des acteurs sont dichotomiques sur la question des enjeux culturels et sociaux mais il n'en demeure pas moins que ceux-là constituent une réalité à reconsidérer pour le développement de la filière. Les opinions oscillent en effet entre catastrophisme et enchantement. Soutenus par les institutions supranationales, beaucoup d'acteurs ont cultivé, ou cultivent encore, une vision plutôt enchantée ; ils perçoivent une opportunité d'exister, de créer et de vendre, surtout avec la notion à la mode de « *diversité culturelle* » dont la dimension polysémique autorise l'érection au niveau d'un fanal totémique[223]. Aujourd'hui si beaucoup de personnes font des films (sans jugement sur leur qualité), cela est en partie dû aux facilités techniques qu'offre entre autres le numérique, l'investissement des femmes sur ce terrain en étant l'une des conséquences emblématiques.[224] Le catastrophisme perçu par d'autres acteurs est en lien avec l'art de faire le cinéma ou la vidéo, en perte de vitesse avec le numérique. Tout laisse à croire que finalement chacun peut se prévaloir du titre de cinéaste et de reporter d'images. Le catastrophisme évoqué est, par ailleurs, souvent en lien avec l'attitude monopolitiste des grandes firmes mondiales, écrasant littéralement les petites entreprises de cinéma et de télévision par leurs productions et leur budget publicitaire énorme.[225]

---

223 Lire MATTELART, Armand (2005), « Bataille à l'UNESCO sur la diversité culturelle », *Le Monde Diplomatique*, octobre ; MIÈGE, Bernard (2011) « La question des industries culturelles impliquées par/dans la diversité culturelle » dans Actes du colloque *Systèmes Informatiques et Gestion de l'Environnement* (SIGE), Douala, Cameroun, 2006, p. 75-81, repris dans *Les Enjeux de l'Information et de la Communication* [en ligne], 2006, mis à jour 14 août 2011. w3.u-grenoble3.fr/les.../Actes%20de%20Douala-Miege-pp75-81.html ; CABEDOCHE, Bertrand (2013), « L'inscription du cinéma documentaire en Afrique dans le champ des sciences humaines et sociales », préface pp. 17-44, in Delphe KIFOUANI et François FRONTY (dir.), *La diversité du documentaire de création en Afrique*, Paris, L'Harmattan et CABEDOCHE, Bertrand (2013), « Diversité culturelle et régulation : des convocations terminologiques historiquement et politiquement délicates », pp. 53-68, in Jamal Eddine NAJI et Yves THÉORÊT(dir.), *Réflexions sur les diversités mondiales*, (Orbicom, Unesco et HACA), Casablanca, Les éditions maghrébines Aïn Sebaâ. Vidéo : http://orbicom.ca/fr/archives/188-morocco-2013-videos.html.

224 CABEDOCHE, Bertrand (2012), « Femmes et patrimoine culturel immatériel : l'expérience du film documentaire de création en Afrique sub-saharienne », pp. 107-120, in *Études interculturelles*, Grecirea, 5/2012, tome 2, et http://www.grecirea.net/textes/17Bertrand12.html ; ELLERSON, Beti (2015), « Cinémas documentaires en Afrique au féminin », in François, FRONTY, Delphe KIFOUANI, *La diversité du documentaire de création en Afrique*, Paris, L'Harmattan (Coll. "Images plurielles"). JEDLOWSKI, Alessandro (2015), "The Women Behind the Camera : Female Entrepreneurship in the Southern Nigerian Video Film Industry", pp. 245-263, in Ute RÖSHENTHALER, Dorothea SCHULZ(eds), *Cultural Entrepreneurship in Africa*, New York, London, Routledge.

225 Armand MATTELART a fait un état en 1984, cf. MATTELART, Armand, MATTELART, Michèle et DELCOURT, Xavier (1984), *La culture contre la démocratie ? L'audiovisuel à l'heure transnationale*, Paris, La Découverte, 1984 (« Cahiers libres), pp. 164 et s.

Donc, l'enjeu que présente la filière C*inéma et audiovisuel* est la restauration d'une image de soi et la formulation d'une réponse adéquate à une demande de plus en plus forte d'images puisées dans le patrimoine national et porteuses de sens, de valeurs partagées. C'est la condition indispensable pour éviter d'être condamné à consommer les images, les écrits et les musiques des autres.

C. Les enjeux économiques

L'étude d'impact du secteur de la culture sur le développement économique et social montre que la filière C*inéma et audiovisuel* contribue à créer des emplois (7 996 emplois en 2009) et des richesses (0,09 % du PIB en 2009).

Au Burkina Faso, plusieurs rapports conduits dans le cadre de la politique de relance de la filière du *Cinéma et de l'audiovisuel* ont suffisamment démontré que celle-ci constitue un puissant facteur de développement, malgré la faiblesse relative de sa capacité à créer des richesses, au même titre que pour certaines nations du cinéma comme la France, l'Inde, les États-Unis, l'Afrique du Sud, le Nigéria, le Maroc, la Tunisie… Il y a là un enjeu économique et financier, malgré toutes les difficultés que la filière rencontre de nos jours.

Au sein des huit États membres de l'Union économique et monétaire Ouest-africaine (UEMOA), dont le Burkina Faso, le chiffre d'affaires direct du secteur de l'image était estimé, en 2002, à 50 milliards de francs CFA[226] avec des emplois de l'ordre de 8 000 à 16 000 personnes (UEMOA 2004). L'importance économique de la filière dans cet espace communautaire est certes, modeste, mais le marché est en croissance.

L'enjeu économique fait immédiatement penser à la piraterie ou aux produits audiovisuels contrefaits. Avec l'avènement de la vidéo, la consommation des produits audiovisuels s'est tournée vers les œuvres contrefaites, moins chères, au détriment des œuvres originales, de bonne qualité technique mais plus couteuses. Le numérique est venu accélérer les modes de consommation individualisée et le recours aux téléchargements illégaux. On estime au Burkina Faso à 90 % d'œuvres piratées, tant dans le domaine du cinéma que de la musique enregistrée.

En somme, il s'agit aujourd'hui de reconnaitre que les enjeux liés au développement de la filière *Cinéma et audiovisuel* sont autant politique, socioculturel qu'économique, voire financier. La loi n°047-2004/AN portant loi d'orientation du C*inéma et de l'audiovisuel* réaffirme en son article 4 l'essentiel de ces enjeux. L'article dit en effet que l'activité cinématographique et audiovisuelle au Burkina Faso a pour finalité de produire des films artistiques, éducatifs et

[226] Rappel, 1 € est égal à 655,957 F CFA.

commerciaux ; de contribuer à la création de richesses nationales par la production, l'exploitation et la commercialisation des produits et services du cinéma et de l'audiovisuel ; de maintenir la position du Burkina Faso comme pays de référence du cinéma africain ; de promouvoir une culture ancrée dans les valeurs du terroir national et ouverte sur le monde ; de sensibiliser les citoyens au sens de l'unité nationale et de la démocratie ; de développer l'esprit de solidarité, de justice, de tolérance, de paix et de civisme.

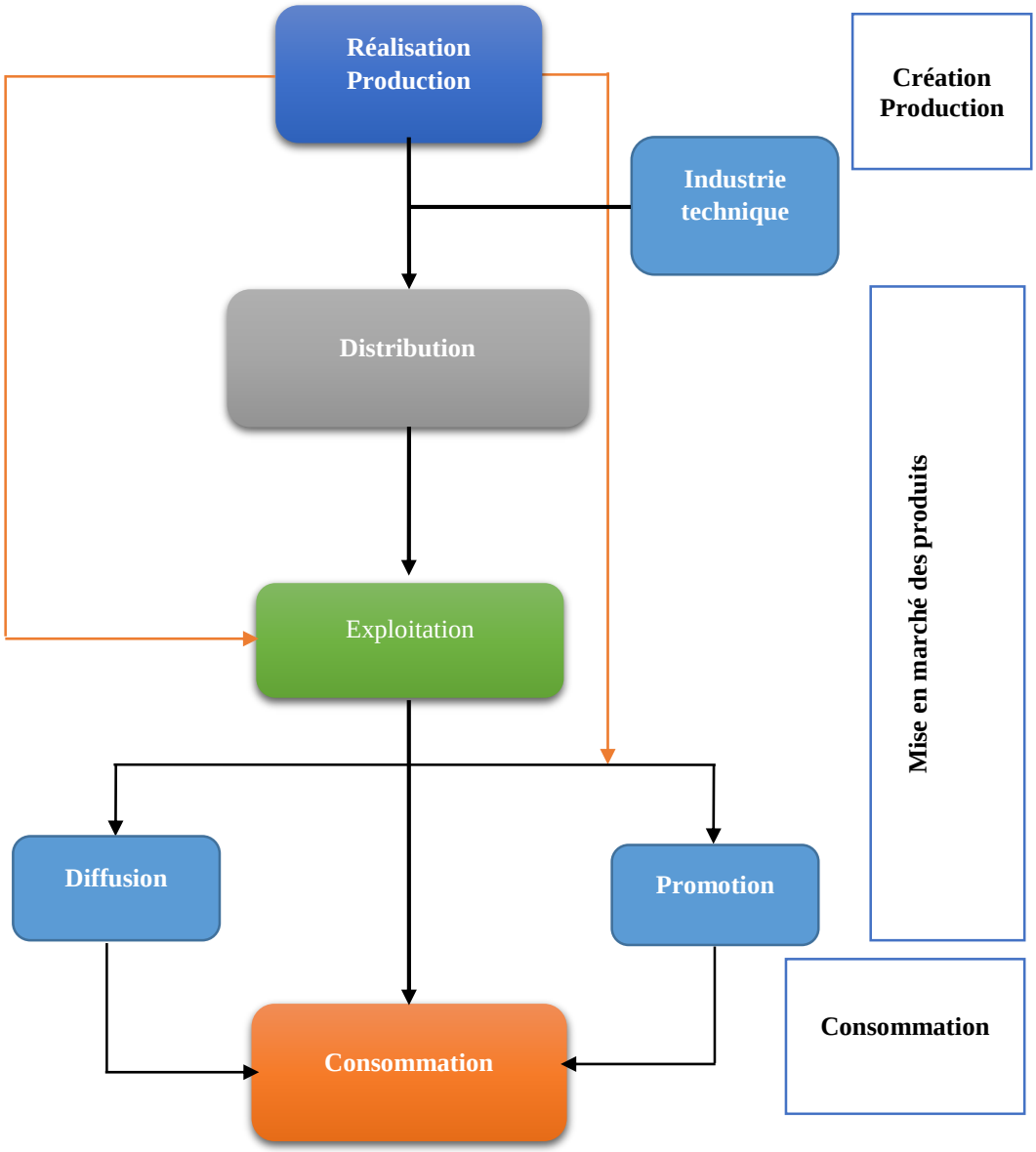
Ces missions, confiées à l'image et au son en tant que vecteur de communication, d'éducation et de promotion culturelle, font du cinéma et de l'audiovisuel une priorité politique nationale.

Une meilleure structuration et organisation de la filière pourrait faire du Burkina Faso un pays leader en production, en commercialisation et consommation des produits du cinéma.

II. Organisation et fonctionnement de la filière cinéma & audiovisuel

Les différents maillons de la filière que sont la création, la production-post production, la commercialisation (la distribution-diffusion-exploitation-promotion) et la consommation sont globalement confrontés à des défis multiples, tant le secteur a connu des changements profonds et les acteurs se présentent en perpétuel renouvellement. Une analyse des différents maillons constitutifs de la filière permet d'avoir une idée du fonctionnement et de l'organisation du cinéma et de l'audiovisuel au Burkina Faso. De cette description de la chaine de valeur va découler l'analyse des contraintes et opportunités liées au développement de l'industrie du *Cinéma et de l'audiovisuel*.

Figure 6: La chaine de valeur de la filière Cinéma et audiovisuel



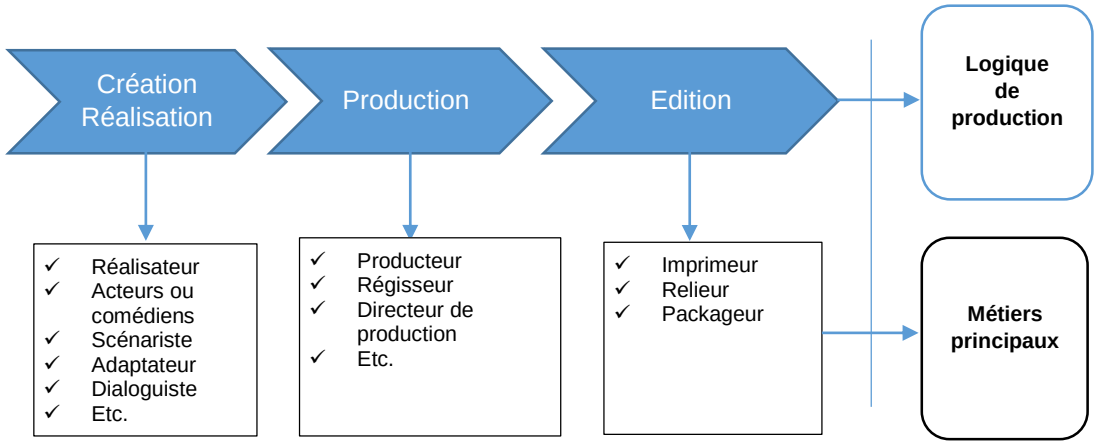
Source : Auteur, 2017

A. L'organisation de production cinématographique et audiovisuelle

1. La chaine de valeur production

La production, l'acte au cœur même de la chaine de fabrication du film et de la vidéo, est constituée par l'ensemble des activités, procédures et moyens qui concourent à la conception, à la création d'une œuvre cinématographique ou audiovisuelle.

Figure 7: les maillons de la production cinématographique et audiovisuelle



Source : Auteur, 2017

a. *La réalisation- création*

Considérée comme le point de départ dans la réalisation de toute œuvre cinématographique et audiovisuelle, la réalisation ou la création cinématographique au Burkina Faso évolue dans un contexte globalement favorable.

– *Le scénario : un métier dominé par l'autodidactisme*

L'écriture du scénario est la phase de conception du film. Le scénario porte l'idée ou le projet du film imaginé par l'auteur. Il constitue le point de départ du succès artistique d'un film ou d'une vidéo. Il fait appel à la capacité artistique du scénariste en termes d'originalité, d'intrigue, de forme et de fond de l'histoire racontée, donc de structuration ou de caractérisation du sujet. La filière cinématographique ayant été longtemps dominée par les réalisateurs-producteurs, ces derniers ont eu tendance à se substituer au scénariste. D'ailleurs dans le recueil des textes réglementaires, ceux qui interviennent dans la création sont appelés « *collaborateur artistique* ».

Pendant toute l'enquête de terrain, nous n'avons relevé aucune existence d'entreprises spécialisées dans l'écriture de scénarios.

– *Le patrimoine comme fertilisant des scénarios*

Les œuvres cinématographiques se succèdent et (malheureusement) se ressemblent fort, dans le fond et dans la forme. Les scénarios semblent avoir les mêmes colorations et souffrent des mêmes maux : faible originalité, personnages et décors sans finesse…, de sorte qu'à l'entame d'un film, les spectateurs devinent aisément l'épilogue de l'histoire.

Or les histoires, les légendes, les contes, le vécu quotidien…offrent un potentiel énorme en matière d'écriture de scénarios. Porteur des identités de la soixantaine de nationalités que compose le Burkina Faso, le patrimoine national est, à notre avis, sous-exploité jusqu'à présent. Les rares réalisateurs-producteurs qui ont prêté attention au patrimoine (Idrissa OUEDRAOGO, Gaston KABORÉ, Pierre YAMEOGO pour ne citer que ceux-là) ont vu leurs œuvres couronnées d'un double succès : artistique et économique, voire social et populaire.

L'avènement de la vidéo a « *popularisé* » l'accès à l'image et au son mais seul, un travail professionnel peut garantir une œuvre cinématographique de qualité et capable de conquérir le marché.

Jusque-là, le marché a été saturé par des amateurs de la vidéo, qui, d'ailleurs, construisent leur histoire en dilettantes, mais qui, paradoxalement, parviennent à attirer des millions de personnes à la fois par le biais de l'Internet.

S'il est bien connu et traité artistiquement, le patrimoine pourrait devenir une carte de visite des réalisateurs-producteurs du pays. C'est d'ailleurs un élément distinctif, capable de structurer le marché de l'audiovisuel au Burkina Faso, face à la concurrence agressive des produits cinématographiques et audiovisuels venant d'ailleurs.

– *La réalisation cinématographique et audiovisuelle*

La réalisation assure la mise en œuvre de l'histoire racontée. Avec la production, la réalisation est comptable de la qualité artistique et technique du film produit. C'est bien la réalisation qui veille sur l'esthétique générale d'un film, sur la cohérence d'ensemble. Le travail de réalisation est réussi si l'équipe de réalisation, c'est-à-dire affectée à la lumière, au son, à l'image et, de façon plus large toute l'équipe technique (costumier, décorateur, maquilleur…) travaillent en synergie et de façon professionnelle.

La singularité du sujet traité par le film, son originalité, tiennent aussi à la mise en scène, c'est-à-dire à la réalisation.

b. La production cinématographique

La production cinématographique et audiovisuelle renvoie aussi au processus par lequel une personne morale prend l'initiative et la responsabilité financière de la fabrication d'un film et garantit sa bonne fin technique et artistique.

Maillon essentiel des différents secteurs d'activités cinématographiques et audiovisuelles, la production est un processus qui requiert la participation et la collaboration de plusieurs acteurs dans la réalisation d'une œuvre filmique. Cette collaboration peut être financière, humaine, matérielle, technique et/ou artistique.

On note aujourd'hui une baisse de la production, surtout au niveau des films d'auteurs. Les acteurs indexent l'absence de producteurs, donc la faiblesse du financement.

En dépit des difficultés croissantes que rencontrent les producteurs burkinabè pour le financement de leurs œuvres, la production cinématographique et audiovisuelle n'est pas à l'arrêt. Grâce au numérique, on assiste à la production de séries, de téléfilms principalement.

De nombreuses structures de production vont en effet naître en faveur de cette euphorie technologique mais tous les secteurs de l'activité vont être fortement éprouvés. Ainsi, paradoxalement à l'existence d'équipements en plus grande quantité, la production va baisser en qualité avant de chuter en quantité. Une fois encore, la question de financement explique ce blocage, selon les acteurs.

En 1998, un *Livre blanc* sur le *Cinéma et l'audiovisuel* a permis d'effectuer un état des lieux des secteurs de l'activité cinématographique et audiovisuelle.

Les initiatives suggérées dans le *Livre blanc* n'allaient pas fondamentalement changer la situation de la production des œuvres cinématographiques. C'est pourquoi en 2004, un atelier consacré à la relance de la production cinématographique et audiovisuelle s'est tenu, pour encourager l'ensemble des acteurs à orienter les modèles économiques vers la conquête du marché local et sous régional. Les conclusions de cet atelier préconisaient précisément d'adapter le cadre juridique du secteur et faciliter l'accès au financement du cinéma et de l'audiovisuel ; d'augmenter quantitativement et qualitativement la production et enfin d'améliorer la production et la mise en marché des films et produits audiovisuels.

– *Les structures de production cinématographique et audiovisuelle*

Les structures de production naissent au gré des époques et des opportunités. Le plus grand nombre des structures de production (même si plusieurs traversent une situation léthargique profonde) a vu le jour dans la troisième temporalité (à partir de 2010) de l'histoire des industries

culturelles au Burkina Faso, donc à la faveur des programmes et politiques publiques tous azimuts.

Le dernier recensement des acteurs du cinéma et de l'audiovisuel, effectué par l'UNCB, dégage un chiffre de 96 structures de production cinématographique et audiovisuelle, dont 58 officialisées par un arrêté portant autorisation d'exercice. Les 38 autres exercent le métier de producteur de cinéma dans l'attente d'une régularisation.

Une autre source[227], qui prend uniquement en compte les structures ayant reçu une autorisation d'exercer le métier de producteur, fait état de 51 entreprises de production fonctionnelle (DEP 2011), avec une évolution croissante dans le temps comme l'indique le tableau ci-dessous.

Tableau 40: Évolution du nombre de structures de production

Année	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Total
Total structures de production	3	1	3	2	0	3	4	8	27	51

Source : DGCA, 2017

En réalité, il existe plus d'une centaine d'entreprises de production, puisque derrière chaque réalisateur de film, souvent, se profile une structure de production chargée de produire les films de ce dernier. *Bila Production* appartient au réalisateur Tasseré Tahirou OUEDRAOGO, tout comme *Faso films & Com*, *Les films du dromadaire*, qui appartiennent respectivement aux réalisateurs Missa HEBIE et Boubacar DIALLO. Pendant l'enquête, nous avons constaté que même les entreprises, qui à nos yeux, sont improductives faute de projets de tournage ou de réalisation audiovisuelle, défendent leur statut d'entreprise à part entière. Elles ne versent plus d'impôts, ni ne déclarent d'employés à charge, mais elles sont là, sans jamais disparaitre par liquidation, comme attendant une opportunité à saisir.

Tous ces cas, en plus des cas d'entreprises non déclarées ou immatriculées auprès du ministère de la Culture et des services des impôts, nous font dire que le nombre exact d'entreprises de production pourrait s'estimer à une centaine, avec moins de la moitié réellement fonctionnelle.

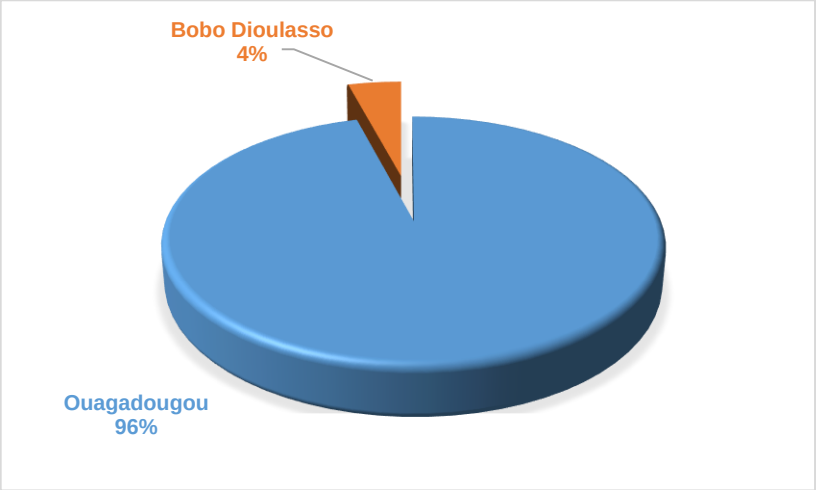
- *Les structures de production sont urbaines*

L'enquête a permis de remarquer que les entreprises de production cinématographique et audiovisuelle sont caractérisées par leur forte présence en milieu urbain, notamment dans les deux grandes capitales du pays, Ouagadougou 96 % et Bobo-Dioulasso 4 %, comme l'indique

[227] DEP, Répertoire des entreprises culturelles du Burkina Faso, 2011, 71 p.

le graphique ci-dessous, conçu sur la base du recensement des entreprises de production réalisé par l'UNCB.

Graphique 18: Situation géographiques des maisons de production audiovisuelle



Source : Auteur, 2017

Il n'y a pratiquement pas de structures de production, surtout cinématographiques, dans les autres villes moyennes et encore moins dans les communes rurales. Cependant, l'absence de données statistiques sur la vidéographie ne permet pas d'affirmer que la pratique audiovisuelle est essentiellement urbaine. L'observation permet de dire que l'audiovisuel est entré dans les pratiques quotidiennes des villes et campagnes, surtout avec le numérique et le solaire (comme solution de recharge des batteries), d'une part et le téléphone portable dernière génération, d'autre part, au Burkina Faso,[228] comme dans de nombreux autres pays de l'Afrique subsaharienne[229]. Les cérémonies de baptême, de mariage, de funérailles sont régulièrement couvertes par des amateurs de la vidéo, installés dans les villages et autres petites villes. Leur nombre est insaisissable au regard du caractère informel du métier.

[228] Lire RAMOS PASQUATI, Éric (2011), *L'appropriation socioculturelle du téléphone portable par les agriculteurs de la boucle de Mouhoun, Burkina Faso. Contribution à une approche socioculturelle des TIC pour le développement socio-économique*, thèse pour le doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université de Paris-Ouest Nanterre La Défense.

[229] Voir KANGA, Osée NANA (2006), « Un exemple de développement dans le contexte africain. L'appropriation de la téléphonie mobile en Côte d'Ivoire », pp. 106-123, in Jean-Paul LAFRANCE, Anne-Marie LAULAN, Carmen Rico de SOTELO (dir.), *Place et rôle de la communication dans le développement international*, Québec, Presses de l'Université du Québec, et, Alain CAPO-CHICHI, Alain KIYINDOU, Kouméalo ANATÉ (dir.) (2015), *Quand l'Afrique réinvente la téléphonie mobile*, Paris, L'Harmattan.

– *Les structures de production sont jeunes*

L'émergence de petites et moyennes entreprises de production cinématographique et vidéographique s'est opérée au tournant des années 2000, comme l'indique bien le tableau ci-dessous.

Tableau 41 : Répartition des sociétés de production selon l'ancienneté

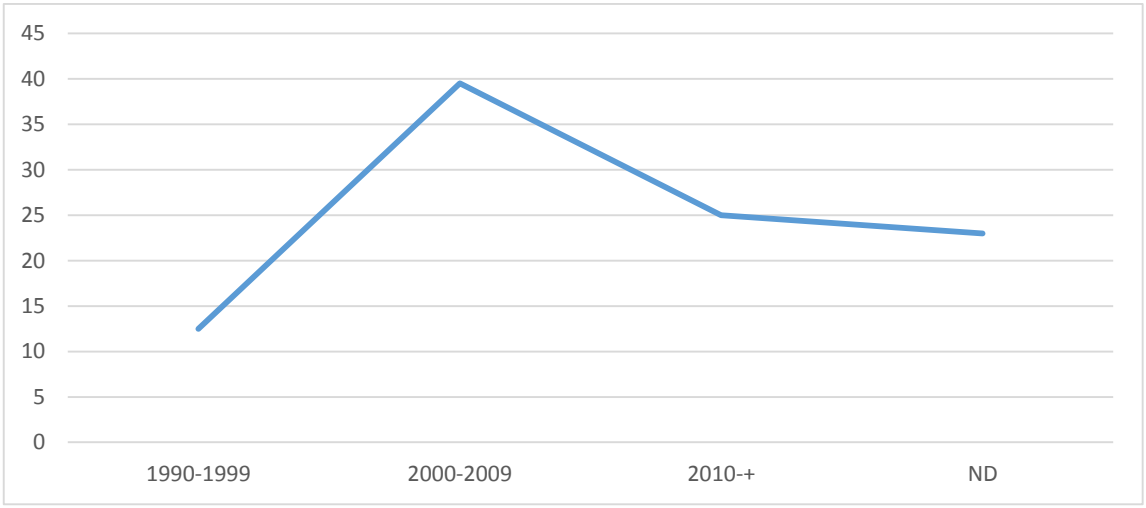
Année	1990-1999	2000-2009	2010 et +	Non déclaré	Total
Total Sociétés de production	12	38	24	22	**96**
Pourcentage	12,5 %	39,5 %	25 %	23 %	**100**

Source : notre enquête de terrain, 2017

Avant cette période, seulement une poignée de structures avait vu le jour aux lendemains de la proclamation de la IV^{e} République. Avant le passage à la IV^{e} République, il n'existait pratiquement pas de sociétés de production, au sens plein du terme. Les fonctions de producteur étaient jouées par l'autorité publique ou l'administration culturelle. La production était une affaire de souveraineté, avant d'être (comme aujourd'hui) considérée comme un *business*.

En regardant la courbe ci-dessous, nous remarquerons une croissance avec un pic dans les années 2000. Cela tient au fait que des politiques (comme le *Programme d'ajustement structurel*) qui encourageait beaucoup plus la création d'entreprises privées) et des moyens avaient été mobilisés pour encourager la production, surtout auprès des partenaires comme l'Union européenne. Avec la fin d'un certain nombre de programmes comme le *Programme de soutien aux initiatives culturelles*, on a vu le nombre d'entreprises chuter, avant de reprendre timidement ces cinq dernières années (encore grâce à un programme dénommé *Programme d'appui au renforcement des politiques et industries culturelles*. La création et l'évolution des entreprises culturelles peuvent être appréhendées dans la première partie de ce travail.

Graphique 19: Évolution temporelle des sociétés de production audiovisuelle



Source : Auteur, 2017

– *La production cinématographique et audiovisuelle : entre dynamisme et essoufflement*

La production est alimentée par des films de tous genres, avec des moyens de production plus ou moins adaptés aux réalités économiques du pays et des acteurs provenant d'horizons professionnels divers. Le nombre de films[230], courts comme longs-métrages, produit au Burkina Faso en 56 ans (de 1960 à 2016), tourne autour de 390 films, soit une moyenne de 6,96 films par an.

Pour certains, c'est un chiffre appréciable quand on sait et prend en compte la relative jeunesse de l'industrie du cinéma et les conditions historiques de son développement. Pour d'autres, c'est une production qui ne saurait être concurrentielle avec une telle quantité d'œuvres. À seul titre de mise en perspective, sans pour autant, vouloir tomber dans la comparaison de deux réalités équidistantes (l'Europe et l'Afrique subsaharienne par exemple), nous évoquerons les chiffres-clés de la France, qui tournent autour de 200 films longs métrages inédits l'an ! En 2016, on dénombre 364 films inédits longs-métrages produits, soit près d'un film par jour. En observant bien les chiffres, on comprend que le Burkina Faso met près de 60 ans pour atteindre le chiffre de 390 films longs et courts-métrages, tandis qu'en seulement une année, la France réalise presque le même record.

Tableau 42: Tableau comparatif de la production cinématographique au Burkina Faso et en France

FRANCE	
ANNEE	**Nombre de films agrées**
2005	240
2006	203
2007	228
2008	240
2009	230
2010	261
2011	272
2012	279
2013	270
2014	258
2015	300
Total	**2781**

Source : Deps (2017) *Chiffres clés*

BURKINA FASO	
ANNEE	**Nombre de films**
2005	8
2006	10
2007	11
2008	15
2009	8
2010	3
2011	9
2012	6
2013	8
2014	14
2015	10
Total	**102**

Source : DGCA, 2017

Nous n'évoquerons même pas le cas de l'Inde, qui produit en moyenne 800 films par an, ni celui des États-Unis qui n'a pas moins de 400 films au compteur par an et plus près de nous, l'Afrique du Sud, le Kenya (*Riverwood)* et le Nigéria (*Nollywood*) qui sont des exemples en matière de production surtout audiovisuelle.

230 Seulement les films fictions, donc sans les documentaires ni les séries télé. Le Burkina Faso est à une vingtaine de films toutes catégories confondues, ce qui le place en tête des pays en Afrique subsaharienne.

C''est dans ce contexte de relative faible production que le Burkina Faso se positionne, malgré tout, parmi les pays ayant une production cinématographique dite « *dynamique* ». Les pays voisins et certains analystes considèrent le Burkina Faso comme un exemple en matière de production (comme l'indique le tableau ci-dessous) surtout avec la production des séries-télé facilitée par l'offre numérique.

Tableau 43: Evolution de la production cinématographique dans l'espace UEMOA

PAYS	1992 à 2002	Dont de 1999 à 2002
BURKINA FASO	17	**2**
SENEGAL	14	**6**
MALI	11	**3**
COTE D'IVOIRE	9	**4**
BENIN	5	**4**
GUINEE BISSAU	4	**1**
NIGER	2	**1**
TOGO	**1**	**0**

Source : UEMOA, 2004

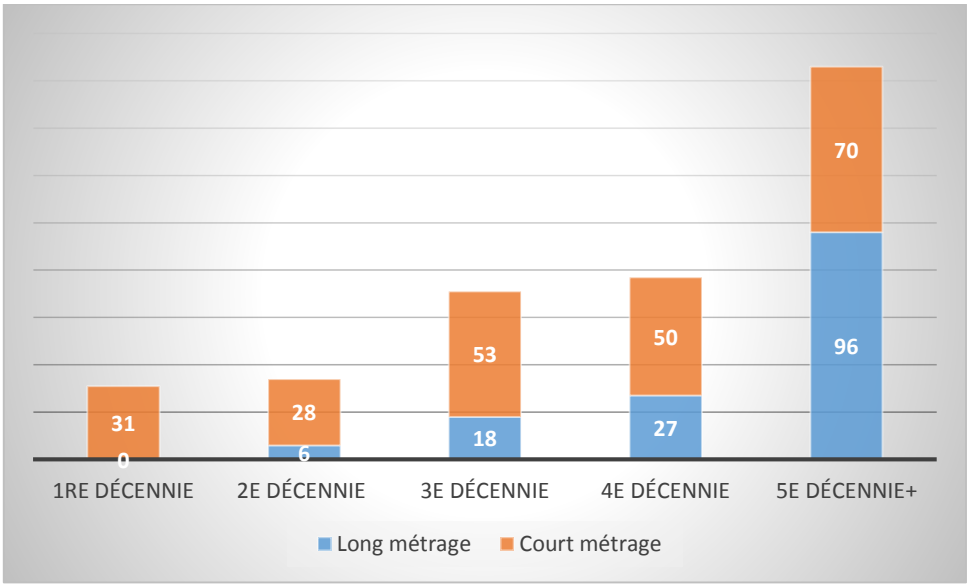
Mesurée par la production de longs-métrages destinés à une diffusion en salles de cinéma sur support film, la production cinématographique est très inégale d'un pays à l'autre et s'établit ainsi sur les douze dernières années. Soit un total, pour les huit États, de 55 longs-métrages, ce qui équivaut à 4,6 films par an.[231]

– *La prééminence du court-métrage et l'évolution de la production cinématographique*

L'évolution de la production cinématographique et audiovisuelle, à l'instar des structures ou sociétés de production, s'est développée en dents de scie. C'est une production au gré des financements et de l'environnement global.

[231] Voir UEMOA. 2004. « Programme d'actions communes pour la production, la circulation et la conservation de l'image au sein des États membres de l'UEMOA ». Programme d'actions. Ouagadougou, Burkina Faso: UEMOA.

Graphique 20: Évolution ces cinq dernières décennies de la production



Source : auteur, 2017 sur la base des données de la DCN.

Quand on observe le graphique ci-dessus, on remarque que la première décennie est caractérisée par une production de films courts-métrages. Cette tendance va se maintenir sur les quatre premières décennies avec 162 films courts-métrages. Pendant ce temps, sur la même période, c'est une véritable embellie pour le long-métrage avec seulement 51 films. Cette dernière décennie voit l'affirmation du long-métrage (avec 96 films), par rapport au court-métrage (70 films).

Cette évolution de la production cinématographique, croisée avec la catégorie de films produits, permet d'en savoir un peu plus sur les politiques publiques et les moyens de production. La production coutant excessivement, il n'était pas donné à tous les réalisateurs de se lancer dans la catégorie long-métrage. La jeunesse des réalisateurs explique aussi le choix du court-métrage. Quand un certain nombre d'entre eux ont réussi à se « *faire la main* », les premiers longs-métrages ont aussi commencé à se réaliser. Le premier film long-métrage (digne de ce nom) intitulé *« Le sang des parias »* du réalisateur Mamadou Djim KOLA a été réalisé en 1972.

– *Les autorisations de tournage et de prise de vues*

En cherchant à mesurer le niveau de la production cinématographique au Burkina Faso, au-delà de ce qui vient d'être exposé, nous nous sommes intéressé aux statistiques annuelles de demande d'autorisation de tournage. Sur la base du tableau ci-dessous, nous pouvons calculer une moyenne de 53,5 films en projet par an. On se rend donc compte qu'un fossé se révèle, entre le nombre de demandes d'autorisations de tourner des films ou de réaliser des vidéos sur la période de 2005 à 2014 et celui des films effectivement tournés dans la même période.

En effet, 535 films ont reçu l'autorisation de tourner contre 92 effectivement réalisés, soit un taux de réalisation de 17,20 %.

Tableau 44: Évolution du nombre d'autorisations accordées

Année	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**
Total autorisations de tournages	28	26	17	8	2	5	0	2	11	39
Total autorisations de prise de vues	22	17	35	39	45	38	43	80	43	35
Total	**50**	**43**	**52**	**47**	**47**	**43**	**43**	**82**	**54**	**74**

Source : DGCA, 2017

Au moment de l'enquête (2016-2017), 33 projets avaient reçu de l'administration culturelle publique des autorisations de tournages, comme l'indique le tableau ci-dessous.

Tableau 45: Nombre d'autorisations accordées en 2016-2017

Genre de films	*Nombre*
Long-métrage	13
Court-métrage	09
Documentaire	05
Série télé	05
Films animation	01
Total	**33**

Source : DGCA, 2017

– *Protection des œuvres cinématographiques et audiovisuelles*

Enfin, l'indicateur que nous avons considéré pour apprécier la production cinématographique est le nombre d'œuvres cinématographiques déclarées au *Bureau burkinabè du droit d'auteur*. Comme l'indique le tableau ci-dessous, les œuvres cinématographiques et audiovisuelles ont évolué à partir de l'année 2011 pour atteindre en 2013 environ 3 814 œuvres déclarées. Ces chiffres sont à prendre avec l'idée que c'est bien toute la production audiovisuelle et cinématographique que les auteurs ont jugé bon de déclarer. Ce sont des chiffres qui montrent aussi (toute chose égale par ailleurs) la dynamique de la production audiovisuelle, sur laquelle nous n'avons pas obtenu suffisamment d'éléments statistiques.

Tableau 46: Déclaration des œuvres audiovisuelles au BBDA

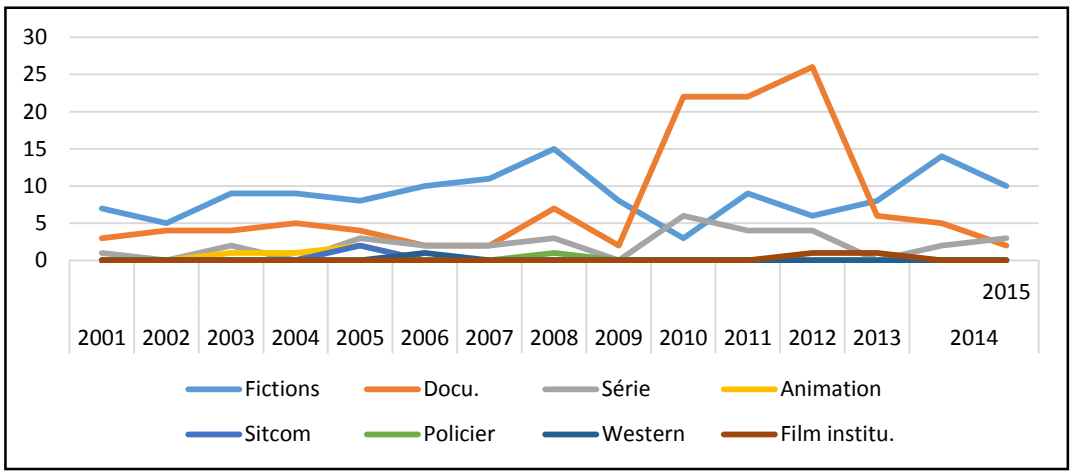
Année	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**Total**
Total œuvres	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	**900**	**1426**	**3814**	**696**	**0**	**141**	**6977**

Source : BBDA, 2017

– *Le genre de films produits en court et long-métrage*

Comme évoqué au tout début de ce chapitre, les enjeux politiques de la production cinématographique et audiovisuelle sont tellement clairs pour l'élite politique et, de façon tacite, pour le producteur, que le genre de films produits est tout trouvé. La production est restée longtemps concentrée autour du documentaire, des films d'information socioéducative, avant que, timidement mais progressivement, la fiction et la série-télé ne s'affirment autour des années 2000. En analysant le graphique ci-dessous, les genres fiction, documentaire et séries-télé connaissent une progression par rapport aux autres genres tels que les films d'animation, policier et western.

Graphique 21: Évolution de la production selon les genres



Source : Auteur, sur la base des données de la DGCA, 2017

c. *L'édition cinématographique et audiovisuelle au Burkina Faso*

Les industries techniques du cinéma et de l'audiovisuel sont constituées par l'ensemble des entreprises qui concourent au développement de la production, de la distribution et de l'exploitation du film produit. Il s'agit des laboratoires de développement et de traitement de copies, des studios et des entreprises de fabrique ou de prestation de services nécessaires à l'activité cinématographique et audiovisuelle. C'est la branche technique de la production. C'est une phase qui, jusqu'à un passé récent, était assez complexe et couteuse pour les producteurs de films. Avec le numérique, beaucoup de fonctions de l'édition sont possibles d'être réalisées par un seul opérateur.

De nos jours, en effet, on peut réaliser de bout en bout un film, sans avoir besoin d'en appeler à l'aide technique extérieure. Quelques studios existent, avec des professionnels de plus en plus capables d'assurer la production et la post-production. L'étude sur les impacts du secteur de la

culture montre, sans assez de précision, qu'il existe huit structures qui exercent dans les fonctions de fabrication du cinéma et de l'audiovisuel[232]. On constate seulement que les mêmes structures de production disposent souvent de matériel ou le louent à des sociétés de location pour la production et la post-production.

2. Les acteurs de la production

La chaine de valeur de la filière *Cinéma et audiovisuel* est complète au Burkina Faso. Les différents corps de métiers existent à des degrés différents. À travers des métiers complémentaires, plusieurs acteurs animent la phase de production des œuvres cinématographique et audiovisuelle. Les métiers de la production comprennent principalement l'administration de production, la branche des techniciens, la branche des acteurs et celle des collaborateurs artistiques. Les textes règlementaires sur le cinéma et l'audiovisuel reconnaissent les métiers de la production, répertoriés dans le tableau ci-après :

Tableau 47: Nombre de métiers de la production cinématographique

Métiers de la production	Nombre de métiers	Détails
Administration de la production	8	Producteur ; directeur de la production ; l'assistant de production ; le secrétaire de production ; le régisseur général ; le régisseur adjoint ; le régisseur d'extérieur ; l'aide régisseur d'extérieur
Techniciens de la production cinématographique	35	Le réalisateur ; le secrétaire de plateau ou script ; le directeur de la photographie ; le cadreur ou cameraman, etc.
Acteurs ou comédiens	7	Acteurs dans les rôles spéciaux ; acteurs dans les rôles principaux ; acteurs dans les grands rôles ; acteurs dans les rôles secondaires ; acteurs dans les petits rôles ; acteurs dans les silhouettes ; acteurs dans les figurants
Collaborateurs artistiques de la production cinématographique et audiovisuelle	7	Le scénariste ; l'adaptateur ; le dialoguiste ; le compositeur des œuvres musicales ; l'infographiste ; le doubleur ; l'auteur de l'œuvre originaire.
Total	**57**	

Source : Textes règlementaires sur le cinéma et l'audiovisuel, 2013.

a. Les auteurs-réalisateurs

Le réalisateur est le maître d'œuvre du film. Il est responsable des prises de vues, de son, du montage et de la sonorisation du film, en conformité avec le découpage technique et le plan de travail établi de commun accord avec le producteur. La formation des cinéastes, les tout premiers réalisateurs professionnels, a été entreprise à partir de l'année scolaire 1976-1977 avec la création de l'INAFEC (*Institut africain d'études cinématographiques*). Avant cette période,

[232] Ministère de la Culture et du Tourisme. 2012. *Etude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique du Burkina Faso*, p.84.

c'est principalement sur le tas que beaucoup de pionniers dans la réalisation se sont formés[233]. Le Burkina Faso compte environ 142 réalisateurs en 2014. Ce chiffre n'est qu'indicatif. Il est rare de rencontrer, dans le cas du Burkina Faso, des réalisateurs qui ne s'attribuent pas d'autres casquettes, comme réalisateur-producteur ou réalisateur-producteur-scénariste et davantage.

Tableau 48: Nombre d'acteurs évoluant dans le cinéma et l'audiovisuel

DENOMINATION	NOMBRE
Réalisateurs et réalisateurs producteurs	142
Comédiens	111
Techniciens de plateau	59
Images et son	59
Producteurs et producteurs réalisateurs	49
Administrateurs de cinéma	40
Cameraman et cameraman monteurs	33
Scénaristes et scénaristes réalisateurs	26
Etudiants	19
Autres	17
Scripts	6
Critique cinéma	6
Total	**567**

Source : À partir des données collectées et des archives de l'UNCB, 2014

b. Les scénaristes

Le scénariste, c'est l'auteur du scénario de l'œuvre cinématographique ou audiovisuelle. Il en existe officiellement une vingtaine (26 exactement, dont 11 sont des scénaristes et 15 des réalisateurs-scénaristes), inscrits au registre public des professionnels du cinéma. L'écriture de scénario fait partie des offres de formation de *l'Institut supérieur de l'image et du son* (ISIS). Toutefois, le métier de scénariste est très peu valorisé.

La filière cinématographique ayant été longtemps dominée par les réalisateurs-producteurs, ces derniers ont eu tendance à se substituer au scénariste. D'ailleurs, dans le recueil des textes réglementaires, ceux qui interviennent dans la création sont appelés « *collaborateur artistique* ». Certains scénaristes travaillent régulièrement, ou occasionnellement, avec des réalisateurs-producteurs (surtout pour les séries télé). Dans un projet de production de films, ils peuvent jouer, tantôt le rôle de scénaristes, tantôt celui de scénaristes-réalisateurs. Il arrive que

233 Précisons toujours qu'un certain nombre d'entre eux se sont formés grâce au master *Réalisation documentaire de création* à l'Université Gaston Berger, de Saint-Louis du Sénégal. Cf. RUEDA Amanda, (2011). "Relations Nord/Sud dans le développement du cinéma documentaire en Afrique : enjeux économiques et esthétiques". Communication dans colloque *Communication et changement social en Afrique*, Grenoble, janvier 2010, publiée in *Les Enjeux*, janvier 2011. http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2010-supplementA/Rueda/index.html .

des scénaristes proposent directement des projets de scénarios de films à des réalisateurs ou producteurs-réalisateurs.

Comme indiqué supra, pendant toute l'enquête de terrain, nous n'avons noté l'existence d'aucune entreprise spécialisée dans l'écriture de scénarios. Cependant, des individus formés ou ayant appris sur le tas existent et se réclament d'être scénaristes. Les scénaristes les plus connus sont Noraogo SAWADOGO, Emmanuel SANOU …

c. Les producteurs-éditeurs

Le producteur est le responsable de la structure de production, qui prend l'initiative et la responsabilité financière de la première fixation du film. Ils sont au nombre de 49 selon le recensement de 2014 de l'UNCB, sans prendre en compte le cas des « *double-casquettes* » comme producteur-réalisateur.

Ils se sont organisés en 2008 à travers une structure dénommée « *Producteurs associés* », pour mieux organiser leur métier et défendre leurs intérêts. Une structure associative dénommée *Association des auteurs, réalisateurs et producteurs africains* (ARPA) a été créée en 2008, pour les mêmes raisons.

Aujourd'hui, toutes les associations ont des problèmes de gouvernance. Elles ne tiennent pas du tout leurs réunions statutaires, ou de façon irrégulière. Pour certaines d'entre elles, les instances sont ont été renouvelées il y a 10 ans ; pour d'autres, rien n'a été fait depuis l'assemblée générale constitutive.

d. Comédiens ou acteurs de cinéma

Les comédiens naissent et disparaissent au gré des projets de productions. Le nombre semble difficile à calculer, surtout avec les séries-télé qui ont révélé des noms de comédiens jusque-là méconnus du public. Leur nombre était estimé à 111 en 2014. Beaucoup de comédiens ne possèdent pas de carte professionnelle, ce qui rend difficile l'établissement de statistiques sur ce corps de métier qui, du reste, est au centre du succès de certaines séries-télé. Une association dénommée *Association burkinabè des comédiens de cinéma* (ABCC) a été créée en 1983 et un *Syndicat national autonome des comédiens du Burkina* (SYNACOB) en 2001. Tous deux ont pour objet de promouvoir le métier de comédien au Burkina Faso, à travers la défense des droits de celui-ci. Mais aucune ne dispose de registre de membres mis à jour. La pratique de *casting* n'est pas conduite comme il se doit et complique l'obtention des informations et même l'organisation des comédiens. En effet, certains réalisateurs « *prennent dans le tas* » des acteurs, avec un profil qui laisse croire à des choix de famille (neveu, cousin, oncle) ou de copinage,

sans y mettre tout le sérieux d'un *casting* professionnel. Une seule structure dévouée au service de *casting* existe mais rencontre des difficultés pour convaincre les réalisateurs à lui faire systématiquement appel.

Encadré 11: Témoignage du réalisateur Aboubacar DIALLO sur le métier de producteur

Comment voyez-vous le métier de producteur en Afrique francophone ?
Le producteur que je suis, travaille avec le réalisateur et le scénariste que je suis aussi. Depuis très jeune, je lis énormément, je vais voir plein de films, c'est ça qui me tient lieu de formation. Après le Bac, j'ai fait deux ans d'université, mais ça ne me plaisait pas, j'ai laissé tomber et commencé à travailler. J'ai écrit un recueil de contes africains, et un roman que j'ai édité à Paris, mais je me suis rendu compte qu'ici, les gens ne lisent pas beaucoup, et parmi le peu de gens qui lisent, il y en a encore moins qui achètent des livres. Donc, je me suis reconverti à l'écriture de scénarios de films, dans l'idée de proposer mes scénarios aux réalisateurs professionnels. Mais ma façon d'écrire ne correspondait pas à leur vision du cinéma, donc personne ne voulait de mes scénarios, alors par la force des choses je me suis lancé, et j'ai réalisé mes propres histoires. *Être* producteur pour moi consiste, à partir du moment où j'ai initié une histoire que j'ai traitée, développée, dialoguée, rediscutée avec un script, et que j'estime que le scénario est plus ou moins abouti, d'essayer d'identifier les sources de financement possible. Comment trouver les décors qui peuvent convenir, et constituer une première équipe de préparation. Puis identifier les intervenants, les partenaires financiers, qui peuvent être locaux en totalité, ou, selon, l'envergure du projet, les guichets traditionnels du Nord, dont la Francophonie et le ministère français des Affaires étrangères à l'époque. Enfin je frappe à toutes les portes pour essayer de réunir ce qu'il faut. Mais je demeure dans une logique de *low budget* ; je travaille à moindre cout en numérique. Il s'agit de proposer un projet en mettant l'accent sur le scénario, en écrivant des histoires qui vont intéresser le public. Cela a beaucoup contribué à ramener les gens au cinéma, alors que ces dix dernières années dans beaucoup de pays, un certain nombre de salles de cinéma ont fermé. Au Burkina, on continue parce qu'entre deux éditions du FESPACO, il y a une offre de films qui permet d'étoffer ce qui vient d'ailleurs, c'est-à-dire le cinéma de Hollywood, les films français, de Hong Kong ou d'Inde. On s'est rendu compte que le public d'Afrique noire, et déjà le public burkinabè de Ouagadougou, va prioritairement voir les films fait localement, parce que tout simplement, ils s'y reconnaissent. D'autres producteurs ont fait le même constat, ce qui fait qu'aujourd'hui à Ouagadougou, on a encore un minimum de salles de cinéma. En tant que producteur, on n'a pas attendu que les financements nous arrivent du Nord, on a fait des histoires réalistes en termes de budget, et on a essayé d'aller frapper à des portes, souvent des institutions dont le rôle ou la mission n'a rien à voir avec le cinéma ou la culture. En fonction du thème on va sensibiliser les gens qui ont besoin de communiquer dans un domaine précis ; à partir du moment où ce thème est abordé dans le film, ça peut les intéresser pour mettre un peu d'argent, et ça permet de boucler le budget pour faire des films.

Source : Article n° 12 du zoom Portraits de producteurs d'Afrique subsaharienne francophone Stéphanie Dongmo, *Africiné*, publié le 11/07/2012.

3. Les autres acteurs

Maillon essentiel des différents secteurs d'activités cinématographiques et audiovisuelles, la production est un processus qui requiert la participation et la collaboration de plusieurs acteurs dans la réalisation d'une œuvre filmique. Cette collaboration peut être financière, humaine, matérielle, technique et/ou artistique.

a. L'État et les partenaires techniques et financiers

Une des particularités du cinéma burkinabè est la forte implication de l'État dans la production. Le soutien technique et financier est indiscutable, car depuis la genèse de l'industrie cinématographique au Burkina Faso, il a permis de réaliser des films portés par des réalisateurs privés. Le soutien de l'État s'est illustré de plusieurs manières : la coproduction, l'octroi de subvention, l'aval accordé à certains réalisateurs-producteurs auprès des institutions financières, la prise de textes de lois pour réglementer le secteur, etc.

Les partenaires techniques et financiers comme l'Union européenne, l'UEMOA, la CEDEAO, l'OIF, sont des partenaires directs ou indirects des producteurs de cinéma.

Les trois dernières années (2014-2016), l'État a soutenu modestement la production cinématographique et audiovisuelle, à hauteur de 644 millions de francs CFA[234]. Il y a d'autres formes de soutien que l'État consent pour accompagner les acteurs comme la mise à disposition du matériel technique et les facilitations administratives.

Tableau 49: Évolution du soutien de l'État et de ses partenaires à la production cinématographique et audiovisuelle

Année	2014	2015	2016	Total
Appui aux cinéastes	176 000 000	168 200 000	203 700 000	547 900 000
Appui aux autres acteurs	24 000 000	27 158 500	45 500 000	96 658 500
Total	**200 000 000**	**195 358 500**	**249 200 000**	**644 558 500**

Source : DGCA, 2017

b. Les organisations professionnelles de la filière Cinéma et audiovisuel

Depuis les indépendances à nos jours, une pléthore de structures, tantôt associatives tantôt syndicales et corporatives, a vu le jour avec la volonté affichée de développer la filière *Cinéma et audiovisuel*. L'action de certaines structures a permis de mieux structurer le secteur d'activité et de parvenir à des options règlementaires favorables aux acteurs de la chaine de production cinématographique et audiovisuelle. Une bonne dizaine de structures existent autour de l'activité de production, et de réalisation de comédiens mais toutes sont assez jeunes et manquent de moyens pour prétendre produire suffisamment d'impact[235].

Au nombre de celles-ci, on compte l'*Union nationale des cinéastes du Burkina*, le *Collectif des réalisateurs-producteurs indépendants*, l'*Union* nation*ale des femmes professionnelles de l'image*, l'*Association des critiques de films*, l'*Association des techniciens et opérateurs de*

234 Rappel, 1 € est égal à 655,957 F CFA.

235 Cf. Annexes des chapitres pour la liste complète des organisations professionnelles de la filière cinéma.

cinéma, l'*Association des exploitants privés de salles de cinéma*, etc. Le dynamisme avéré ou souhaité de la filière a fait naitre toutes ces organisations professionnelles à travers tout le pays.

L'UNCB

L'*Union nationale des cinéastes du Burkina*, autrefois UNCV, a été créée dans les années 70. Depuis le 13 septembre 2014, elle est devenue la *Fédération des cinéastes du Burkina*.

Depuis les années 1960, les cinéastes du Burkina Faso ont compris la nécessité de s'organiser pour défendre leurs intérêts. Cette organisation a porté ses fruits, qui sont indirectement l'obtention de deux *Étalons d'or de Yennenga* par les réalisateurs Idrissa OUEDRAOGO (en 1991 avec son film *«Tilai »*) et de Gaston KABORÉ (en 1995 avec son film *« Buud-Yam »*).

Le cinéma a été reconnu par le Burkina comme un secteur prioritaire à travers une loi d'orientation, fruit de la lutte des cinéastes du Burkina Faso.

Après des années de consécration, à partir des années 90, le cinéma burkinabè connait une certaine léthargie, liée à plusieurs facteurs internes et externes.

C'est pourquoi en mai 2012, l'UNCB a décidé de procéder à une restructuration, qui devait aboutir à une transformation qualitative de son organisation. Cette décision correspondait aussi aux visions des partenaires qui ont d'ailleurs soutenu l'initiative.

Encadré 12: Objectifs de la Fédération des cinéastes du Burkina

Objectifs de la fédération des Cinéastes du Burkina

- Redynamiser la production des films, et peser de notre poids pour augmenter leurs qualités artistiques et techniques.
- Participer activement aux commissions mises en place par la *Direction Générale de la Cinématographique* dans ses différents domaines et programmes mis en œuvre et surtout pour la répartition des subventions de l'État.
- Moraliser notre secteur professionnel par l'application scrupuleuse des lois édictées. La présence tous les acteurs dans la nouvelle structure est une garantie, un moyen d'action. Nous assisterons et appuierons la Direction générale de la cinématographie dans tous les domaines d'action.
- Engagement dans la formation Technique et Professionnelle de nos membres dans un monde dominé par les nouvelles technologies. Faire un diagnostic sur les instituts et les centres de formations existants : ISIS STUDIO ECOLE, ISTIC, ENAM, etc.
- Redynamiser certains secteurs importants laissés sous silence, tels que : l'exploitation avec la réouverture des salles de cinéma, la mise en place d'une billetterie, la distribution et la vente de nos films par nous-mêmes.
- Susciter l'intérêt et convaincre nos opérateurs économiques pour qu'ils investissent dans notre secteur qui dans l'avenir sera très rentable et porteur pour notre pays et l'Afrique. La mutualisation des moyens techniques ou humains sera notre passage obligé si nous voulons reconquérir notre leadership.

Source : notre enquête de terrain, 2017

La FEPACI

Les cinéastes africains issus des écoles de formation occidentales, de l'URSS ou formés sur le tas, vont s'organiser et créer la *Fédération panafricaine des cinéastes* (FEPACI). Les objectifs de la FEPACI étaient de convaincre les nouveaux États africains à donner une place à la culture, particulièrement au cinéma. Pour cela, les cinéastes de chaque État devaient s'organiser pour sensibiliser les responsables politiques. La FEPACI a été rapidement reconnue comme une organisation culturelle à but syndical par l'*Organisation de l'unité africaine* (OUA), où elle est admise comme membre observateur. La grandeur du continent, l'importance des enjeux, vont scléroser cette organisation qui piétinera jusqu'en 1987, date du Congrès de la renaissance où son siège est finalement confié au Burkina. Un état des lieux du cinéma africain y a été effectué et un programme de relance du cinéma africain mis en œuvre. À partir des années 2007, son siège est transféré au Cap en Afrique du Sud. Notons qu'à partir des années soixante, ce combat a souvent pris la forme de la nationalisation, avec des bonheurs divers. C'est encore le Burkina qui se place en pointe, en nationalisant courageusement les salles de cinéma, à partir du refus des propriétaires des salles de baisser le prix des places du cinéma. Soutenue par les cinéastes africains à travers la FEPACI, cette nationalisation a permis la naissance du FESPACO, du CIDC CIPROFILM, de CINAFRIC, de l'INAFEC, etc.

Les films réalisés dans ces années de balbutiements le sont dans des conditions incertaines et dans l'isolement. Leurs thèmes sont le plus souvent : la lutte contre le colonialisme et ses séquelles (*"Soleil O"* de Med Hondo, 1969), la libération de la femme (*"La Noire de... "* de Ousmane SEMBENE, 1966), le déracinement (*"Concerto pour un exil"* de Désiré Ecare, 1968) et la culture africaine. De ce point de vue, l'œuvre d'Ousmane SEMBENE marque un tournant, par son souci de donner au cinéma africain une forme spécifique et, pas seulement inspirée des modèles occidentaux.

À travers le FEPACI, le cinéma voltaïque va connaitre un essor sans précédent, grâce à la volonté politique et celle des nouveaux cadres revenus au pays à la fin de leurs études. Cependant, même s'ils bénéficient d'une réelle reconnaissance artistique, ces films africains, déjà laborieusement réalisés, rencontrent des difficultés supplémentaires dans leur diffusion-exploitation.

Le public urbain n'a souvent accès qu'à des productions américaines ou à des films produits en Inde ou en Egypte, tandis que le public rural est à la merci des circuits itinérants. D'où l'importance des festivals de Carthage en Tunisie et surtout celui de Ouagadougou (FESPACO) en 1969 au Burkina Faso, qui accueillent aussi bien les films du Maghreb ou d'Egypte que ceux

d'Afrique du Sud. Le FESPACO va devenir un lieu d'échanges entre les cinéastes africains et le public. Le cinéma francophone bénéficie surtout de l'aide du ministère français de la Coopération et de l'apport de capitaux européens.

c. Les structures de formation

La formation est un maillon important dans la chaine de l'industrie cinématographique et audiovisuelle. Elle a pour objectif d'inculquer aux étudiants et stagiaires la maîtrise de l'outil cinématographique et audiovisuel.

Le Burkina Faso dispose de structures publiques et privées en matière de formation cinématographique et audiovisuelle. Aujourd'hui, on a des parcours qui vont jusqu'à la licence.[236]

– L'*Institut supérieur de l'image et du son / Studio école*

L'*Institut supérieur de l'image et du son / Studio école* (ISIS/SE) est une école supérieure de formation artistique et technique dans les métiers du cinéma et de l'audiovisuel et d'accompagnement dans la recherche. Il est membre du *Centre international des écoles de cinéma et de télévision* (CILET). Institut à vocation sous régionale à l'origine, l'ISIS accueille surtout de nos jours, des étudiants de plusieurs nationalités (Burkina Faso, Belgique, Côte d'Ivoire, Centrafrique, Gabon, Togo, Tchad, etc.). À partir de 2008, l'ISIS dispose d'un studio-école et devient alors ISIS/SE.

– L'*École nationale d'administration et de magistrature*

En vue de renforcer les capacités de l'administration du cinéma et d'améliorer ses prestations de service, l'État a procédé à l'ouverture d'une option « *Cinéma et audiovisuel* » au sein de l'ENAM surtout en tandem avec l'ISIS-SE.

L'enseignement à l'ENAM se fait selon le système modulaire pendant deux années de formation toutes filières confondues. Le domaine du cinéma et de l'audiovisuel totalise quatre filières de formation correspondant aux quatre catégories d'agents formés dans ce domaine au sein de l'école : les administrateurs du cinéma et de l'audiovisuel, les ingénieurs du cinéma et de l'audiovisuel, les techniciens supérieurs du cinéma et de l'audiovisuel et les agents d'exécution du cinéma et de l'audiovisuel.

236 Au-delà, les réalisateurs de film documentaire peuvent poursuivre en master à l'Université Gaston Berger de Saint-Louis du Sénégal qui accueille depuis l'ouverture de la formation des étudiants du Burkina Faso dans chacune des promotions.

– L'*Institut des sciences et techniques de l'information et de la communication*

L'ISTIC, ex *Centre de formation professionnelle de l'information* surtout a été créé par le décret n°74/152/PRES/M.INF/CAB du 21 mai 1974. Cet Institut intervient dans deux domaines de formation surtout à savoir, la communication et le journalisme surtout d'une part et les techniques de montage audio, de prise de vues et de maintenance électronique et informatique, d'autre part. S'il est vrai que l'ISTIC forme des professionnels pour la presse écrite, la radiodiffusion et la télévision, il est à noter que la formation de ces agents prend en compte des modules spécifiques aux métiers du cinéma et de l'audiovisuel surtout à savoir, la prise de vues et de son, montage et mixage…

– L'*Institut supérieur du cinéma, de l'audiovisuel, du multimédia et de la musique*

L'ISCAM est un jeune institut privé qui a ouvert officiellement ses portes le 29 octobre 2015 à Ouagadougou. Il offre une formation académique dans les différents métiers du cinéma, de l'audiovisuel, du multimédia et de la musique. La particularité de cet institut est le système Licence, Master, Doctorat dans lequel il s'inscrit, avec des possibilités de licences professionnelles dans le domaine du cinéma, de l'audiovisuel et de la musique. L'institut ambitionne former surtout entre autres, des techniciens supérieurs du cinéma et de l'audiovisuel, des scénaristes, des réalisateurs, des professeurs agrégés et certifiés de musique.

– L'*Institut des technologies modernes du développement*

Reconnu officiellement par l'agrément de l'État n°2005-0280/MESSRS/CNESSP/SP, l'ITMD est un institut privé qui a vu le jour en 2003. À l'origine de cette création, l'ambition était de permettre aux élèves et étudiants d'acquérir une spécialisation dans les filières industrielles, tertiaires et des cours de perfectionnement en anglais. Les filières *Arts et Cinéma* n'ont été intégrées dans les modules de formation de l'institut qu'à partir de la rentrée 2005-2006.

– L'*Institut imagine*

Né de l'initiative du cinéaste Gaston J. M. KABORE en février 2003, *Imagine* est un institut international de formation continue et de perfectionnement dans les métiers du cinéma, de la télévision et du multimédia. L'offre de formation qui le caractérise se déroule sous forme d'atelier d'une durée allant de deux à six semaines surtout sous l'encadrement de professionnels nationaux et internationaux.

Il n'existe pas d'enseignement permanent à *Imagine*. Les modules de formation sont organisés sous forme de panels professionnels ponctuels et de formations à la « *carte* ».

4. L'analyse de la production cinématographique et audiovisuelle

a. Les forces et les faiblesses de la réalisation

Le cinéma burkinabè était un cinéma d'État jusqu'au tournant des années 1990. Il avait pour vocation de sensibiliser les masses et d'éduquer le peuple sur les enjeux du développement. La préoccupation commerciale des œuvres cinématographique n'existait pratiquement pas. Cette attitude vis-à-vis du marché a eu comme conséquences, la faiblesse de la production de films de fiction orientés vers le marché. À l'inverse, les films documentaires et de sensibilisation, commandés, soit par l'État, soit par les partenaires au développement, ont connu de beaux jours.

Au cœur du succès du film, la réalisation et la création ont connu des années de gloire avec des œuvres inédites, avant d'entamer leur descente aux enfers, au tournant des années 2000 et 2010, avec beaucoup plus d'œuvres populaires et commerciales. Trop peu de scénaristes sont alors capables de raconter une histoire originale avec une intrigue artistiquement pointue, faute de formation de haut niveau en scénarisation. Les œuvres se succèdent donc et se ressemblent. Beaucoup s'improvisent ainsi réalisateurs, sans formation et très peu d'expérience. Il en est ainsi de certains comédiens qui, après avoir joué dans des films ou séries-télé, se sont mus en réalisateurs de films-fiction. Le travail artistique de ces films se révèle au rabais et laisse la part belle à la facilité d'histoires populaires correspondant aux goûts d'une certaine classe sociale. Cette situation nouvelle (facilitée par la réalisation en format vidéo) a créé deux camps de réalisateurs : le camp de ceux qui défendent les films d'auteur et celui de ceux qui produisent des films populaires, avec le crédo « *populariser le 7^{e} art ! »*.

b. Les forces et les faiblesses de la production

- *La vivacité de la production*

Dans les années 1990, le Burkina Faso était dans le peloton de tête, avant que la crise de la distribution et de l'exploitation des films ne s'installe un peu partout en Afrique subsaharienne. Au tournant du siècle, un réalisateur-producteur soutenu par les techniques numériques a cependant révolutionné la production au Burkina Faso, avec au moins une production par an : Boubacar DIALLO. L'auteur explique sa façon d'opérer :

> *« J'essaye de faire un film chaque année, ou une série télé, sinon la société de production va fermer. Si vous faites un film tous les trois ans, comment payer les charges ? Il y a des produits dérivés, des petits marchés de spots institutionnels de sensibilisation, des spots télé publicitaires etc. qui aident la maison à tenir, mais en termes de projets, je fais un film chaque année, même*

> *s'il a été écrit il y a plusieurs années ; je le revisite, on fait la réécriture et puis on recherche de financements… Et pendant que ce dossier-là est en attente des financements, il y en a un qui est plus abouti qu'on va réaliser, en attendant l'autre. Donc, comme mon truc c'est d'écrire, j'ai plusieurs projets d'avance. Trois ans pour monter un film est un délai normal. Donc, si je réussis à faire un film chaque année, ça ne veut pas dire que je vais vite, c'est une organisation et une planification. Il y a de la matière, et cela dépend des opportunités. Et je ne me fixe aucune barrière. Julie et Roméo fait référence à l'œuvre de Shakespeare : pourquoi ce ne serait pas possible de faire une adaptation à l'africaine, qu'elle soit bonne ou pas ? L'intention, c'est d'attirer l'attention sur ce que nous faisons ici, avec une femme au premier plan, et une histoire de magie africaine. C'est juste de la fantaisie pure, on est dans le cinéma ».* [237]

- *La faiblesse tout de même de la production*

Quoi qu'on dise, la production cinématographique reste globalement faible au Burkina Faso. Les réalisateurs proposent en moyenne un film tous les 3 ou 5 ans, dans le meilleur des cas. Tous genres de films confondus, la production annuelle ne dépasse pas la cinquantaine de films. Cette faiblesse de la production cinématographique rend difficile le développement de la filière. Certains des acteurs de la filière (surtout des réalisateurs et des producteurs) expliquent cette faiblesse par le manque ou la faiblesse du financement, dû non, seulement à la réduction du rôle de l'État mais aussi à la fermeture des guichets financiers extérieurs, qui rendent la production précaire. Mais aujourd'hui les raisons sont plurielles. Il faut ainsi questionner la formation de réalisateur, la professionnalisation des producteurs, l'organisation (sinon la réorganisation) des acteurs.

– *Le passage au numérique*

Après quelques années d'hésitation, poussés par l'envie de tourner des films, et malgré les critiques des « *anciens* », certains réalisateurs ont opté pour les techniques numériques. Depuis lors (2000-2010), dont certains d'entre eux autrefois réticents, nombreux réalisateurs y sont venus, finalement.

> *« Pendant longtemps, on a opposé systématiquement le numérique et le 35mm. Je disais que le numérique est un nouvel outil, qui évolue très vite et que bientôt, ils n'auront pas le choix. Aujourd'hui, personne ne se pose plus la question avec son téléphone portable… Les nouvelles technologies sont arrivées et avec les caméras 2K, 4K, on ne parle plus de cet antagonisme. J'ai*

237 BARLET, Olivier. 2017. « Boubakar Diallo : Répondre aux attentes des spectateurs ». *Africultures* (blog). 6 septembre 2017. http://africultures.com/boubakar-diallo-repondre-aux-attentes-spectateurs/

obtenu l'Ecran d'or *en 2012 au* Festival Ecrans noirs *à Yaoundé avec Julie et Roméo, dont j'ai le trophée, même si je n'ai pas encore reçu le chèque. Ce qui est intéressant, c'est que le promoteur de ce festival, Bassek Ba Kobhio, qui est un grand réalisateur, faisait partie avant de ceux qui disaient « ce n'est pas un cinéaste, il fait de la vidéo » et on ne parlait plus du numérique. Mais quelques années après, il m'a invité à son festival, il a reconnu qu'il faisait partie de ceux qui pensaient comme cela mais que c'était une bêtise. J'ai envoyé un film, puis un deuxième et un troisième qui a été primé par la suite, donc lui a évolué, voilà, même si d'autres freinent encore ».*[238]

Le tableau ci-dessous montre la part des films tournés sur supports numérique de 2000 à 2008 au Burkina Faso.

Tableau 50: Part de la production numérique de 2000 à 2008

Années	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Total
Production totale	5	5	3	8	11	18	35	10	31	126
Production numérique	1	1	1	2	9	13	25	7	26	85
Production numérique (%)	20	20	33	25	82	72	72	70	84	67

Source : sur la base du travail de BANAO 2010[239]

Le réalisateur-producteur qui a le plus profité du numérique, Aboubacar DIALLO, raconte comment il a appréhendé l'usage du numérique dans sa production cinématographique :

« Ceux qui avaient l'habitude de tourner en 35mm avaient des gros budgets, mais qu'ils ne pouvaient plus obtenir à partir de la fin des années 1990. D'ailleurs, la plupart des grands réalisateurs n'ont pas produit de films depuis quelques années, parce qu'ils sont restés dans le secret espoir du retour à cette époque… Sembène Ousmane est décédé (en 2007), mais il aimait raconter qu'il avait un projet, un grand projet qui aller couter un milliard F CFA. Mais à force d'attendre le milliard, il est décédé sans le faire. Donc il n'est peut-être pas utile de faire un tel film, vu que dans nos réalités économiques, pour moi, c'est presque un non-sens de faire un film à un milliard. Un film américain qui se fait à plusieurs millions de dollars, ça répond à une logique économique, car cet argent investi va être amorti après que le film soit sorti dans 800 salles. Donc, on ne peut pas s'identifier à ce modèle, dans un pays qui n'a pas de salle de cinéma, juste en voulant passer dans les festivals, parce que le paradoxe est que beaucoup de films africains n'ont jamais été vus par le public africain. Il est important que les gens s'approprient leur cinéma, plutôt que cela reste quelque chose d'élitiste, qui vient de façon sporadique, une semaine tous les deux ans pour le FESPACO. Avec les sommes investies, il est dommage que ces films soient réservés au public des festivals. Surtout que vous avez 40 % des mêmes têtes qui font tous les festivals classiques, donc en fait, vous montrez vos films aux mêmes personnes, alors que vous tournez pour le public africain qui est là, et qui est demandeur. Il faut aller vers le public, on fait un film pour le public : c'est comme un livre, s'il ne sort pas de votre bibliothèque, vous le montrez à vos seuls visiteurs mais il ne sert pas à grand-chose ; il

[238] BARLET, Olivier. 2017. « Boubakar Diallo : Répondre aux attentes des spectateurs ». *Africultures* (blog). 6 septembre 2017. http://africultures.com/boubakar-diallo-repondre-aux-attentes-spectateurs .

[239] BANAO, Moumouni. 2010. « L'avènement du numérique et la production cinématographique au Burkina Faso: enjeux et perspectives ». Mémoire. Ouagadougou, Burkina Faso: ENAM.

> *faut que les gens le lisent. Donc il faut avoir cette possibilité de proposer aux gens, d'aller vers le public, pour qu'il voie vos films, s'approprie le cinéma africain contemporain. D'autant que pour certains vieux films, y compris des grands succès du cinéma africain, les copies n'existent nulle part ailleurs qu'à la cinémathèque en France, ce qui est un problème ».*[240]

Ces propos dénotent la réticence au numérique et le pragmatisme d'une nouvelle génération de producteurs. À maintes reprises, nous avons entendu à maintes reprises des acteurs dire que le numérique a donné l'illusion aux jeunes que la production cinématographique est une aventure facile ; le numérique aurait facilité l'entrée de plusieurs dans le métier de producteur ou de réalisateur, avec beaucoup d'amateurisme. Cette catégorie d'acteurs expliquent alors la baisse du niveau technique et artistique des films produits grâce au numérique par le fait de la facilité qu'offre l'industrie technique numérique. Aujourd'hui, il est certain que presque tous réalisent en ayant recours au numérique.

– *La qualité des œuvres*

Quoique subjectif, le jugement des œuvres cinématographiques peut se faire tout de même autour de critères d'appréciation, comme la qualité technique (image, son, décor, effets spéciaux…), l'originalité et le traitement du scénario, le jeu d'acteurs, etc. Force est de reconnaitre que les films burkinabè souffrent d'une crise de croissance qualitative, dont les principaux éléments sont l'absence de renouvellement de la créativité, la mauvaise maitrise des scénarios, la prise en compte insuffisante de certains paramètres artistiques dans les films comme la musique, le décor et les éléments du patrimoine culturel national. Comme conséquence, les films destinés à l'exploitation commerciale connaissent des fortunes diverses. Une des causes de la faible fréquentation des salles de cinéma pourrait s'expliquer par cet état de fait. Cela fait longtemps que le Burkina Faso n'a plus obtenu un *Étalon de Yennenga*, la plus haute distinction et récompense décernée par le FESPACO au meilleur réalisateur de film. Il n'y a pas d'autres explications que la qualité des œuvres produites par les réalisateurs burkinabè, après le dernier *Étalon* reçu par Gaston KABORÉ.

– *Le matériel technique*

Le pays dispose d'un matériel technique adéquat et d'un personnel compétent pour la réalisation de films cinématographiques et vidéographiques. Il n'existe cependant pas d'industrie technique organisée et professionnelle. Aucun fabricant et de service après-vente de matériel cinématographique et vidéographique n'existe encore dans le pays. La formation

[240] Source : (BARLET 2017), http://africultures.com/balufu-bakupa-kanyinda-cinema-art-politique/ consulté le 22 février 2017.

pour une utilisation optimale du matériel, surtout numérique, fait défaut. La maintenance des équipements techniques est un problème, parce qu'il n'existe pas une maison de réparation des équipements comme les caméras et les appareils photo.

– *La professionnalisation et la spécialisation des acteurs*

Face à la précarité du secteur, nous pouvons remarquer que la majorité des réalisateurs ont fait le choix de posséder leurs sociétés de production qui produisent pour eux-mêmes. Un déficit est donc constatable dans tous les corps de métiers de la production cinématographique. S'autoproduire est une stratégie d'acteur, mais ne saurait faire la règle dans l'organisation d'une filière aussi exigeante que celle du cinéma. Or au Burkina Faso, chaque porteur de projet cinématographique crée systématiquement sa société de production, avec l'argument financier à la clé : un tel choix permet de maitriser les finances et de faire des économies d'échelle. Puisque la rentabilité est difficile, voire impossible, avec les seules entrées en salles, le réalisateur ou producteur travaille donc à maitriser à 360° le modèle économique qui va avec la sortie d'un film. Ainsi, la même personne, avec la même œuvre cinématographique, émarge de façons différentes à plusieurs guichets et s'en sort avec un peu plus d'argent, au compte de la même « *boîte de production* ». En discutant avec les acteurs, nous avons réalisé que c'est vraiment la précarité et la conjoncture qui poussent à ce comportement, sinon, nombre d'entre eux aurait souhaité se spécialiser et ne se concentrer que sur ce qu'ils savent faire de mieux. La maitrise de la chaine de valeur complète n'est pas le problème que nous relevons ici mais, partant du contexte des sociétés de production cinématographique du Burkina Faso, contexte caractérisé surtout par l'insuffisance de ressources qualifiées et des moyens financiers, il nous a semblé apercevoir un défaut d'organisation plutôt qu'une stratégie de marché. En effet, que couterait à un groupe de producteurs de se mettre ensemble pour avoir une structure plus forte et capable de s'imposer sur le marché du cinéma et de la vidéo ? Les petits avantages liés à la création d'une structure de production pour assurer le tournage de ses propres films se révèlent d'un calcul simpliste, court-termiste et sans réel avenir, vu sous l'angle économique.

Par ailleurs, le pays ne parvient pas à se doter d'un pôle multi-industriel, malgré les possibilités pour pallier tous ces problèmes en créant carrément une « *ville-cinéma* ». Un aménagement de ce type pourrait sans doute permettre de réduire les problèmes liés à la réalisation mais surtout, contraindre à la professionnalisation et à la spécialisation.

– *Le débat sur la production de film populaire*

Toujours au tournant des années 2 000 avec le recours aux techniques numériques, un vrai débat s'est engagé entre les « *vrais* » cinéastes et ce qu'il convient de nommer les « *vidéographes* ». Cette guerre a été décrite par Aboubacar DIALLO en ces termes :

> « *Les schémas que j'ai proposés aux professionnels du cinéma ici, que j'ai proposés aux gens du MAE, de la Francophonie, nous auraient permis, s'ils m'avaient écouté, qu'on devance Nollywood. Mais personne ne m'écoutait parce que je n'ai pas les galons du cinéma, je n'ai pas fait la Sorbonne, je n'ai pas fait la FEMIS, donc quand je parle, personne ne m'écoute. En 2005, le réalisateur Denis Kouyaté, un ami, me dit que dans un colloque organisé par la Francophonie, on avait parlé de mon expérience. Ils ne m'avaient pas associé pour que je parle de mon expérience ! Ce sont eux les professionnels, ils ont parlé de ce que, moi, je fais, mais sans m'y inviter ! Jusqu'à présent, ces gens estiment que Boubakar Diallo ne fait pas du cinéma. C'est le modèle francophone, c'est l'esprit franco-français, le cinéma d'auteur* ».[241]

Le constat est que les films dits « *populaires* » font vivre les salles de cinéma et maintiennent un petit public encore acquis. Les codes se bousculent et il y a lieu de comprendre toutes ces mutations de la production afin d'apporter des réponses adaptées. C'est par exemple la possibilité d'encadrer les nouveaux (jeunes) réalisateurs-producteurs par des sessions de formation à la carte, ou de les contraindre par la loi et la règlementation à un minimum de qualité de leurs œuvres. Puisqu'ils émargent souvent au budget de l'État pour la réalisation de leur film, on peut édicter des conditionnalités artistiques à satisfaire pour bénéficier de cet appui de l'État. C'est par exemple la présence dans l'équipe technique et artistique d'une personne ressource, donc d'expérience, qui va jouer le rôle de parrain artistique. Ainsi, petit à petit, sans contraindre ces amoureux de la production cinématographique au silence, on pourra « *recadrer* » les jeunes réalisateurs pour les inciter à se remettre en cause et à adopter les bonnes pratiques de la production cinématographique. Jusque-là, ce que nous observons, c'est la défiance et la méfiance entre acteurs.

> « *Moi, je n'ai pas besoin d'étiquette. Je fais des films, je les propose en salle, ceux à qui ça plait viendront les voir. Maintenant, il y a des gens qui ont besoin de dire :* « Non ça c'est film d'auteur, ça c'est film populaire ». *Ceux qui font l'étiquetage pensent qu'un film est populaire à partir du moment où il plait au public. Est-ce que le choix du public n'est pas important ? Ou*

[241] BARLET, Olivier. 2017. « Boubakar Diallo : Répondre aux attentes des spectateurs ». *Africultures* (blog). 6 septembre 2017. http://africultures.com/boubakar-diallo-repondre-aux-attentes-spectateurs

un film quand la moitié des gens sortent parce qu'ils n'ont rien compris, c'est un film d'auteur ? C'est pour ça qu'ils n'ont pas compris ? Ou peut-être que c'est mal écrit, tout simplement ».[242]

c. Les autres forces et faiblesses

- *L'environnement institutionnel*

Le sous-secteur *Cinéma et audiovisuel* est piloté par une administration culturelle, qui définit et met en œuvre la politique culturelle nationale. C'est donc le ministère de la Culture, des Arts et du Tourisme qui met en œuvre les politiques en matière de cinéma à travers la *Direction générale du cinéma et de l'audiovisuel* (DGCA). Cette Direction technique coordonne, promeut et règlemente l'activité cinématographique et audiovisuelle au Burkina Faso. La DGCA comprend *la Direction du développement et du contrôle de la production et de la diffusion* (DDCPD), la *Direction de la promotion et de la coopération* (DPC), et enfin la *Direction des affaires juridiques et de la documentation* (DAJD).

En plus de la DGCA, d'autres structures étatiques travaillent à accomplir les missions de promotion cinématographique et de mise en œuvre de la politique du cinéma et de l'audiovisuelle. Ce sont notamment : le *Festival panafricain du cinéma et de la télévision de Ouagadougou* (FESPACO), l'*Institut supérieur de l'image et du son / Studio-école* (ISIS/SE), le *Centre national des arts du spectacle et de l'audiovisuel* (CENASA), le *Bureau burkinabé du droit d'auteur* (BBDA), la *Radiodiffusion télévision du Burkina Faso* (RTB).

Au regard de ce qui précède, l'environnement institutionnel est un environnement globalement favorable au développement d'une industrie du cinéma. L'existence même d'une structure de référence, la DGCA, pour l'ensemble des acteurs permet en effet de fédérer les actions et d'orienter lesdites actions dans la bonne direction. L'enquête a montré que cette Direction bénéficie d'une confiance de la part des acteurs principaux (producteurs, artistes-comédiens…) et d'une certaine crédibilité auprès des partenaires, dans sa capacité à élaborer et à mettre en œuvre des projets et programmes pour le cinéma burkinabè. Le personnel évolue aussi en nombre au compte de la DGCA, comme l'indique le tableau ci-dessous.

Tableau 51: Évolution du personnel du cinéma et de l'audiovisuel

Années	**2013**	**2014**
Administrateurs du cinéma et de l'audiovisuel	14	22
Ingénieurs du cinéma et de l'audiovisuel	15	17
Techniciens supérieurs du cinéma et de l'audiovisuel	33	34
Agents d'exécution spécialisés du cinéma et de l'audiovisuel	25	23
Total	**87**	**96**

Source : sur la base des chiffres de l'annuaire statistique 2014 (publié en août 2016)

[242] BARLET, Olivier. 2017. Ibid.

Même si on reconnait à l'environnement institutionnel un certain nombre de forces, l'enquête a révélé beaucoup de faiblesses qui sont handicapantes. Nous pouvons identifier l'instabilité institutionnelle, qui caractérise le département en charge de la culture en général mais surtout, l'administration du cinéma en particulier. Tantôt les Directions sont scindées, tantôt regroupées, parfois même carrément supprimées. C'est une situation qui ne permet pas de consolider les acquis et en suivre l'évolution pour évaluer la mise en œuvre de projets ou de programmes.

Aujourd'hui, le secteur de l'audiovisuel échappe au ministère en charge de la culture, parce que entre-temps, le ministère de la Culture et de la Communication a été scindé en deux ministères. D'un côté, le ministère en charge de la Communication et de l'Information et de l'autre, le ministère en charge de la culture, des arts et du tourisme. Les mesures administratives fortes n'ont toujours pas été prises, pour la continuité des actions et la réorganisation rapide des cadres administratifs, nécessaires à la poursuite des initiatives engagées.

Une autre faiblesse constatée, c'est la question des capacités financières de l'administration du cinéma. Ces problèmes réduisent les agents de la DGCA aux actes administratifs de bureau, au lieu d'être des acteurs de terrain proches des acteurs du privé. L'absence de moyens financiers explique en partie le faible niveau de respect des lois et règles en matière d'exercice des fonctions de cinéma et de l'audiovisuel. Il arrive souvent que la moitié de l'année se soit écoulée sans qu'aucune activité du plan d'action annuel n'ait été exécutée. Dans le meilleur des cas, on assiste à une concentration d'activités vers la fin de l'année fiscale. Une telle concentration, voire précipitation (pour absorber le budget), ne garantit pas la qualité des actions, ni leur impact sur la filière. Par ailleurs, nous pouvons citer les problèmes infrastructurels matériels et logistiques ; l'insuffisance de profils adaptés aux missions ; l'insuffisance de données statistiques fiables ; l'absence d'autonomie de gestion et la non-opérationnalisation de la commission de délivrance de visa d'exploitation des films.

Encadré 13: Missions et acquis de la DGCA:

Missions de la DGCA
La DGCA est chargée de façon spécifique de : ✓ promouvoir le développement de l'industrie du cinéma et de l'audiovisuel à travers les secteurs de la production, de la distribution, de l'exploitation, des industries techniques, de la formation et de la promotion ; ✓ assurer l'exécution et le contrôle des mesures législatives et règlementaires relatives à la profession cinématographique et audiovisuelle, notamment celles concernant l'organisation des entreprises cinématographiques et audiovisuelles ; ✓ mettre en œuvre et contrôler de la règlementation relative à l'organisation des métiers du cinéma et de l'audiovisuel ; ✓ délivrer les autorisations d'exercice de la profession cinématographique et audiovisuelle, les cartes professionnelles, les autorisations de tournage et les autorisations de prise de vues ; ✓ tenir le registre public du cinéma et de l'audiovisuel ; ✓ organiser la billetterie du cinéma et de l'audiovisuel ; ✓ soutenir la structuration des organisations professionnelles du cinéma et de l'audiovisuel.

Source : PDCA, 2017 (Document de travail)

L'environnement institutionnel, même s'il existe, est confronté, comme la plupart des administrations publiques, à des problèmes de moyens de fonctionnement, à la faiblesse des moyens financiers et humains, tant en qualité qu'en quantité. L'ensemble de ces structures étatiques travaille en partenariat avec le secteur privé et les organisations professionnelles.

- *L'environnement financier*

Le pays a toujours déployé des initiatives pour aider les cinéastes dans le financement de leurs projets. Cela s'est concrétisé par la création en 1970 d'un fonds dénommé *Fonds pour le développement et l'extension de l'activité cinématographique (*FODEAC)[243]. Le ministère octroie de nos jours des subventions aux cinéastes et aux producteurs à travers ledit *fonds*. L'enveloppe annuelle est de 25 millions. Face à la modicité des sommes allouées, en 2013, le ministre en charge de la culture a introduit une requête auprès des plus hautes autorités, pour la revalorisation dudit fonds, à hauteur de 200 millions de francs. La revalorisation d'un tel fonds devrait permettre à l'État de soutenir le projet de relance de la production cinématographique et audiovisuelle et, par là-même, de toute l'industrie du cinéma au Burkina Faso. Il était question de commencer avec le chiffre de 200 millions F CFA, pour le faire passer progressivement de 300 millions de francs CFA en 2015, pour atteindre le montant symbolique de 500 millions F CFA à partir de 2016[244]. Mais comme l'indique le tableau ci-dessous, ce vœu est encore un vœu pieu en 2017 et 2018.

Le financement des activités cinématographiques et audiovisuelles repose sur trois sources principales : l'État, le secteur privé et les partenaires techniques et financiers.

Le financement étatique est très insuffisant et surtout incertain, provenant d'une ligne budgétaire aussi mince que le budget global alloué à la culture. Les autres financements pouvant encore provenir de l'État et qui auraient pu être structurants sont quasi inexistants. C'est le cas de la « *Taxe sur le développement des activités audiovisuelles de l'État* ». Par ailleurs, la contribution attendue de la Télévision nationale dans le cadre de l'appui à la production est très faible, à telle enseigne qu'on pourrait même l'ignorer.

Le tableau suivant montre l'apport de l'État dans le financement des films au Burkina Faso, à travers le *Fonds pour le développement et l'extension de l'activité cinématographique*.

243 Le FODEAC est la suite logique de la nationalisation des salles de cinéma en 1970. Ce fonds était alimenté par les recettes de la SONACIB, à hauteur de 15 % (5 % du droit du timbre et 10 % de la taxe sur le chiffre d'affaire). Ce fonds a permis dans le temps à l'État de produire ou de co-produire des films. Mais depuis les difficultés rencontrées par la SONACIB jusqu'à sa liquidation administrative en 2007, ce fonds connait une léthargie. Le FODEAC est cependant l'un des dispositifs de financement public qui a le mérite d'exister.

244 Rappel, 1 € est égal à 655,957 F CFA.

La modestie de ces lignes budgétaires montre bien les faiblesses de la production relative de la filière *Cinéma et audiovisuel*.

Tableau 52: Évolution de l'appui financier de l'État au cinéma

Années	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Total appui aux cinéastes	**120 650 000**	**39 000 000**	**32 198 618**	**60 000 000**	**41 000 000**	**-**	**46 500 000**	**-**	**188 000 000**	**168 200 000**	**203 700 000**

Source : DGCA, 2017

A titre d'exemple, et pour mieux cerner la faiblesse des financements, l'année 2016 a distribué la plus forte enveloppe budgétaire (200 millions F CFA) sur les dix dernières années. Mais quand on observe le nombre de films soutenus dans la même année (19), la moyenne globale donne 10 millions de F CFA par film. Aussi, la dispersion de cette subvention montre des écarts importants. Certains projets ont reçu des sommes modiques de 500 000 F CFA, 1 000 000 F CFA et d'autres 5 000 000 F CFA ou 10 000 000 F CFA. Les projets de films, soutenus dans le cadre du FESPACO 2017, ont reçu, eux, la somme de 50 000 000 F CFA.

Dans le secteur privé, des initiatives de sponsoring et de mécénat existent, mais celles-ci restent à structurer et à formaliser pour espérer plus d'effets.

Certains partenaires, notamment les institutions bancaires, estiment que les projets de films ne sont pas rentables et présentent des risques énormes. De ce fait, ils ne sont pas nombreux, ces réalisateurs ou producteurs, qui bénéficient de crédits bancaires pour la mise en œuvre de leurs projets.

Le financement international est en voie d'assèchement, assuré par les partenaires techniques et financiers (Union européenne, Organisation internationale de la Francophonie, ministère français des Affaires étrangères, *l'Union économique et monétaire Ouest-africaine*, la *Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest*).

Globalement, l'environnement des financements des projets cinématographiques et audiovisuels est caractérisé par la rareté des fonds, la rétractation des partenaires traditionnels en matière d'appui à la production et la méfiance encore tenace des institutions financières. Le *Fonds de développement de la culture et du tourisme* est le dernier espoir des acteurs, en matière de financement des projets de réalisation et de production de films. C'est un fonds qui a un guichet consacré à l'avance sur recettes et qui pourrait intéresser les producteurs de films. Mais ce fonds est hélas faiblement doté pour soutenir une bonne centaine de projets à la fois.

- *L'environnement règlementaire et juridique*

L'activité cinématographique et audiovisuelle a bénéficié très tôt d'une règlementation. Depuis 1961, l'activité cinématographique et audiovisuelle au Burkina Faso est régie par des textes règlementaires, dont les plus importants sont la Zatu (Ordonnance) N° AN VIII 0029 bis/FP/PRES du 14 mars 1991, portant définition des conditions d'exercice de la profession cinématographique au Burkina Faso et ses différents textes d'application. Toutefois, l'évolution de la filière a vite montré les limites de la Zatu, qui a dû faire face à certaines questions fondamentales comme celles relatives à la vidéo et à la formation. C'est ce qui explique qu'en 2004, elle fut abrogée et remplacée par la loi N° 047-2004/AN du 25 novembre 2004, portant loi d'orientation du cinéma et de l'audiovisuel. Même si ce texte de loi a été voté à la satisfaction des acteurs, il a fallu attendre 2013 pour voir pris les textes d'application (voir encadré).

Encadré 14: Textes d'application de la loi 047

Textes d'application de la loi 047

- le décret n° 2013-384/PRES/PM/MCT du 21 mai 2013, portant conditions d'exercice de la profession cinématographique et audiovisuelle.
- l'arrêté N° 2013-099/MCT/SG/DGCA du 28 Octobre 2013, portant conditions de délivrance des autorisations de tournage et de prise de vues.
- l'arrête N° 2013-0100/MCT/SG/DGCA du 28 Octobre 2013, portant conditions de délivrance et de retrait de la carte professionnelle du cinéma et de l'audiovisuel.
- l'arrête N° 2013-0101/MCT/SG/DGCA du 28 Octobre 2013, portant conditions et modalités de délivrance et de retrait de l'autorisation d'exercice de la profession cinématographique et audiovisuelle.
- L'arrêté n° 2013-102/MCT/SG/DGCA du 28 octobre 2013, portant création et modalités de tenue du registre public du cinéma et de l'audiovisuel.
- L'arrêté n° 2013-103/MCT/SG/DGCA du 28 octobre 2013, portant création, attribution, composition, organisation et fonctionnement de la commission de délivrance des visas d'exploitation des films.

Source : notre enquête de terrain, 2017.

La loi en question a décliné la structuration des activités cinématographiques et audiovisuelles, ainsi que celle des différents métiers liés à ces activités. Elle donne les finalités de l'activité cinématographique et audiovisuelle ; définit le cinéma, l'audiovisuel, les différents secteurs de l'activité cinématographique et audiovisuelle et en précise l'organisation administrative. Cette loi fixe les conditions de la production, de la distribution, de l'exploitation et de la promotion du cinéma et de l'audiovisuel, ainsi que de la formation aux métiers y afférents. Enfin, la même loi précise l'esprit du financement et de la promotion du cinéma et de l'audiovisuel.

Globalement, la loi d'orientation du cinéma et de l'audiovisuel au Burkina Faso est libérale. Le secteur est ouvert à toute personne désirant y exercer, sans distinction de nationalité.

L'environnement juridique présente cependant des faiblesses, parmi lesquelles nous pouvons citer les difficultés de mise en œuvre des textes. Par exemple, un tournage de film ou de prise de vues sur l'ensemble du territoire national devrait faire l'objet d'une obtention préalable d'autorisation correspondante. D'après l'entretien que nous avons obtenu avec le Directeur général de la cinématographie et de l'audiovisuel, c'est une mesure qui a de la peine à se faire respecter par les acteurs.

> *« C'est souvent dans les médias que nous apprenons que tel réalisateur est en tournage de son film ; ou encore, quand certains producteurs rencontrent des difficultés sur le terrain (par exemple le refus des communautés d'accueillir des réalisateurs sur des sites ou sites sacrés) qu'ils se réfèrent à nous pour débloquer la situation et c'est en ce moment précis que nous apprenons qu'ils sont en tournage ».*[245]

Or, il est prouvé que de telles autorisations présentent des intérêts pour tous les acteurs. En effet, elles permettent d'établir des statistiques culturelles, d'affiner des politiques publiques et de protéger l'artiste et le producteur entre autres.

L'autre exemple est relatif à la délivrance des visas, comme le prévoit l'arrêté n° 2013-103/MCT/SG/DGCA du 28 octobre 2013. L'opérationnalisation d'une telle mesure n'est pas encore effective. Or, le visa devrait précéder la mise en exploitation des films produits au Burkina Faso, ou même importés. Le visa, rappelons-le, est un instrument qui permet à l'administration publique de contrôler les films, pour tenir compte des intérêts et valeurs nationaux, en termes de bonnes mœurs notamment.

Enfin, certains réalisateurs exercent, sans avoir au préalable déposé une demande et obtenu une carte professionnelle. L'administration culturelle observe impuissante, nous semble-t-il, malgré la pertinence et la justesse des textes règlementaires.

- *La formation des ressources humaines*

S'agissant de relever les forces et les faiblesses de la production cinématographique, le dernier aspect que nous voudrions considérer est, *in fine,* le domaine de la formation. L'avènement des technologies numériques a facilité l'accès des jeunes aux métiers du cinéma, sans formation aucune. La facilité d'utilisation du matériel numérique et la diminution des couts de production poussent effectivement les jeunes à embrasser le métier de cinéaste sans un minimum de connaissances ; ce qui ne permet pas d'avoir des films de qualité. Sans chercher à arrêter cette

[245] Entretien réalisé le 6 juin 2017 à 10h30 dans le bureau du Directeur général.

nouvelle dynamique qu'offrent les nouvelles technologies, s'il est vrai que le projet de relance de la cinématographie burkinabè est une nécessité impérieuse, il convient de s'atteler à organiser des stages de formation dans les différents domaines techniques.

Doivent ainsi faire l'objet d'une attention particulière les corps de métiers du cinéma et de l'audiovisuel qui manquent de personnel qualifié et en nombre. C'est le cas de la décoration, de l'écriture de scénario, de la Direction de la photographie, du maquillage…, pour ne citer que ces métiers.

Pendant l'enquête, nous avons remarqué que certaines structures de type associatif proposent des offres de formation continue mais sans avoir pour autant de reconnaissance officielle. Pour améliorer l'action de ces structures, il serait indiqué d'entamer une démarche de reconnaissance desdites formations, par la validation des acquis ou la normalisation des diplômes (jusque-là, les attestations ou certificats de participation, sont délivrés aux impétrants par la structure de formation elle-même, sans plus de contrôle).

En conclusion à cette section, nous pouvons retenir que la production cinématographique et audiovisuelle présente bien des forces, mais aussi des faiblesses. Nous pouvons désormais en recenser les premiers : l'accroissement du nombre de films produits ; l'existence de structures de production dûment agrées ; l'existence d'un parc de matériels de production et de post-production ; l'existence de professionnels qualifiés ; l'existence d'une ligne budgétaire destinée à soutenir la production malgré le marasme de ces financements ; l'existence de textes règlementaires régissant le secteur de la production, fruit d'une longue lutte menée à travers de nombreuses réflexions, rencontres et actions tels les *États généraux du cinéma* en 1997, la rédaction du *Livre blanc* sur le cinéma et l'audiovisuel en 1998, l'atelier de réflexion sur la problématique de la formation en 2003 ; l'existence d'une pépinière de professionnels sur le marché de l'emploi surtout avec l'ouverture en 2006 de l'ISIS-SE ; l'existence d'un fonds de développement de la culture et du tourisme dont le premier appel à projets a été lancé en 2017 et enfin, sans être exhaustif, l'existence d'un *Fonds pour le développement et l'extension de l'activité cinématographique* (FODEAC).

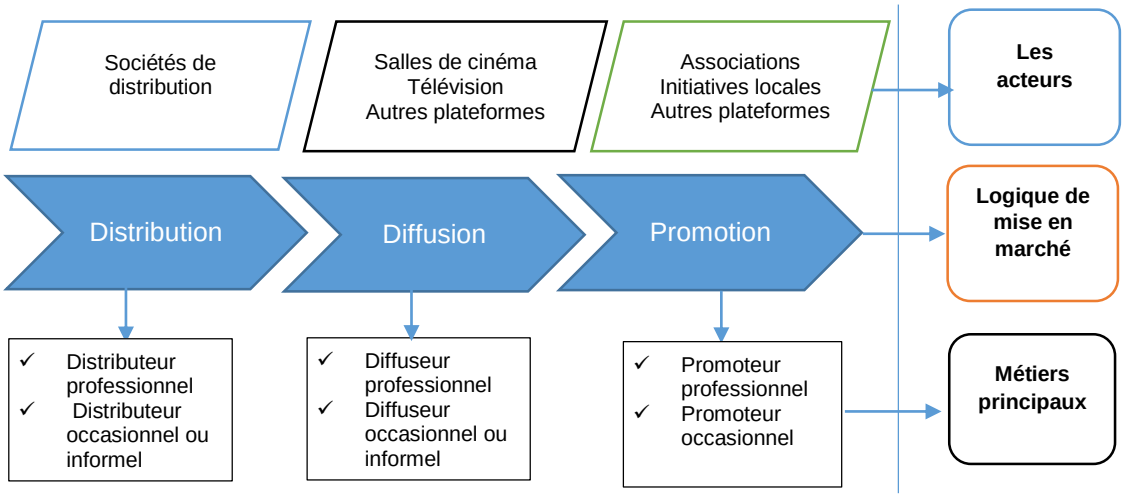
Face à ces acquis qui constituent des forces indéniables, se dressent des obstacles, encore majeurs, pour le développement d'une véritable industrie du cinéma. On peut résumer les faiblesses de la production cinématographique en ces points : l'émiettement des structures de production ; le nombre croissant des techniciens non qualifiés ; la faiblesse du fonds destiné au cinéma ; la faiblesse de la ligne budgétaire allouée à l'activité cinématographique ; l'absence de mesures coercitives pour faire appliquer la loi et la règlementation ; la faiblesse de

l'accompagnement technique et financier de la part des partenaires et des institutions financières, l'édition d'un catalogue des films produits fait défaut, etc.

B. Organisation de la distribution cinématographique et audiovisuelle

Après la production, la principale activité est la distribution qui assure l'intermédiation entre la production et l'exploitation des œuvres cinématographiques et audiovisuelles. La distribution cinématographique et audiovisuelle est le processus par lequel une personne morale approvisionne en films des exploitants de salles de cinéma, des chaines de télévision, des vidéoclubs, les plateformes de diffusion numériques et tout autre exploitant utilisant des canaux de diffusion connus.

Figure 8: Les maillons de la mise en marché des produits cinématographiques et audiovisuels



Source : Auteur, 2017

1. La chaine de distribution des produits audiovisuels

Le secteur de la distribution regroupe l'ensemble des activités relatives à l'acquisition, à l'importation, à l'exportation et à la promotion commerciale des films cinématographiques et audiovisuels.

Au Burkina Faso, ce secteur a été dominé, avant et après les Indépendances, par deux sociétés étrangères : la *Compagnie africaine cinématographique et commerciale* (COMACICO) et la *Société d'exploitation cinématographique* africaine (SECMA).

En 1970, suite au différend qui opposait les autorités voltaïques à ces sociétés, au sujet de l'augmentation du prix des tickets d'entrée dans les salles, le Gouvernement, par l'Ordonnance n°70/001/PRES du 15 janvier 1970, a décidé la nationalisation des salles de cinéma. Cette même ordonnance crée la *Société nationale voltaïque du cinéma* (SONAVOCI) qui deviendra

par la suite, la *Société nationale d'exploitation et de distribution cinématographique du Burkina* (SONACIB).

Depuis la liquidation de la SONACIB en 2004, le métier de distributeur est exercé sur le plan national par des distributeurs officiellement reconnus, mais aussi par des producteurs et des exploitants exerçant dans l'illégalité. Au demeurant, très peu d'entre eux maitrisent les mécanismes et les règles du métier.

À ce jour, il est difficile de dénombrer les sociétés de distribution, non parce qu'elles seraient fort nombreuses mais surtout parce que nombre d'entre elles exerceraient dans l'illégalité et au gré des opportunités.

Cependant, le répertoire des entreprises culturelles du Burkina Faso réalisé par le ministère de la Culture dénombrait en 2011 au total cinq structures de distribution dument constituées. Dans cette liste de cinq sociétés, certaines n'existent que de nom et d'autres n'existent que pour distribuer les films produits par la même structure. Deux autres sources, disponibles plus tard (2014), celle de l'UNCB et celle de la DGCA, dénombraient respectivement une et deux structures de distribution en droit d'exercer la distribution de films au Burkina Faso, comme l'indique le tableau ci-après.

Tableau 53: Nombre de structures ayant obtenu une autorisation d'exercer la distribution de films

Année	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**
Distribution	0	0	0	0	0	0	0	1	1

Source : DGCA, extrait de l'annuaire statistique de 2014, publié en août 2016

L'enquête de terrain nous révèle que, vraisemblablement, le secteur de la distribution est au nombre des structures de production. Le principe ou la motivation d'un tel modèle est la maitrise de la chaine de production par la même structure. C'est une stratégie économique qui est révélatrice d'un marché difficile ou très étroit. Aujourd'hui, nous pouvons évoquer le chiffre de 56 sociétés de distribution, correspondant à l'effectif des maisons de production au Burkina Faso.

Le dynamisme des structures de distribution est tributaire du rythme de production intrinsèque. Or nous l'avons vu dans la section précédente, la production annuelle par maison de production, est faible, sinon souvent inexistante. Ces trois dernières années, nous avons vu arriver de nouvelles sociétés de distribution, comme *Kanazoé Distribution*, qui s'appuient principalement sur les films populaires en vogue.

Tableau 54: Structures de distribution cinématographique

N°	Nom de la structure	Année	Localisation	Statut
01	JACOB SOU IMAGES	2000	Ouagadougou	SARL Distribution
02	TOURAMAN PRODUCTION	-	Ouagadougou	SARL Distribution
03	VEENEM FILMS	2006	Ouagadougou	SARL Distribution
04	TROPIC FILM PRODUCTIONS	2003	Ouagadougou	SARL Distribution
05	BILA PRODUCTION	-	Ouagadougou	SARL Distribution

Source : DEP, 2011

a. Situation géographique des sociétés de distribution

L'essentiel des sociétés de distribution est basé à Ouagadougou et à Bobo-Dioulasso, dans la même logique des sociétés de production. D'ailleurs, c'est dans ces deux grandes villes que sont concentrées les principales salles de diffusion.

b. L'ancienneté des sociétés de distribution

La création des structures de diffusion a été suivie quelques années plus tard par celle des maisons de production. Après avoir vécu l'expérience d'une distribution couteuse mais qui ne leur profite pas, certains producteurs-réalisateurs ont décidé de greffer un service de distribution à leur maison de production. C'est autour des années 2000 qu'on a vu émerger la troisième génération de maisons de distribution.

– *La première génération*

La première génération de maisons de distribution est celle des structures coloniales essentiellement. Elles étaient caractérisées par une ambition économique et la volonté de rentabiliser. Elles étaient des filiales de grosses sociétés basées en Europe (et pour le cas du Burkina Faso, les sociétés mères étaient basées en France). Leur public était acquis d'office, composé de fonctionnaires expatriés et aussi d'élites locales.

Parmi les premières maisons de distribution cinématographique, nous pouvons citer les compagnies étrangères comme la COMACICO et la SECMA.

– *La deuxième génération*

La deuxième génération de maisons de distribution est celle de la *pan africanisation* et de la nationalisation des structures de distribution et de diffusion. Cette période était caractérisée par une revendication des pays pour le droit de disposer de salles de projection et de contrôler l'exploitation des films. L'ambition était de rendre les œuvres cinématographiques accessibles aux Africains et ainsi, ouvrir le monde à ces derniers. Or, les pratiques des sociétés étrangères se développaient, sans autre calcul que celui du gain, de la rentabilité. Cette approche capitaliste

a favorisé la révision à plusieurs reprises des prix du ticket d'entrée par les sociétés étrangères. Au Burkina Faso, la décision a été prise en 1970 par le gouvernement de Marc Tiemoko Garango de nationaliser la distribution et l'exploitation des salles de cinéma en Haute-Volta par la création de la SONAVOCI. Cette décision a encouragé beaucoup d'autres pays à emboiter le même pas. Le *hic*, c'est que finalement, si la distribution et l'exploitation étaient passées entre les mains de l'État, pour autant, il fallait continuer d'importer des films de l'Hexagone, donc négocier avec les mêmes acteurs d'Europe. Cette situation de dépendance a beaucoup encouragé les États à soutenir la production de films nationaux et panafricains, pour qu'ils soient ensuite projetés dans les salles désormais nationalisées. Cette situation a par ailleurs permis aux autorités de décider de ce qu'elles voulaient voir, ou faire voir. C'est ainsi que des œuvres viendront désormais du monde entier, pour être vue par des Voltaïques indépendants. Parmi ces structures de distribution post-coloniale, nous pouvons citer la SONAVOCI (1970) devenue sous la Révolution la SONACIB ; ou le *Consortium inter-États de distribution du cinéma* (CIDC) né en 1973 de la volonté des chefs d'États et de Gouvernements africains, réunis à Port-Louis (Ile-Maurice).

La question de la rentabilité à tout prix n'était pas la première préoccupation des structures de distribution de cette époque-là. Cette philosophie va caractériser le métier de distributeur jusqu'à l'avènement de la troisième génération de sociétés de distribution cinématographique.

- *La troisième génération*

La troisième génération de maisons de distribution est celle des entreprises de distribution. À la faveur des vents de libéralisme et de démocratie en Afrique conformément au discours de La Baule, et sous l'impulsion des institutions comme celles de *Brettons Woods*, beaucoup d'États ont libéralisé un certain nombre de secteurs d'activités pour les confier au privé. C'est ce qui est arrivé autour des années 1990 et 2000 à la SONACIB, qui a finalement été liquidée pour voir naitre en lieu et place des structures jeunes et sans expérience. Cette troisième génération est donc caractérisée par sa jeunesse professionnelle et par une ère qui semble beaucoup moins favorable pour la diffusion du cinéma africain, voire du cinéma tout court. Cette génération de maisons de distribution, qui coïncide avec la génération de réalisateurs et de producteurs nés dans les mêmes circonstances politiques et économiques, connait déjà aujourd'hui de mutations profondes, avec le nouveau contexte de distribution et de diffusion des œuvres cinématographiques. C'est donc une génération qui réapprend le métier de distributeur, avec les enjeux numériques concomitants.

c. La taille et le chiffre d'affaires des sociétés de distribution

La confusion qui règne sur le nombre de sociétés de distribution, d'une part et le statut de celles-ci, d'autre part, rendent difficile la mesure de la taille de ces sociétés de distribution, que ce soit en termes de nombre d'employés, d'équipement logistique ou de surface financière. Aussi, le chiffre d'affaires des sociétés qui exercent dans la distribution est inaccessible. Il est souvent confondu avec le résultat d'exploitation de l'ensemble de la structure de production, puisqu'il est courant que les structures de distribution soient les mêmes qui produisent. Tout compte fait, nous avons observé que très souvent, la taille en ressources humaines des entreprises de distribution se résumait à la seule personne promotrice. Dans le meilleur des cas, il existe une ou deux autres personnes supplémentaires, déclarées à la Caisse sociale. Hormis ces cas, la plupart des acteurs qui sont dans la distribution agissent dans l'informel.

2. Les acteurs de la distribution

Aujourd'hui, il est difficile de faire état, à proprement parler, de distributeurs de films au Burkina Faso. Il n'y a pas assez de professionnels, c'est-à-dire de personnes dont le métier principal est tourné vers la distribution d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles. Cependant, les œuvres cinématographiques continuent de circuler, tant bien que mal.

a. Le distributeur : acteur déterminant mais de nombreux défis à relever

Le distributeur, c'est la personne responsable de la société de distribution qui acquiert le droit de mettre en circulation des films et qui en assure la promotion et la diffusion commerciales auprès des exploitants de salles et auprès des consommateurs. Au Burkina Faso, on répertorie 12 métiers de la distribution. Ce sont, entre autres, le vérificateur, le représentant titulaire (agent commercial), le magasinier-stockiste, le directeur de publicité, le directeur des ventes, l'importateur…On peut revisiter le passé pour se convaincre que le métier de distributeur a évolué dans le temps.

- *De la SONAVOCI à la SONACIB*

La nationalisation des salles de cinéma et de l'importation des œuvres cinématographiques a provoqué la création en 1970 de la SONAVOCI, devenue SONACIB et enfin, aujourd'hui, liquidée. Aux lendemains des Indépendances et suite à la création du plus grand rendez-vous du cinéma africain, le FESPACO, la mission d'une telle structure était vraisemblablement de promouvoir le cinéma sur l'ensemble du territoire national, par une distribution et une exploitation des films d'Afrique et d'ailleurs. Avec un monopole d'importer et d'exploiter les

films en poche, la SONAVOCI n'avait pas de concurrents qui auraient pu l'inquiéter et ne se faisait donc aucun souci en termes de rentabilité financière. C'est, rappelons-le, une prise de décision historique pour un petit pays comme le Burkina Faso, qui n'avait ni une production assez abondante, ni les compétences techniques pour assurer la mission de promotion cinématographique. Cette situation va donc forcer la Haute-Volta d'alors à s'engager à assoir le FESPACO comme outil majeur pour relever le défi mais aussi à créer une structure de formation aux métiers du cinéma en 1976, dénommée l'INAFEC, l'*Institut interafricains d'éducation cinématographique*, sous l'égide de l*'Organisation commune africaine et malgache* (OCAM). La création du FOADEC en 1970 est inscrite dans la même logique. À cela, s'est ajouté le boycott des sociétés étrangères qui avaient le monopole de la distribution et de l'exploitation des films. Le pays a ainsi subi un boycott de la *Compagnie africaine cinématographique et commerciale* et la *Société d'exploitation cinématographique africaine,* qui avaient toutes deux fait de l'Afrique francophone subsaharienne leur chasse gardée.

Devenue SONACIB sous la Révolution d'août 1983, et d'après les témoignages recueillis et les documents consultés, la SONAVOCI fait un travail de structuration exemplaire du secteur du cinéma et du marché cinématographique et audiovisuel. Elle a résisté à toutes les crises autour d'elle (faillite des autres sociétés de distribution) et approvisionné en films les salles au nombre de 53 à l'époque. Son stock propre en 1992 était de 200 films d'action, 100 films hindous, 30 films africains. Elle aurait construit, sur fonds propres, quatre salles de cinéma et appuyé des réalisateurs dans la production de deux longs-métrages, par le biais d'avance sur recettes. Enfin, c'est elle qui a assuré la formation des opérateurs et des gérants des salles de projection, ainsi que la maintenance du matériel de projection. C'était malgré tout un outil essentiel dans la chaine de production du film au Burkina Faso.

Les difficultés financières couplées aux malversations et à la mal gouvernance ont poussé l'État sous la IV^{e} République à sa liquidation pure et simple en 2007.

- *Le CIDC : une coopérative qui n'a pas survécu à l'individualisme des États*

Le C*onsortium interafricain de distribution cinématographique* (CIDC) a été créé en 1974 à Ouagadougou. Il devait fonctionner comme une sorte de coopérative d'achat groupé, pour le compte de 14 pays de l'OCAM (*Organisation commune africaine et malgache*). Le principe mis en place était tellement logique et cohérent qu'on est étonné de la disparition précoce de ce dispositif. En effet, les recettes générées par la distribution et l'exploitation des films dans l'espace de diffusion OCAM, devaient aller alimenter le CIPROFLMS, en vue d'aider à la

production de films africains. Aujourd'hui, quand on analyse la situation de la distribution et par ricochet celle de la production, on se retrouve face aux mêmes contraintes et il semble que les solutions n'ont pas évolué elles aussi. La préoccupation était l'union, la solidarité et la synergie, pour mieux aborder le marché du cinéma dominé par les capitalistes américains et européens.

Le CIDC va cesser toute activité dans les années 1988, avec comme souvenir, certes, une bonne vision des États, mais une mauvaise gestion administrative et financière de l'outil panafricain. C'est la mort du CIDC qui va accélerer le retour des sociétés américaines et européennes dans le marché de la distribution des films en Afrique, avec l'AFRAM, l'A*frican American Film*, la CFAZO une société française qui appartenait au groupe *Pinault-Printemps-La Redoute* et la SOCOFILMS, *Société de commercialisation de films,* une société suisse, etc. Les mêmes causes conduiront la SOCOFILMS à disparaitre en 1989, pour laisser place à la CFFA, la *Compagnie franco-africaine de l'audiovisuel*, qui aura son siège à Abidjan sous le nom comercial CODFILMS, *Compagnie de distribution de films.*

Combien la route de la distribution voire de l'exploitation a été longue avec toutes ces tentatives, qui ont finalement périclité pour faire place à de nouveaux acteurs !

- *Les nouveaux distributeurs : jusqu'à quand vont-ils tenir ?*

La distribution est en crise depuis le développement de la vidéo. Les nouveaux distributeurs qui existent ne sont pas nombreux, si l'on met de côté les distributeurs occasionnels ou les réalisateurs et producteurs, distributeurs de leurs propres films. C'est essentiellement *Kanazoé Distribution* et *Z Production et distribution* qui animent le secteur de la distribution.

Les exploitants de salles commandent directement les films avec des groupes de distribution situés en Europe ou aux États-Unis.

b. Les autres acteurs : les promoteurs et les diffuseurs

La promotion cinématographique et audiovisuelle est l'ensemble des actions destinées à faire connaitre, favoriser et à soutenir les œuvres et toute activité relatives à ce secteur. Elle constitue une vitrine pour la conquête du marché intérieur et extérieur. Au Burkina Faso, ce secteur est pratiquement inexistant. En effet, il n'existe pas une politique d'étude de marché, de comportement du public et d'études économiques de projets cinématographiques et audiovisuels. Les acteurs de la promotion des œuvres cinématographiques sont les promoteurs

de festivals de cinéma, des critiques de cinéma et autres associations ou collectivités faisant la promotion du cinéma.

- *Les festivals*

En matière de festivals qui font la promotion et la diffusion des films au Burkina Faso, nous recensons principalement le FESPACO, Ci*né droit libre*, *Africado*c …Des dizaines autres festivals spontanés existent cependant, à travers les régions du pays.

Le FESPACO

Créé en 1969 et institutionnalisé en 1972, le FESPACO s'est imposé au fil du temps comme un outil de promotion et de diffusion des œuvres cinématographiques. C'est en effet un tremplin pour les acteurs de toute la chaine du cinéma, dès lors que, chaque deux ans, il parvient à réunir quelques centaines de producteurs, réalisateurs, acheteurs et vendeurs de films ou de projets de films et donne à voir des dizaines de films en l'espace d'une semaine. La 25e édition s'est tenue du 25 février au 04 mars 2017, sur le thème « *Formation et métiers du cinéma et de l'audiovisuel* », avec plus de 950 films inscrits pour la sélection, plus de 150 films sélectionnés pour la compétition, plus de 100 000 spectateurs en salles et plus de 450 séances de projections. C'est un outil, comme le reconnaissent les acteurs, pour l'instant irremplaçable dans l'organisation de la promotion des œuvres cinématographiques au Burkina Faso et en Afrique.

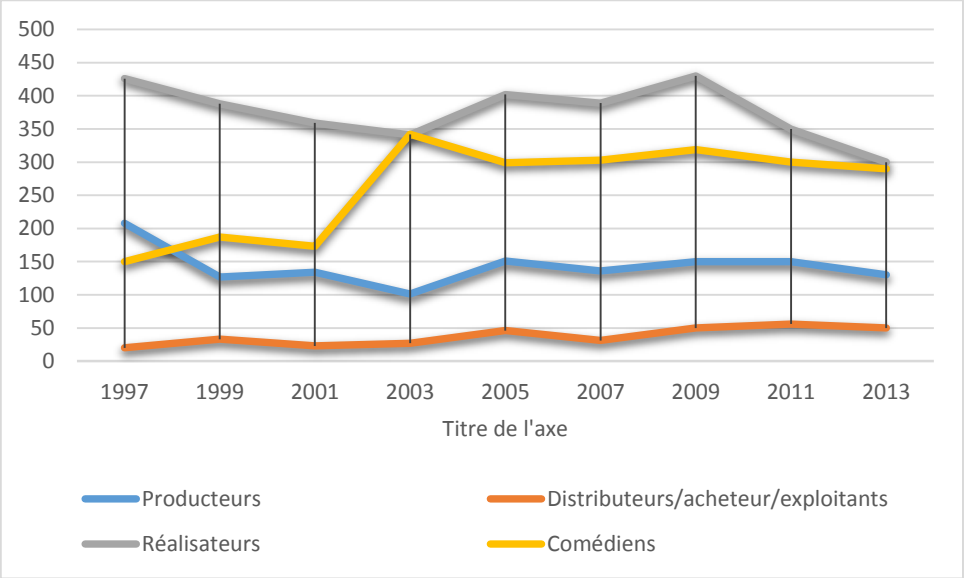
Tableau 55: Évolution du nombre de films en compétition inscrits

Catégorie		**2007**	**2009**	**2011**	**2013**
Films 35 mm fiction long métrage	Films	20	18	18	20
	Pays	15	11	11	14
Films 35 mm fiction court métrage	Films	16	20	13	20
	Pays	9	7	8	17
Films documentaires	Films	16	36	21	17
	Pays	10	16	16	14
Films de la diaspora	Films	7	22	10	6
	Pays	4	5	6	4
Compétition TV-Vidéo fiction	Films	17	28	24	17
	Pays	11	18	16	14
Compétition TV-Vidéo série	Films	7	14	13	8
	Pays	5	7	5	6
Ensemble	Films	**83**	**138**	**99**	**88**

Source : DGCA, extrait de l'annuaire statistique 2014, publié en août 2016

Le FESPACO mobilise en plus des films et des pays, des professionnels de tous les bords, surtout avec l'institution du MICA, le *Marché international du cinéma et de l'audiovisuel* en 1983. La participation des acteurs au festival oscille en fonction des éditions, mais on peut constater une constance dans la participation des producteurs, des distributeurs, des réalisateurs et comédiens.

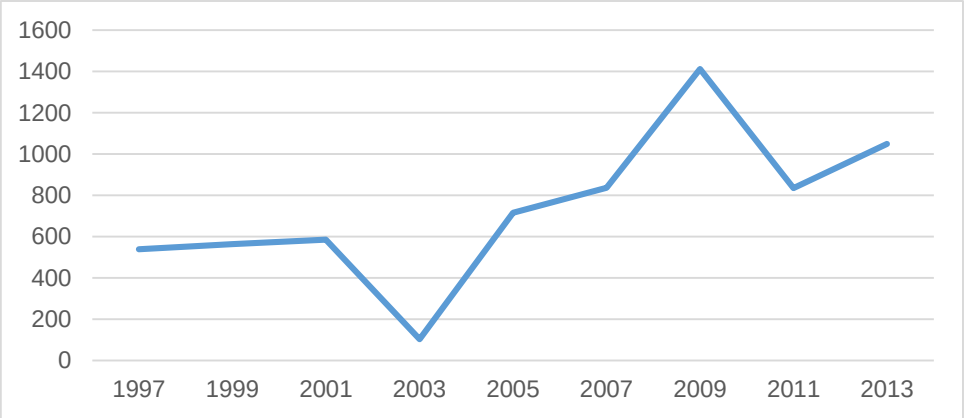
Graphique 22: Évolution de la participation des acteurs du cinéma au FESPACO



Source : Auteur sur la base des données de l'annuaire statistique 2014, 2017

La participation des médias est allée *crescendo*, pour atteindre le millier d'accréditations distribuées en 2013. En participant au FESPACO, les réalisateurs de films ou les producteurs pensent pouvoir parler plus aisément de leur travail au monde entier, *via* les médias et sociétés de presse, qui installent leur production médiatique sur le site du FESPACO et qui conjuguent reportages, documentaires, gros plans, sur les acteurs et leurs œuvres.

Graphique 23 : Évolution du nombre de journalistes pour la couverture du FESPACO



Source : Auteur sur la base des données de l'annuaire statistiques 2014, 2017

À partir de tout ce qui précède, nous nous rendons compte que le FESPACO est l'outil majeur pour les acteurs du 7e art et pourrait l'être davantage, si les contraintes actuelles venaient à être levées.

Le festival *Ciné droit libre*

Le *Ciné droit libre* est un festival annuel, organisé par *l'Association Semfilms*. D'après ses promoteurs, il s'agit d'un festival de films engagés pour les droits de l'Homme et la liberté d'expression. Le festival s'offre en plateforme, destinée aux cinéastes et journalistes du monde entier dont les œuvres sont censurées ou ont des difficultés de diffusion. Une série de films, sélectionnés à travers le monde avec un intérêt particulier porté sur l'Afrique, est programmée et suivie de débats avec des personnes-ressources invitées à cet effet.

Ciné droit libre est un festival de films sur les droits humains, qui vise donc la sensibilisation, la conscientisation et l'incitation à l'action de la jeunesse et des peuples africains. Il couvre les droits au sens large du terme, s'appesantissant aussi bien sur les droits économiques sociaux et culturels que sur les droits civils et politiques, avec une particularité le distinguant des autres festivals, constituée par son triptyque « *un film, un thème, un débat* ». Ce festival donne souvent l'opportunité aux cinéphiles de visionner des films censurés : il constitue donc à nos yeux une opportunité de jeter une passerelle entre les attentes des populations et les œuvres cinématographiques produites. Par exemple, le film sur l'assassinat du journaliste Norbert ZONGO, interdit dans les salles obscures, a été diffusé plus aisément à travers ce festival *Ciné droit libre*. En une semaine, les organisateurs arrivent à projeter une centaine de films et de documentaires aux festivaliers, avec des rencontres-débats inédites.

Tableau 56: Les thématiques de Ciné droit libre sur les huit dernières éditions

Édition	*Thématique*
6e édition	« 50 ans d'indépendances en Afrique : Élections, démocratie et gouvernance »
7e édition	« Nouveaux médias et démocratie en Afrique
8e édition	« Femme, moteur de changement en Afrique »
9e édition	Conflits et enjeux stratégiques : où va l'Afrique ? »
10e édition	« I have a dream »
11e édition	« Quand la jeunesse se met debout… ! »
12e édition	« Droit de vivre : luttons contre l'extrémisme violent »
13e édition	« Migrations : loin de chez moi ? »

Source : notre enquête de terrain, 2017

Le festival *Ciné droit libre* a obtenu la reconnaissance internationale et partage son expérience avec de nombreux autres festivals. L'expérience est d'autant plus concluante que le concept de *Ciné droit libre* est reproduit dans les capitales des pays suivants : Bénin, Côte d'Ivoire, Sénégal, Mali, Niger.

Encadré 15: Les objectifs du festival Ciné droit libre

Les objectifs du festival *Ciné droit libre*

Objectif général

Être une tribune libre d'expression pour la défense des droits humains et de la liberté d'expression en se positionnant comme une plate-forme de promotion des droits humains par l'image.

Objectifs spécifiques

- Diffuser des films documentaires et fictions réalisés sur les thèmes des droits humains et de la liberté d'expression et permettre aux populations de voir des films spécialisés ;
- Exposer et dénoncer à travers les films, les atteintes ou violations aux droits fondamentaux de l'Homme (vivre, s'exprimer, s'informer, filmer, diffuser ses idées…);
- Sensibiliser les citoyens et les aider à s'approprier la nécessité de prendre en compte le respect des droits humains sous toutes ses formes (économiques, politiques, fondamentales) dans les différents processus de développement ;
- Offrir un cadre pour les activistes des droits humains, les journalistes, les cinéastes, des artistes etc. afin de partager leurs expériences ;
- Créer un forum de débats autour de thèmes en rapport avec les droits humains, la liberté d'expression, la démocratie, le développement humain, l'environnement etc. afin de contribuer au renforcement d'une « masse critique » d'intellectuels africains ;
- Constituer une banque de films sur les droits de l'homme et la liberté d'expression en Afrique ;
- Permettre aux ONG et organismes des droits humains et de la liberté de la presse d'exposer les résultats de leur travaux (livres, films, rapports…).

Source : http://cinedroitlibre.org/presentatION/ consulté le 2017-12-31 18:21:33

– *Le Marché international du cinéma*

Le *Marché international du cinéma et de la télévision africains* (MICA) a été créé pour donner au FESPACO une tribune de rencontres professionnelles du cinéma et de l'audiovisuel.

La première édition s'est organisée en 1983 pour prendre en compte la dimension économique et donc, du marché, dans la fabrication du film, après des années consacrées aux enjeux politiques et identitaires de l'Afrique des thématiques du FESPACO au fil des éditions.

Le MICA demeure donc un espace privilégié de promotion du cinéma africain et d'échanges entre producteurs, distributeurs et diffuseurs qu'il attire en grand nombre, tout comme les différents porteurs de projets. Des ateliers y sont organisés et des projections à la carte proposées aux professionnels.

Dans le cadre de la 25^{e} édition du FESPACO, outre la promotion des films longs-métrages, le 18^{e} MICA a également assuré celle des vidéos (courts-métrages, documentaires, séries et sitcoms), de réalisation ou de production africaine et du monde.

D'après les organisateurs, ce sont en moyenne 10 000 visiteurs qui se présentent à chaque édition, avec une centaine de films inscrits.

– *Journées cinématographiques de la femme africaine de l'image*

En plus du MICA, il convient de citer la tenue, plus ou moins récente, des journées cinématographiques de la femme africaine de l'image. Les auteurs rappellent tous combien la femme est passée de devant l'écran à derrière, et a commencé, timidement, à occuper progressivement tous les postes de la filière, comme dans les autres pays africains[246]. La 4e édition s'est tenue en 2016. La 5e édition s'est tenue en février et mars 2018, dans des conditions sécuritaires assez précaires. C'est une tribune pour promouvoir les œuvres des femmes cinéastes et des autres métiers. Ce sont des journées faites de projections, de débats et de sensibilisation sur les efforts des femmes en matière de création d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles.

– *Le Cinéma numérique ambulant*

Le *Cinéma ambulant* renvoie à une longue histoire au Burkina Faso. D'abord avec la SONACIB et la création en 2001 du *Ciné-club du FESPACO*, enfin avec *l'Association cinéma numérique ambulant.*

Les activités de cette dernière association sont appréciables, au regard des chiffres rapportés dans le tableau ci-dessous. Leurs actions ont permis de transporter l'image et le son dans toutes les contrées reculées du pays où il n y a ni salle de projection ni électricité.

Tableau 57: Évolution du nombre de séances de projections cinématographiques

Année	***2009***	***2010***	***2011***	***2012***	***2013***	***2014***	***2015***	***2016***
Nombre de séances de projection	185	189	241	238	80	308	201	449
Nombre de régions	13	13	6	13	11	9	13	11
Nombre de participants	87177	54570	144000	129325	40000	114321	89656	169062

Source : CNA, 2017

– *La Cinémathèque africaine de Ouagadougou*

La *Cinémathèque africaine de Ouagadougou* a été inaugurée le 1er mars 1995. C'est l'aboutissement d'un long processus, qui a vu l'implication des cinéastes africains organisés au sein de la FEPACI. En effet, c'est depuis 1973 que l'idée de constituer un stock des films africains a été émise. La cinémathèque a pour rôle la collecte, l'inventaire et le catalogage des

246 Voir CABEDOCHE, Bertrand. 2013. *Op. cit*. ; et ceux d'ELLERSON Beti. 2015. *Op. cit*, ; JEDLOWSKI Alessandro. 2015. O*p. cit.*

films, la conservation, la documentation et l'accès aux collections par les étudiants, chercheurs et professionnels du cinéma.

Encadré 16: Étude de cas sur le FESPACO

En février 1969, un groupe de cinéphiles organise avec l'appui du Directeur du *Centre culturel franco-voltaïque, la quinzaine du cinéma africain* à Ouagadougou. Au regard de l'engouement du public, cette manifestation est institutionnalisée et devient en 1972 le Festival Panafricain du Cinéma de Ouagadougou, FESPACO. Entre 1970 et 1980, le contexte va favoriser l'éclosion d'une industrie cinématographique, quoiqu'embryonnaire. Ce contexte globalement favorable est caractérisé, entre autres, par la nationalisation des salles de cinéma avec la création de la SONACIB en 1970. Dans la même année, un fonds est dédié à la promotion et l'extension de la l'activité cinématographique. Et sept ans plus tard, l'ouverture d'un *Institut africain d'éducation cinématographique*. C'est dans la même période que l'État voit la nécessité de créer le *Centre national du cinéma* (CNA). On se souvient que la FEPACI a installé son siège à Ouagadougou et qu'à partir de 1982 le Burkina Faso devient le centre régional de distribution et de production cinématographique, avec respectivement le CIDC et CIPROFILMS.

Ces atouts font du Burkina Faso la capitale du Cinéma avec son festival emblématique : le FESPACO.

Cependant, le succès et la pérennité du FESPACO restent fragiles, malgré les bientôt cinquante années d'âge que l'institution et le festival vont fêter en 2019, à l'occasion de la 26e édition.

La principale force du FESPACO réside dans son ancrage institutionnel. Le FESPACO est un établissement public de l'État et bénéficie des dotations financières annuelles du gouvernement pour son fonctionnement. On sait que la plupart des festivals meurent, aussitôt créés, du fait des charges de fonctionnement difficiles à assurer dans la durée. Jusque-là, le statut public conféré au FESPACO le crédibilise aux yeux des partenaires techniques et financiers. Cet avantage est notable car des promoteurs ont perdu toute confiance vis-à-vis de certains bailleurs pour leur mauvaise gestion des fonds et l'absence de gestes professionnels, comme le fait de produire des rapports d'activités et justifier ainsi les dépenses engagées. Du fait qu'il soit rattaché au gouvernement à travers le Ministère de la Culture, le FESPACO assure et rassure certains partenaires.

Mais de plus en plus, ce qui était vu comme force est considéré aujourd'hui comme faiblesse. En effet, les lourdeurs administratives et les nombreuses procédures ne facilitent pas toujours le bon fonctionnement de la structure et donc de l'organisation de la biennale du cinéma africain. Une des faiblesses constatées, c'est aussi la soustraction des budgets alloués par l'État. Depuis longtemps, malgré la hausse du cout de la vie, la subvention allouée au FESPACO pour l'organisation du Festival est restée bloquée à cinq cent millions de francs CFA, sur un budget estimé à près d'un milliard cinq cent mille francs CFA. Pendant ce temps, les sponsors et les autres formes de financement complémentaires se font rares ou peu conséquentes.

Le statut de structure publique de l'État n'engage pas toujours les acteurs à des efforts de rentabilisation du festival. Il reste un domaine de souveraineté de l'État. Le laxisme du personnel et le manque de recyclage constituent des formes de faiblesses qui pèsent sur la bonne organisation de la biennale. Par exemple, à chaque édition, les mêmes problèmes d'organisation reviennent dans les plaintes des participants. Nous pensons que c'est fort de cette situation de laxisme que certains acteurs réclamaient et continuent de réclamer la privatisation pure et simple du FESPACO, pour l'inscrire dans la dynamique d'un festival qui s'autofinance et qui se professionnalise. Certaines personnes proposent qu'il prenne le statut d'*Association reconnue d'utilité publique*, ou devienne, tout simplement, une entreprise privée avec un modèle économique marchand.

Adopté en 2014, le plan stratégique du FESPACO devrait permettre d'inscrire le festival dans une certaine pérennité, pour servir de plateforme de promotion ou de visibilité à la création cinématographique en Afrique et au Burkina Faso.

Face à tout cela, le FESPACO pourrait continuer à être le tremplin de la promotion des œuvres cinématographiques du continent, si l'institution se saisissait des opportunités actuelles offertes par le numérique, d'une part et le besoin exprimé des acteurs de disposer d'espace comme du FESPACO pour se promouvoir, d'autre part.

3. L'analyse de la distribution et de promotion cinématographique et audiovisuelle

a. Forces et faiblesses de la distribution

Les carences de la distribution nous font dire que c'est pratiquement l'un des maillons les plus faibles du cinéma au Burkina Faso. Les sociétés de distribution ne jouent pas un rôle assez dynamique dans la diffusion et la promotion des films. Les acteurs, qui s'octroient unilatéralement le titre de distributeur, sont en réalité de simples intermédiaires. L'étroitesse extrême du marché national et des faibles moyens des sociétés de distribution font que la programmation des salles est pratiquement pauvre et loin des titres africains. Le film africain est marginal dans la distribution, ne bénéficiant pas de mesures d'accompagnement.

- *La faible production rend difficile la distribution*

La production nationale, et même sous régionale étant assez faible dans l'ensemble, la distribution peine à se rentabiliser, avec des productions locales et couteuses. Le choix de la distribution de films venant des États-Unis, de l'Inde ou de l'Europe est vite fait par les distributeurs-exploitants de salles. Pour être à l'aise dans le métier, les acteurs disent qu'il leur faut en moyenne 200 films par ans pour une bonne programmation, c'est-à-dire qui soit rentable. Or, la production nationale en fiction long-métrage ne dépasse pas 2 films !

Le film africain est trop rare, en production et encore plus en diffusion, pour se construire un public fidèle, curieux et attentif. Surtout s'il ne s'agit pas d'un film "*national*", sa sortie appelle, donc, un effort d'information et de promotion important, ce qui est très couteux pour les distributeurs. Cet effort, en effet, a un cout financier, jugé par les distributeurs et les exploitants. À vrai dire, la plupart d'entre eux n'envisagent même pas de campagnes publicitaires autour de leur programmation. Même pour les films américains les plus porteurs, les campagnes de promotion habituelles des salles d'exclusivité ne dépassent pas 200 à 300 mille francs CFA. Or, il en faut vingt fois plus pour escompter un résultat financier appréciable.

- *Des pratiques de distribution inadaptées*

Au-delà du cout de promotion, le vrai problème est l'absence de pratique de marketing, adaptée à chaque film ou de pratique d'animation culturelle. Puisque les sociétés de distribution n'ont pas d'effectif important en personnel qualifié, le travail se fait de façon artisanale, sans aucun recours aux techniques de mise en marché.

L'absence d'effort de segmentation nationale des marchés et des publics des pratiques des professionnels de la diffusion restées passives et stéréotypées, et l'absence de financement pour

un investissement dans la promotion publicitaire, conduisent finalement à une faible circulation des films à l'intérieur du pays et au-delà des frontières nationales.

L'entretien, que nous a accordé l'un des acteurs de la distribution-exploitation,[247] montre bien le malaise de la distribution au Burkina Faso, malgré les textes règlementaires. Le réalisateur, étant déjà son propre producteur, se fait aussi le distributeur de son film dans chaque salle de cinéma prête à l'accueillir.

La question des nouvelles formes de distribution a perturbé certains acteurs qui n'ont pas pu se reconvertir. L'usage d'Internet pour passer commande ou pour distribuer des œuvres cinématographiques n'existe pratiquement pas au Burkina Faso. Par contre, quand certains distributeurs veulent acquérir des films, c'est maintenant *via* Internet que tout se fait. C'est donc un problème de formation des acteurs et d'information sur les nouvelles pratiques qu'il faut envisager dans le court terme pour dynamiser la distribution et l'envisager comme le cœur du succès du film.

- *L'encadrement juridique*

Le décret n°2013-384/PRES/PM/MCT, portant conditions d'exercice de la profession cinématographique et audiovisuelle, précise que l'exercice de tout métier du cinéma et de l'audiovisuel est subordonné à l'obtention préalable d'une carte professionnelle. Si les conditions d'obtention de ladite carte sont précisées pour les autres corps de métiers, il n'en est rien pour les sociétés de distribution. Du coup, avec une demande et un timbre fiscal, tout le monde peut prétendre à la profession de distributeur. C'est cette faiblesse de la loi qui fait que les producteurs-réalisateurs de films se déguisent sans difficultés en distributeurs et souvent en exploitants de films.

- *La professionnalisation est possible*

L'enjeu, c'est donc de réglementer le secteur de la distribution pour rendre la loi contraignante et obliger les acteurs à la professionnalisation. C'est aussi, en s'inspirant des initiatives panafricaines d'autrefois, de repenser la distribution groupée des œuvres cinématographiques à l'heure de la mondialisation.

[247] Entretien téléphonique avec Rodrigue KABORÉ, du Groupe Neerwaya Vision, 05/01/18 de 10h17 à 10h49

La distribution ne peut s'envisager aujourd'hui à un niveau local et prétendre à la rentabilité financière. Il faut étendre les ambitions de distribution au-delà du marché local, pour viser l'espace communautaire, tel que l'UEMOA ou la CEDEAO.

b. Forces et faiblesses de la promotion

Outre le FESPACO qui reste le tremplin des cinéastes burkinabè, le secteur de la promotion du cinéma et de l'audiovisuel au Burkina Faso, composé d'une poignée de structures dument constituées et de nombreuses initiatives ponctuelles et informelles, présente certaines faiblesses, parmi lesquelles le taux élevé des couts de diffusion des bandes-annonce et des pages publicitaires.

L'essentiel des films qui sortent en salle ne bénéficie pas d'une campagne publicitaire de façon à déterminer le choix des publics. Deux ou cinq passages à la Télévision nationale et c'est tout. Les promoteurs ou les distributeurs se plaignent des tarifs onéreux appliqués, surtout avec la rentabilité hypothétique des films programmés. Mais avec l'action des acteurs, il fut un temps où des *packs-promo culture* avaient été initiés par la *Direction de la promotion des industries culturelles et créatives.* Faute de suivi d'une telle initiative, celle-ci est finalement restée sans trop d'effet.

La promotion ne saurait se faire en l'absence de cadre de collaboration entre les porteurs de projets et les organes de presse. Or ce tandem est encore précaire. Les promoteurs jettent l'anathème sur les journalistes culturels et ces derniers accusent les promoteurs de cupides.

Des formations ont été initiées dans le cadre du programme ARPIC à l'endroit des journalistes culturels et nous pensons qu'il faut continuer de jeter des passerelles entre promoteurs de cinéma et journalistes culturels.

Nous pensons finalement qu'une des faiblesses, c'est la non-structuration du secteur de la promotion. Un même acteur se trouve être réalisateur, producteur, distributeur et promoteur de son propre film. Certes, c'est le contexte de précarité qui impose de tels modèles, mais pour développer une industrie du cinéma digne de ce nom, l'organisation du travail et la spécialisation sont des conditions indispensables.

Nous avons entendu des témoignages de réalisateurs-producteurs de films qui, par manque de soutien financier, n'ont pas pu honorer des invitations à l'étranger pour parler de leur film et de leur démarche de création cinématographique. En plus des problèmes financiers, souvent s'invite le problème d'octroi de visas, ce qui ne permet pas aux créateurs de circuler et de rencontrer d'autres. Ces problèmes financiers, au temps des formats de 35 mm, avaient

handicapé des structures qui étaient dans l'incapacité de faire des tirages de copies, en vue de la promotion. Aujourd'hui, cela semble banal de faire une copie d'un film.
La promotion passe aussi par la conception et le tirage d'affiches attrayantes. Or jusqu'ici, rien de professionnel n'a été constaté dans ce sens. Les affiches sont illisibles et parfois, manquent de susciter l'émotion, voire l'envie d'aller voir le film.

Puisqu'il n'existe pas de professionnels en matière de promotion, on aurait pu espérer la pratique d'une édition de catalogues annuels, par exemple comme support de promotion. Mais celle-ci s'avère quasiment inexistante. Les promotions se font par les auteurs eux-mêmes, qui n'ont pas les moyens d'assurer toujours le travail de suivi et de catalogage. Dans leurs critiques, les structures de production rabâchent le manque de moyens et l'incertitude de la rentabilité du film.

c. Les autres forces et faiblesses

Que ce soit la distribution ou la promotion, il est clair que les problèmes se résument en termes d'organisation des acteurs, de professionnalisation des pratiques et de bonne gestion des entreprises. Nombre d'entre elles naissent, bien souvent avec de bonnes intentions, mais finissent par mettre la clé sous le paillasson. L'analyse de la fermeture de plusieurs sociétés de distribution, y compris des sociétés étatiques, montre que le vrai problème est là : la mauvaise gestion. Cette mauvaise gestion tire son explication dans la qualité des hommes (en termes de formation, de profil et valeurs), principalement.

La distribution et la promotion des œuvres cinématographiques en particulier, n'ont pas de cadrage franc sur le plan juridique.

L'environnement institutionnel ne fait pas défaut car c'est la même Direction générale en charge du cinéma au sein du ministère de la Culture qui assure la mise en œuvre de la politique publique en matière de cinéma et de l'audiovisuel. Le problème de cette Direction reste la question de l'organisation des ressources humaines et financières, pour assumer pleinement les fonctions de contrôle et d'appui au secteur du cinéma et de l'audiovisuel.

En conclusion à cette section, rappelons que la distribution est ce maillon de la chaine cinématographique qui reste essentiel à la viabilité de l'ensemble de l'industrie. C'est *in fine* à cette phase que le producteur commence à percevoir un retour sur investissement. Mais le contexte actuel du cinéma burkinabè montre une faible, voire une absence d'organisation de la distribution commerciale des œuvres cinématographiques, d'une part et la fragilité de la

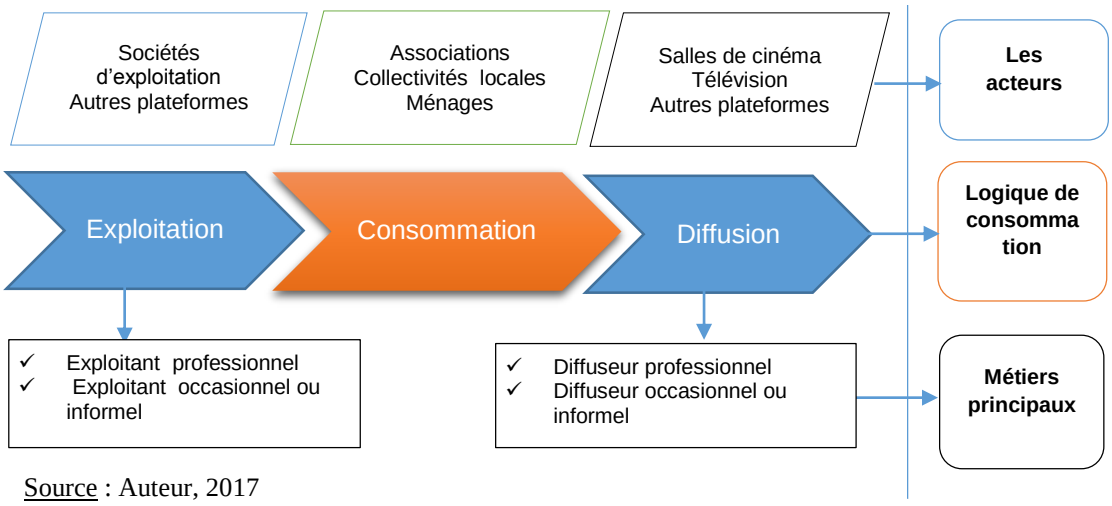
distribution faite de l'incapacité des sociétés de distribution qui se réclament comme telles, à mobiliser des fonds pour la promotion du produit, d'autre part. La conséquence de tout cela, c'est la concurrence étrangère, sans pitié ; les affres de l'inégalité des moyens sont brutalement ressenties. La vie ou la survie d'une œuvre cinématographique dépend de la visibilité médiatique, de la publicité. Or, aucune politique publique, qui favoriserait un accès moins couteux, n'a encore été porteuse de résultats concrets. Parallèlement, aucune contrainte n'est exercée à l'encontre des réalisateurs-producteurs, qui leur imposerait le recours à un distributeur avant de bénéficier de l'aide publique, par exemple. Aucune pratique vers le professionnalisme n'est davantage notable, actuellement. Ce sont plutôt des pratiques de survie qu'on observe au sein de la filière.

Le risque très élevé et le retour sur investissement incertain ne facilitent pas l'engagement de certains privés à se lancer dans la distribution de films, surtout avec les cas malheureux des sociétés disparues, de notoriété publique. Pour assouplir ce risque combien élevé, seules des politiques publiques peuvent y contribuer durablement.

C. Organisation de l'exploitation et de la diffusion cinématographique et audiovisuelle

L'exploitation cinématographique et audiovisuelle est le processus par lequel une personne morale met un film ou une vidéo à la disposition du public. Le film acquis pour exploitation par une structure compétente fait l'objet d'une diffusion de plusieurs manières : sur grand écran (salles de projection cinématographique ou sur petit écran) et aujourd'hui, sur bien d'autres plateformes de diffusion (Sites Web dédiés, téléphones portables, ordinateurs, etc.

Figure 9: les maillons de la mise en marché des produits cinématographiques et audiovisuels



Source : Auteur, 2017

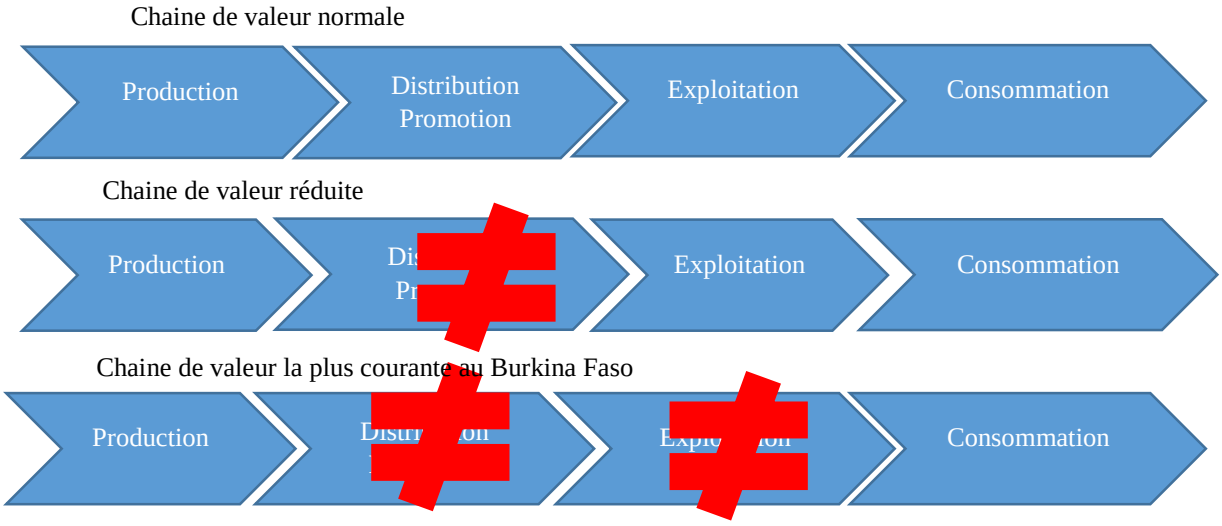
1. L'organisation de l'exploitation et de la diffusion

Après la sortie du film, différents types d'exploitations s'offrent au produit. Au Burkina Faso, on observe deux types d'exploitation qui ne s'excluent pas. L'exploitation commerciale orientée vers les salles de cinéma et l'exploitation non commerciale avec un modèle économique basé sur la commande et l'utilisation spécifique du produit cinématographique et audiovisuel.

a. L'exploitation commerciale des œuvres cinématographiques et audiovisuelles

Premièrement, l'exploitation commerciale se fait généralement par l'intermédiaire d'une structure de distribution. Mais comme nous l'avons vu dans la section précédente, le chainon faible, voire manquant, c'est celui de la distribution professionnelle. Le circuit du film prend des raccourcis pour se retrouver sur les grands écrans ou sur les postes téléviseurs, comme l'indique le schéma simplifié ci-dessous. Le premier niveau, que nous avons intitulé « *chaine de valeur normale* », a connu ses beaux jours entre 1970 et 1980, voire 2000. Cette époque marquée par la nationalisation des salles de cinéma et les structures de distribution a vu, en effet, toute la chaine se comporter normalement. Après ce niveau, le deuxième renvoie à ce que nous avons appelé « *chaine de valeur réduite* », qui est une forme d'adaptation des acteurs face aux crises successives dans l'industrie du cinéma. N'ayant pas toujours les moyens pour faire face aux frais de publicité ou de promotion, les acteurs « *se débrouillent* » pour faire voir leurs films. Le troisième niveau, le plus répandu au Burkina Faso, va du produit au consommateur directement par la location de salles de projection faite par le producteur-réalisateur soi-même. C'est une nouvelle forme d'adaptation du deuxième niveau, caractéristique d'un problème d'organisation des acteurs et d'économie de la filière.

Figure 10: Le circuit de la chaine de valeur appliqué



Source : Auteur, 2017

L'entretien que nous avons eu avec l'un des principaux exploitants de films (*Ciné Neerwaya*) montre qu'il y a des producteurs-réalisateurs qui viennent les voir, pour négocier, soit un contrat d'exploitation, soit directement un contrat de location de salle de diffusion. Malgré ce circuit, l'exploitation commerciale comprend deux formes, qui ne s'excluent pas non plus.

– *L'exploitation commerciale par les salles*

D'abord l'exploitation commerciale par les salles. Nous traitons ici de l'exploitation commerciale structurée. Elle est constituée d'un parc de salles qui a évolué négativement, dans le temps et dans l'espace. Pendant près d'une vingtaine d'années, la SONACIB a fait les beaux jours du cinéma burkinabè avec une gestion directe de seize salles. Après ce temps, l'évolution des salles est symptomatique de la crise du cinéma, comme nous l'indique le graphique n°27.

Tableau 58: Les salles de cinéma au Burkina Faso

N°	Salles	Situation géographique	Observations
01	Ciné Burkina	Ouagadougou	Fonctionnelle
02	Ciné Oubri	Ouagadougou	Non fonctionnelle
03	Ciné Rialé	Ouagadougou	Non fonctionnelle
04	Ciné Kadiogo	Ouagadougou	Non fonctionnelle
05	Ciné secteur 15	Ouagadougou	Fonctionnelle
06	Ciné secteur 17	Ouagadougou	Fonctionnelle
07	Ciné secteur 20	Ouagadougou	Non fonctionnelle
08	Ciné secteur 29	Ouagadougou	Fonctionnelle
09	Ciné Sya	Bobo-Dioulasso	Non fonctionnelle
10	Ciné Guimbi	Bobo-Dioulasso	Non fonctionnelle
11	Ciné Houet	Bobo-Dioulasso	Non fonctionnelle
12	Ciné Sanyon	Bobo-Dioulasso	Fonctionnelle
13	Ciné Palace	Ouahigouya	Fonctionnelle
14	Ciné Yadega	Ouahigouya	Non fonctionnelle
15	Ciné Sibiri	Koudougou	Non fonctionnelle
16	Ciné Yako	Yako	Non fonctionnelle

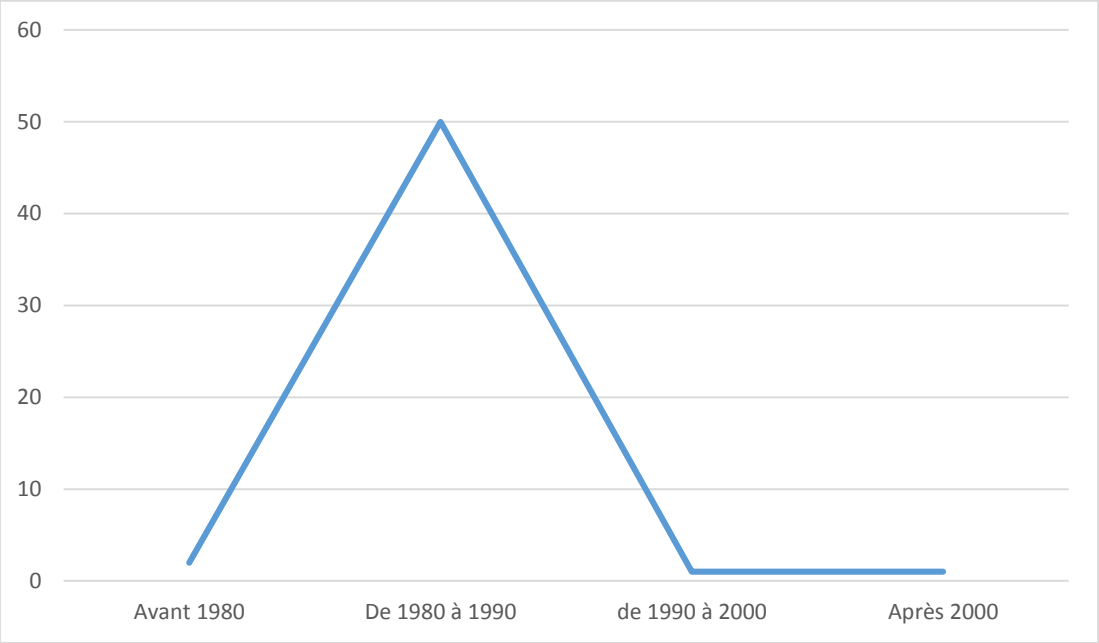
Source : DGCA, enquête 2017

L'évolution du nombre de salles

Le pays comptait jusque dans les années 1990 une cinquantaine de salles (plus exactement 53), qui assuraient dans des conditions différentes la diffusion des produits cinématographiques. En effet, en plus des 16 salles générées directement par la SONACIB, il y avait 25 salles provinciales et 12 salles privées pouvant projeter des films. Après ces beaux jours de l'exploitation et de la diffusion, la SONACIB a été confrontée à des difficultés de gestion (le recouvrement des redevances locatives dues par les salles non gérées par la SONACIB) et bien d'autres difficultés conjoncturelles, lesquelles sont venues contraindre l'État à liquider la seule

structure qui avait le monopole sur la distribution et une bonne partie de l'exploitation des œuvres cinématographiques.

Graphique 24: Évolution du nombre de salles de cinéma



Source : Auteur, 2017

Aujourd'hui, l'exploitation commerciale en salle se contente de près d'une dizaine de salles fonctionnelles. Les salles d'exclusivité sont au nombre de quatre en 2017. Ce sont les salles de *Ciné Burkina*, *Nerwaya*, *Ciné Sanyon* et *Canal Olympia Yennenga*.

Aujourd'hui, l'essentiel des salles citées plus haut sont devenues des magasins, des lieux de culte ou de commerces, dans le meilleur des cas. Dans le pire des cas, elles sont carrément à l'abandon et sont des lieux de décharges publiques, ou encore de refuges pour des bandits et des drogués.

Tableau 59: Nombre de salles de cinéma fonctionnelles en 2017

N° d'ordre	Désignation	Date de création	Nombre de places assises
01	CINE BURKINA	1975	560 places
02	CINE ESPOIR DE TAMPOUY	1986	1 200 places
03	CINE NEERWAYA	1989	1 066 places
04	CINE PISSY[248]	1986	1200 places
05	CINE WEMTENGA	1986	1200 places
06	CINE SANYON	1990	650 places
07	CINE PALACE	1962	1400 places
08	CANAL OLYMPIA YENNENGA	2017	300 places

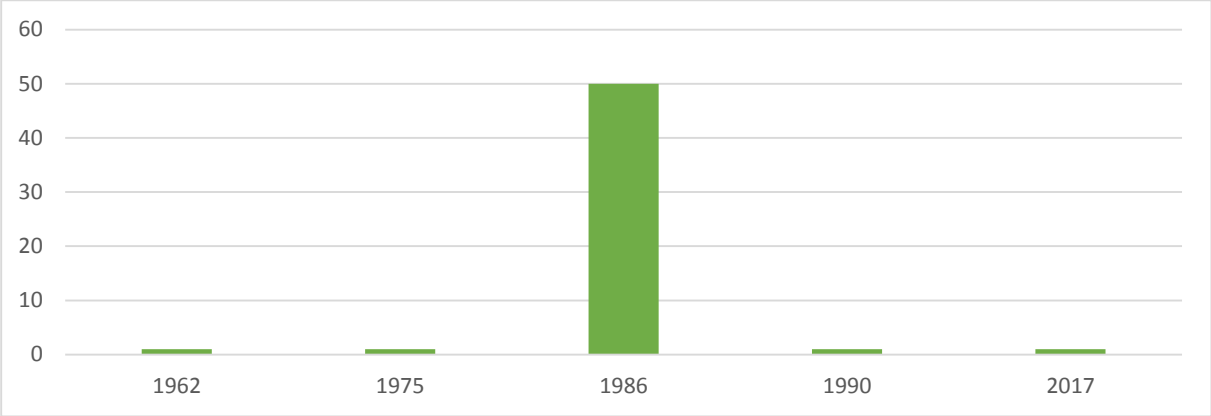
Source : notre enquête de terrain, 2017

[248] Cette salle est en réhabilitation pour devenir la deuxième salle de ciné *Canal Olympia* au Burkina Faso.

L'année de création des salles fonctionnelles

L'enquête a permis de comprendre que la construction des salles de cinéma a été concentrée dans les années 1980, précisément entre 1984 et 1986 à la faveur de la Révolution d'août 1983. Comme le montre le graphique ci-dessous, il a fallu attendre l'année 2017 pour voir renaitre une salle de cinéma qui, du reste, est une initiative d'un groupe étranger (*Bolloré*).

Graphique 25: Année de création des salles de cinéma



Source : notre enquête de terrain, 2017

Selon le graphique ci-dessus, les salles de cinéma ont un âge compris entre 31 ans et moins d'un an au moment de l'enquête (2017).

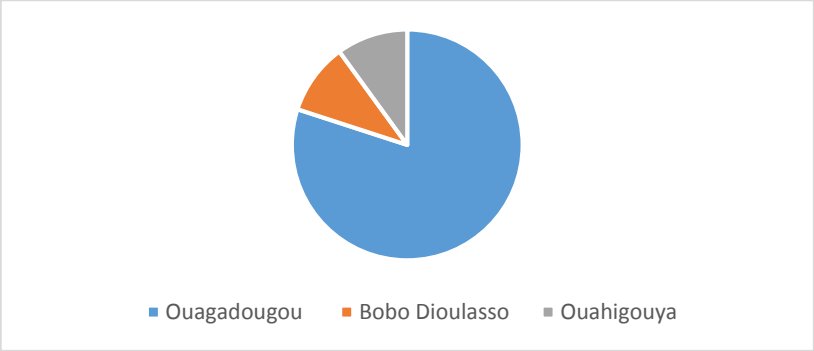
Les capacités des salles de cinéma

Le nombre de places assises des salles fonctionnelles varie entre 300 et 1400 places, comme l'indique le tableau n°59. La capacité totale des salles fonctionnelles est de 7 576 places assises. Ce nombre pourrait évoluer avec les modifications en cours de la salle de Pissy, qui sera bientôt aux normes de *Canal Olympia* (donc 300 places au lieu de 1200 actuellement).

Répartition géographique des salles de cinéma

Les données que nous avons recueillies montrent que le pays n'est pas actuellement couvert entièrement par des salles de diffusion adaptées au cinéma. En province, presque toutes les salles ont été fermées.

Graphique 26: Implantation géographique des salles fonctionnelles



Source : Auteur, 2017

Seules, Ouagadougou (la capitale), Bobo-Dioulasso (la capitale économique) et Ouahigouya se partagent les salles fonctionnelles. Nous avons appris que *Ciné Loba* à Dédougou a été repris par un entrepreneur culturel privé. Le maillage était autrefois plus ou moins complet mais aujourd'hui, c'est environ 0,30 % du territoire seulement qui est couvert par des infrastructures cinématographiques.

Les autres salles et les projets de réhabilitation des salles existantes

L'exploitation commerciale structurée résiste tant bien que mal avec une nouvelle donne : l'implantation des salles du groupe *Vivendi*. Ce groupe ambitionne d'implanter, à terme, 50 salles de cinéma à travers l'Afrique. Le Burkina Faso est le seul pays dont la capitale bénéficiera, exceptionnellement semble-t-il, de l'implantation de deux salles à la fois. Les travaux de la deuxième salle sur l'actuel site de la salle de Pissy sont en cours, comme l'indique la coupure de presse ci-contre ci-dessus, selon la mise en page. La deuxième salle de 300 places devrait être prête pour la prochaine édition du FESPACO en 2019.

Encadré 17: Extrait d'un article de Libération en ligne sur la renaissance des salles

Sur le continent, le groupe est passé de *«quelques centaines de milliers abonnés, des expatriés et des Africains fortement liés culturellement à la France»* à *«2,8 millions sur un marché estimé à 12 millions, donc on est vraiment sur les classes moyennes»*. Il observe qu'aujourd'hui, il n'y a que *«très très peu»* de multiplexes en Afrique, mais *«ils fonctionnent»*. D'ailleurs, *«on n'est pas les seuls et on ne sera pas les seuls. Nous, on veut aller vite»*. Canal + ambitionne de construire une cinquantaine de salles sur le continent.

Ce qui n'est pas sans soulever quelques interrogations. *«L'accroissement de la classe moyenne dont tout le monde se gausse est une réalité. Bolloré sait qu'il va récupérer son argent. Mais est-ce que cela correspond à un effort local ? Certes, pas»*, souligne Gaston KABORÉ. *«Je ne dis pas qu'il faut faire de l'ostracisme. Si nos films faits en Afrique ont accès à des projections dans ces salles de cinéma, je n'ai rien à dire. Mais il ne faut pas que ce soit un redéploiement qui peut être handicapant pour l'émergence d'une expression cinématographique locale.»*

Source :
http://next.liberation.fr/cinema/2017/03/12/au-burkina-faso-le-cinema-en-salles-renait-apres-des-annees-de-desert_1555153 consulté le 10/01/2018

L'autre initiative est étatique et se base sur le diagnostic selon lequel le cinéma burkinabè a été confronté à une crise structurelle et organisationnelle et que cette crise a eu pour conséquences la baisse de la production, la fermeture de nombreuses salles de cinéma, l'obsolescence des équipements et des infrastructures. Et pour faciliter l'accès des populations au cinéma, et à la demande des acteurs, le Gouvernement du Burkina Faso a décidé de réhabiliter le parc de salles de cinéma en salles polyvalentes ; d'équiper lesdites salles en matériel de spectacle et de projection numérique.

La mise en œuvre du projet a été entamée par la réalisation d'une étude de faisabilité, laquelle a prouvé la pertinence du projet et a permis d'identifier les activités à mener.

Le projet concerne la réhabilitation de quinze salles de cinéma et a été estimé à hauteur de 4 245 000 000 F CFA (6 471 460,781 €) soit 150 000 000 F CFA (228 673,874 €) par salle. Des études architecturales et le plan financier étaient bouclés et la salle de cinéma de Somgandé dans un quartier de Ouagadougou devait servir de salle témoin[249] de ce projet de réhabilitation. Mais jusqu'ici, le projet de réhabilitation de la quinzaine de salles souffre dans la mise en œuvre, pour des raisons de financement et de planification notamment.

L'autre initiative de réhabilitation, c'est celle entreprise par *l'Association de soutien du cinéma au Burkina Faso.* Il s'agit d'une association à but non lucratif, créée au Burkina Faso en mars 2013. Son objectif est d'aider à la promotion de la cinématographie au Burkina Faso, en permettant notamment la diffusion des films en salle. Elle a pour objet premier la sauvegarde du 7^{e} art au Burkina Faso, par le soutien du cinéma, de la diffusion, de la distribution et la promotion de films produits au Burkina Faso… L'association est constituée de 25 membres actifs, de 330 membres bienfaiteurs et d'un bureau exécutif. Le réalisateur helvéto-burkinabé Berni GOLDBLAT, leader de ladite association, frustré que la ville de Bobo-Dioulasso ne compte plus qu'une seule salle, a lancé la réhabilitation du Ciné Guimbi OUATTARA, qui, une fois les travaux terminés, va dégager 498 places. Ce projet de réhabilitation coutera, selon les

249 Finalement, au lieu du *Ciné Somgandé*, c'est Gaoua et Fada (pour des raisons politiques) qui ont bénéficié d'un début des travaux de réhabilitation.

premières prévisions du projet, la somme de 1milliard 180 millions 800 mille, soit 1 million 800 mille euros.

Ce projet est différent de celui de *Canal Olympia*, en ce sens qu'il s'inscrit dans une démarche communautaire et culturelle. Comme l'ont plusieurs fois expliqué les responsables de l'initiative, le nouveau *Ciné Guimbi* est le projet d'un quartier, d'une ville, d'une région. Il s'engage dans une démarche environnementale et en faveur de la paix. Construit avec les ressources, les artisans et les entrepreneurs locaux, le nouveau *Ciné Guimbi* sera un modèle écologique dans sa construction et dans son fonctionnement (éclairage solaire, toiture

Illustration 12: Le contraste entre l'existant et le projet de réhabilitation

Illustration 11: Une vue de ce que sera le ciné Guimbi une fois les travaux terminés

végétalisée, récupérations des eaux grises…). Le *Guimbi* aura pour vocation d'être un lieu d'accueil, d'échange, de sensibilisation, de débat et d'action, promouvant les valeurs écologiques, environnementales et de la paix. Un rempart contre toutes les formes d'intégrisme religieux, politique et intellectuel. Il sera disponible à moindre cout aux collectivités locales et associations de quartier, qui trouveront au *Guimbi* un endroit pour se réunir, échanger et ainsi contribuer, chacun selon ses moyens, à la vie culturelle et sociale de leur ville.

Une programmation, dédiée à l'endroit des jeunes, des scolaires et du grand public, fera partie intégrante de l'offre du *Ciné Guimbi*.

L'initiative des salles polyvalentes

Face au manque criant de lieux de spectacles et de centres culturels dans le pays, le gouvernement du Président Blaise Compaoré sous la IV^{e} République avait entrepris de construire des salles polyvalentes d'un millier de places chacune. L'initiative est, certes, louable mais comme on peut le remarquer, ces salles ne sauraient remplacer des salles de cinéma dédiées à la pratique cinématographique. Beaucoup de ces salles, qui existent déjà, sont sous-exploitées et il se pose des questions de leadership et de gestion. La mairie, la région et souvent le ministre en charge de la culture se disputent la gestion ou la tutelle de ces nouvelles infrastructures à vocation culturelle. Rappelons ici que le principe est de construire dans les 13 régions administratives des infrastructures culturelles pour servir de lieu de rencontres tous azimuts. La célébration de la fête de l'indépendance, qui se fait à tour de rôle dans les différents chefs-lieux de régions, est donc l'occasion de la mise en œuvre de ce projet. Près d'une dizaine de salles ont donc été construites depuis lors. Le problème de ces salles pour les activités cinématographiques est l'équipement technique.

Les centres culturels comme alternative

En plus des salles commerciales, nous pouvons dénombrer plus d'une trentaine de salles (cf. tableau ci-dessous) capables d'accueillir des produits cinématographiques, en vue de leur diffusion commerciale ou non commerciale. C'est le cas des salles des instituts ou centres culturels : Instituts français, Instituts Goethe, CENASA…
Ces espaces sont des recours pour les promoteurs de cinéma. Les projections à l'endroit des scolaires et de certaines catégories de publics se font souvent dans ces espaces.

- *L'exploitation par les vidéo-clubs*

Ensuite l'autre forme d'exploitation c'est l'exploitation par les *vidéo-clubs* qui renvoie à une forme d'exploitation non structurée. Les *vidéo-clubs* ont connu un boom avec la crise du cinéma de salle ; ils ont progressivement perdu leur prépondérance d'antan, du fait de l'individualisation des moyens techniques de lecture des contenus cinématographiques et audiovisuels. À Ouagadougou, on dénombrait 535 *vidéo-clubs* en 2016, selon les données récoltées par le BBDA.

Tableau 60: État des vidéo-clubs à Ouagadougou

Années	Nombre de vidéo-clubs
2004	**1172**
2005	**1230**
2006	**1002**
2007	**782**
2008	**860**
2009	**885**
2010	**954**
2011	**832**
2012	**744**
2013	**744**
2014	**870**
2015	**670**
2016	**535**

Source : BBDA, 2017

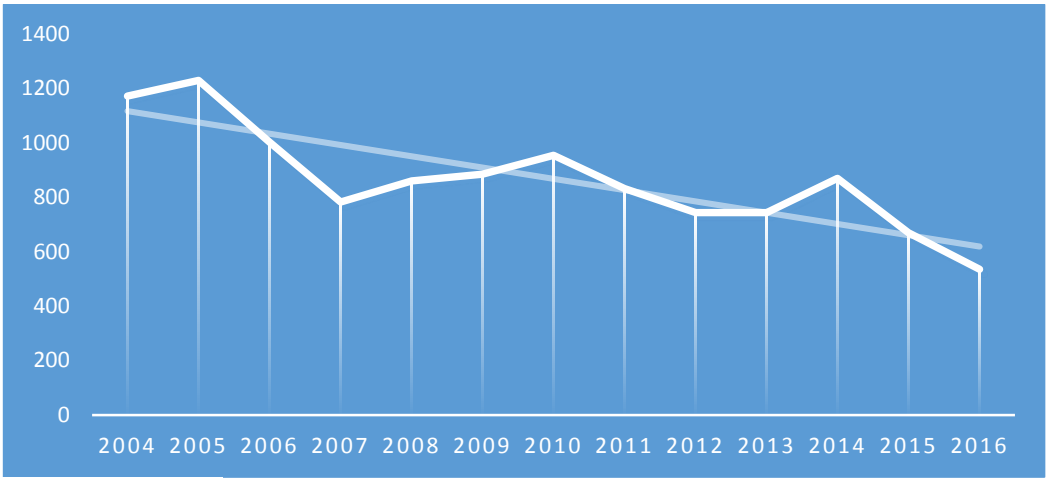
Dans les espaces que l'on nomme *video-clubs*, les projections vidéo se sont développées hors de tout contrôle. Les projections se font à partir des supports DVD, VCD, ou tout simplement sur clé USB, carte SD ou disque dur. Les films sont acquis directement sur le marché parallèle. Certains contenus sont capturés directement sur les chaines de télévision (les chaines satellitaires) qui font des diffusions inédites. Nous avons remarqué, en effet, que les exploitants des *vidéo-clubs* installent les équipements nécessaires, pour réceptionner des programmes de certaines chaines de télévision qui ont toujours des films inédits à diffuser. Avec un abonnement de 10 000 F CFA le mois, ils accèdent aux programmes desdites chaines de télévision et à leur tour, ils partagent la diffusion, moyennant un droit d'entrée. C'est ainsi pour les matchs de football sur le bouquet *Canal+*, tout comme pour les films de Hollywood, diffusés exclusivement par ces chaines. Les gérants de ces *vidéo-clubs* reprennent sur leur panneau d'annonce les programmes des matchs et des films qui seront diffusés, *via* les chaines de télévision auxquelles ils sont abonnés. C'est un secteur complexe à comprendre et à combattre, tellement les acteurs sont insaisissables et leurs stratégies changeantes.

Les salles de *vidéo-clubs* ont mis en difficulté les salles de cinéma commerciales, en pratiquant des prix dérisoires et en ayant une programmation plus variée que les salles classiques (il arrive que des *vidéo-clubs* disposent, en effet, des films et les diffusent avant leur sortie en salle). Dans ce contexte, on comprend que ces acteurs ne tiennent aucun compte des droits d'auteurs, malgré l'action des agents de recouvrement du Bureau burkinabè du droit d'auteur.

L'enquête montre que les *vidéo-clubs* rencontrent eux aussi des soucis de rentabilité, avec le développement des nouveaux outils techniques de diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles. En effet, l'avènement des cellulaires ou téléphones portables dites de 2^{e} et 3^{e} génération, a bouleversé les pratiques de consommation. Les publics n'ont plus vraiment besoin de suivre les programmes de diffusion des petites salles de vidéo du quartier. Ils peuvent, à tout

moment, télécharger sur leur portable ou partager des vidéos, pour ensuite les visionner. Ils n'ont plus besoin, en réalité, de payer pour accéder à des vidéos qui sont en libre téléchargement sur Internet ou sur les réseaux sociaux, dans un élan de solidarité et de partage des ressources vidéo. Enfin, ils ne sont plus contraints de subir les contraintes horaires des *vidéo-clubs* et sont capables de décider de quand, où et comment visionner un film, grâce à l'individualisation des moyens techniques. Quand on observe la courbe ci-dessous, on voit bien la tendance en baisse du nombre de *vidéo-clubs*, sur l'ensemble du territoire.

Graphique 27: Tendance actuelle des vidéo-clubs



Source : Auteur, 2017

Face à la nouvelle situation des *vidéo-clubs*, les acteurs de ces espaces développent de nouvelles initiatives, en variant leurs activités. Puisque le sport, surtout le football, reste un produit bien prisé par les mêmes cibles (jeunes), les gérants de ces *vidéo-clubs* ont muté dans la retransmission des matchs des différents championnats européens où évoluent des stars africaines et brésiliennes. Le dispositif, qui servait à la projection de films, est aujourd'hui reconverti en diffusion de matchs. Donc, le nombre de *vidéo-clubs* a chuté de 46 % certes, passant de 1 172 en 2004 à 535 en 2016, mais les acteurs se reconvertissent tant bien que mal. On ne sait pas jusqu'à quand le phénomène résistera avec la libéralisation des contenus sur Internet, la prolifération des films sur différents supports techniques, d'une part et l'aménagement du territoire qui, sans cesse, repousse les limites du phénomène vers la périphérie, d'autre part.

b. L'exploitation non commerciale

Deuxièmement, l'exploitation non commerciale. Le niveau non commercial prend en compte la vente des copies d'exploitation du film, quel que soit le support, à des structures qui n'ont pas une vocation commerciale, telles que les ONG, les centres culturels, et bien d'autres

structures qui ne doivent ni exploiter commercialement le produit ni le dupliquer, sans l'autorisation du producteur. Cette forme d'exploitation aléatoire et difficile à contrôler manque de statistiques, pour nous donner une idée précise de ce que cela représente financièrement et en termes de volume de produits exploités sur une période.

Par contre, nous savons combien cette forme d'exploitation contribue à la diffusion des œuvres cinématographiques. C'est l'exemple type de l'Association *Cinéma numérique ambulant* (cf. la section promotion *supra*), qui parcourt campagnes et villes pour projeter des films documentaires et de sensibilisation. Dans ce cas, les contrats d'exploitation des films se font à des conditions plus souples que dans le cadre de l'exploitation commerciale.

Dans les années révolutionnaires (1983) et ce, jusque dans les années 2000, la cellule d'animation cinématographique du FESPACO effectuait un travail de diffusion en direction des zones rurales.

L'exploitation non commerciale se pratique couramment dans les espaces des associations et centres culturels que nous avons répertoriés plus haut, en plus des espaces ouverts comme ceux des établissements scolaires, ceux des espaces publics des communes. L'action des exploitations non commerciales porte majoritairement sur des films ayant bouclé leur circuit de diffusion : salles, festivals et télévisions. Dans ce cas, le mode d'acquisition des films passe par des négociations des droits de diffusion non commerciale et non exclusive aux réalisateurs, contre un forfait allant de la gratuité à des montants pouvant atteindre 500 euros et plus.

c. La diffusion en mutation

La diffusion est en mutation, non seulement avec la fin de l'analogique qui cède la place au numérique, mais aussi avec les nouvelles plateformes de diffusion, utilisant le téléphone et l'ordinateur portable entre autres.

- *La programmation en salle : un art qui a disparu !*

L'exploitation des œuvres en salle nous conduit à considérer la programmation des différentes salles de projection. La conséquence de la faible production et de l'absence d'une distribution professionnelle est la faible programmation journalière et même hebdomadaire de la dizaine de salles encore en fonctionnement.

Ce que nous avons remarqué, c'est que depuis la reprise de la production nationale avec le numérique, la programmation des salles repose essentiellement sur les films locaux. Les couts d'importation et d'exploitation des films venant d'ailleurs pourraient expliquer le recours aux productions nationales. Notre enquête montre que 67 % des films vus en salle, sont burkinabè contre 33 % venant de l'étranger.

Puisqu'il n'y a personne pour distribuer ni promouvoir les films en question, la programmation des salles mise sur les films susceptibles de drainer du monde. L'exploitation non commerciale est la forme qui met le film africain et burkinabè à l'honneur, comme l'indique le tableau ci-dessous.

Tableau 61: Liste des films acquis par le CNA Afrique diffusés depuis 2013

N°	Titre	Réalisateur	Pays
1	*Tassuma*	Kollo Daniel SANOU	Burkina Faso
2	*Le poids du serment*	Kollo Daniel SANOU	Burkina Faso
3	*Yaaba*	Idrissa OUEDRAOGO	Burkina Faso
4	*Tilai*	Idrissa OUEDRAOGO	Burkina Faso
5	*Quartier Mozart*	Jean – Pierre BEKOLO	Cameroun
6	*Gito l'ingrat*	Léonce N'GABO	Burundi
7	*Le ballon d'or*	Ckeik DOUCOURE	Guinée Conakry
8	*Faro la reine des eaux*	Salif TRAORE	Mali
9	*Cœur de lion*	Boubacar DIALLO	Burkina Faso
10	*Tourbillon à Bamako*	Dominique PHILIPPE	Mali/France
11	*Le secret des enfants fourmis*	Christine FRANÇOIS	France/Bénin
12	*Ouaga Saaga*	Dany KOUYATE	Burkina Faso
13	*Au royaume de Zabota*	Ibrahim OLOKUNGA	Burkina Faso
14	*Tu me prends pour qui ?*	Omar DAGNON	Burkina Faso
15	*Le prix du pardon*	Mansour Sora WADE	Sénégal

Source : CNA, 2017

Par ailleurs, la programmation n'existe pas en tant que telle. Des salles de projection peuvent rester des semaines durant sans une seule projection. C'est au coup par coup que la programmation se fait. Les salles de Tampouy et de Wemtenga affichent, tout au plus, un film par semaine. *Neerwaya* affiche, dans le meilleur des cas, deux films par semaine et, souvent, propose des programmes pour enfants les dimanches.

Tableau 62: État de projections de films selon les origines sur la période de janvier à décembre 2016

Origine	*Nombre de projections*
Burkinabè	402
Etrangère	70
Total	472

Source : DCN, 2017

- *La télévision : un paysage en forte croissance*

On sait que les années 1980 ont été particulières dans la diffusion des films au Burkina Faso. Depuis l'apparition de la télévision et son accès de plus en plus banalisé, la projection en salle a été sérieusement perturbée. Le petit écran aujourd'hui est l'un des moyens de diffusion les plus efficaces des œuvres cinématographiques et audiovisuelles, devant les salles de cinéma.

Le développement numérique des stations de télévision contribue à cette révolution-là. L'exploitation audiovisuelle s'appuie sur une trentaine de stations de télévisions fonctionnelles, comme le résume le tableau ci-dessous.

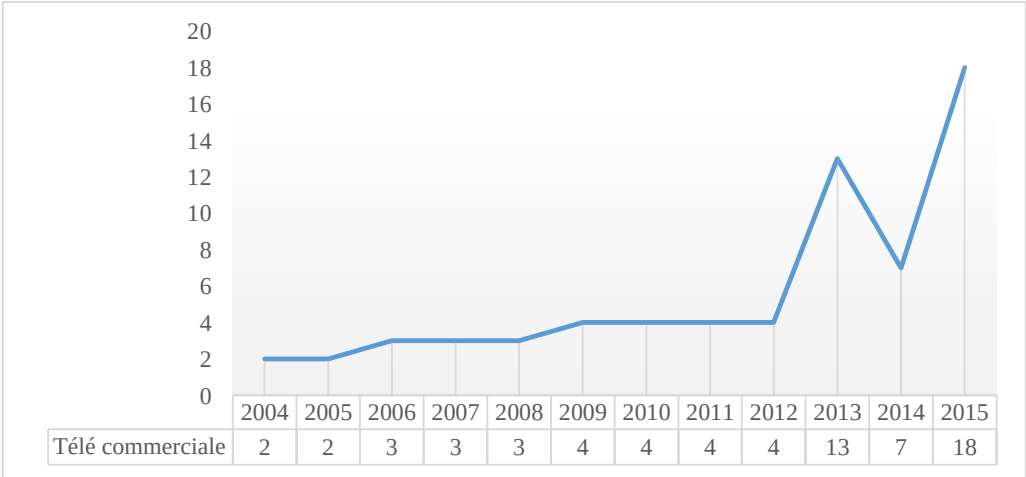
Tableau 63: Évolution du nombre de chaines de télévision

Typologie	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Télé confessionnelle	1	1	1	2	2	3	3	3	4	6	5	6
Télé associative	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1
Télé commerciale	2	2	3	3	3	4	4	4	4	13	7	18
Télé internationale	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1
Télé publique	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	3	3
MMDS	1	1	1	1	1	1	1	2	2	4	2	4
Total	**5**	**5**	**6**	**8**	**9**	**11**	**11**	**12**	**14**	**28**	**18**	**33**

Source : CSC, 2017

L'évolution du nombre de stations de télévision, surtout les chaines commerciales, a été fulgurante, comme l'indique la courbe ci-dessous.

Graphique 28: Évolution du nombre de télévisions commerciales au Burkina Faso



Source : Auteur, 2017

Aujourd'hui, on compte près d'une vingtaine de chaines de télévisions commerciales 18, précisément. Au nombre de trois, ont les chaines publiques disposent de 29 stations relais dans les régions et provinces du pays. Pour une bonne promotion, des supports de qualité et en quantité existent, comparé à la période des années 1980 et 1990 où le Burkina Faso ne comptait qu'une seule chaine de télévision (publique) ; ensuite, pour la diffusion, les possibilités sont multipliées au moins par dix par rapport aux années 1990 et 2000.

- *La coproduction de la télévision*

Il fut une époque (au tournant des années 2000 qui coïncide avec la crise du cinéma et des salles), où la collaboration entre la Télévision nationale du Burkina (TNB) et la *Direction de la cinématographie nationale* (DCN) permettait de coproduire des œuvres pour le petit écran. Une mutualisation des ressources matérielle, technique, humaine et financière, a permis, en effet, d'alimenter les programmes de la télévision nationale, d'une part et de maintenir la dynamique

de la création cinématographique, d'autre part. La production de téléfilms, de séries et de *sitcoms* a été lancée dès les années 1997. Le premier téléfilm, *Le secret*, est une adaptation de l'œuvre de l'écrivain burkinabè Asomwin Ignace HIEN; le *sitcom* le plus populaire fut « *Vis-à-vis* », du réalisateur Abdoulaye DAO. Le *sitcom* a connu une léthargie puis a repris du service puis de sombrer à nouveau en léthargie. Bien d'autres projets du même genre ont montré la pertinence d'une conjugaison d'efforts entre télévision et cinéma. C'est le cas des séries télévisuelles *Affaires publiques*, et de *Kadie Jolie*.

Le problème qui refait surface est, là encore, celui des moyens de production et corrélativement celui-ci de la volonté politique des leaders. Les changements d'équipe à la tête de la chaine de télévision publique bouleversent toujours les acquis et contraignent souvent à des reculs sur le plan des budgets de production audiovisuelle. Aujourd'hui, les téléfilms, les séries et les *sitcoms* ne constituent plus la priorité des médias publics, en termes d'investissement. Il y a peu de commandes, comme l'indiquait le réalisateur de la série *Fabiola* : *« La Télévision nationale n'intervient pas, ne préachète pas, et les quelques télévisions privées sont encore embryonnaires, assez fragiles, et n'ont pas de budget »*.[250]

Seules, quelques chaines de télé françaises, comme auparavant *TV5* et *CFI* et aujourd'hui la chaine *A+* de *Canal+*, s'intéressent à l'acquisition des productions du Burkina Faso. En revanche, bien qu'intéressées, les télévisions locales ne disposent pas de budget pour l'acquisition des droits de diffusion des productions nationales, quand bien même on peut remarquer une acquisition régulière des *télénovelas* brésiliennes et mexicaines. Les films et les séries africaines diffusées sur les antennes nationales l'ont généralement été grâce à la bienveillance de *CFI*, qui autrefois alimentait les programmes des télévisions africaines.

- *La TNT, pour relancer la production et la diffusion des films ?*

Le lancement de la *Télévision numérique terrestre* (TNT), le jeudi 28 décembre 2017, fut l'aboutissement d'un long processus, avec plusieurs rebondissements politiques et techniques le projet avait raté le délai initial de juin 2015, en partie à cause des difficultés de mobilisation des ressources financières et surtout, à cause de la crise politique qui a secoué le pays avec le coup d'État manqué de septembre 2015). En effet, on se rappelle que c'est sous le Président Blaise COMPAORE que le projet de passage de l'analogique au numérique a été lancé, puis fut validé sous la *Transition politique* et enfin, réalisé sous le Président Roch Marc Christian

[250] Article n° 12 du zoom *Portraits de producteurs d'Afrique subsaharienne francophone* Stéphanie Dongmo, Africiné, publié le 11/07/2012.

KABORÉ. C'est un projet qui représente un investissement de plus de 45 milliards de francs CFA, soit 69 millions d'euros.

L'acte de passage au numérique traduit l'engagement des plus hautes autorités du pays à démocratiser l'audiovisuel et ce, conformément aux obligations internationales, notamment, la recommandation de Genève 2006 « *GE 06* », de l'Union internationale des télécommunications (UIT), qui demande à tous les pays membres de passer de l'analogique au numérique. La dynamique est aussi impulsée par l'UEMOA, qui avait même fixé des délais de rigueur à tous les pays membres. Le Burkina Faso est finalement le premier pays en Afrique de l'Ouest à opérer son passage au numérique.

Dix-huit chaines nationales, dont la *RTB*, *BF1*, *Burkina Info*, *3 TV*, *Omega TV*, sont déjà accessibles. Avec le lancement de la TNT, nous savons que de nouveaux projets de lancement de chaines de télévision, qui attendaient jusque-là, vont voir le jour. C'est le cas de la chaine dédiée aux activités parlementaires et de ceux détentrices de leur licence qui vont aussi lancer leurs produits télévisuels. Une vingtaine de villes reçoivent déjà le signal et à partir de l'année 2018, la couverture intégrale du territoire sera effective, selon les prévisions de la *Société burkinabè de télévision* (SBT).

L'un des atouts du projet, à terme, porte sur la régionalisation, qui consiste à inclure des chaines locales dans le bouquet. En outre, il offre une meilleure qualité de son et de nouveaux services, comme le sous-titrage d'un film en plusieurs langues.

La *Société burkinabè de télédiffusion* a été créée par décret N°2013-573/PRES/PM/MICA//MC/MDENP//MEF du 9 juillet 2013, avec pour objectif d'assurer l'exploitation du réseau de diffusion numérique de la TNT au Burkina Faso. Elle entend proposer dans le court et moyen terme, des services comme la vidéo à la demande, mais également des programmes d'information sur l'éducation et la santé. Le volet diffusion n'incombe donc plus aux éditeurs de services de télévision, mais plutôt à la *Société burkinabè de télévision* (SBT), qui aura en charge le transport et la diffusion du signal.

Les enjeux de la TNT étant pluriels, nous pensons qu'il existe là des possibilités pour le cinéma en termes de production, de promotion et de diffusion. Le passage au numérique implique la considération du contenu des programmes et la question des ressources humaines. On se rappelle que seule, la Télévision publique avait le monopole de la meilleure couverture nationale. Aujourd'hui, avec la TNT, ce monopole est perdu et chacune des télévisions devra entrer en concurrence pour conquérir des parts de publics sur l'ensemble du territoire national.

C'est une mutation fondamentale et profonde que connait, depuis la fin de l'année 2017, le secteur de l'audiovisuel au Burkina Faso.

- *Les chaines satellitaires*

Les chaines de télévision, qui arrosent le Burkina Faso par le satellite, sont nombreuses. Le bouquet *Canal+* et bien les offres d'autres opérateurs existent et offrent des services d'accès à l'image. Aujourd'hui, c'est beaucoup sur les chaines comme *Télé Sud, A+* ou *TV5 Monde* que des films burkinabè sont diffusés. Les séries, produites également par des réalisateurs-producteurs nationaux, sont aussi diffusées sur ces chaines de télévision. Les Burkinabè ne découvrent souvent pour la première fois des films nationaux que sur lesdites chaines de télévision, d'où l'enjeu actuel de la synergie télévision-cinéma. D'ailleurs, David MIGNOT s'exprimait dans la presse en ces termes :

> *« Au Burkina Faso, la situation est très impressionnante, car plus d'une famille sur 2 qui dispose d'un téléviseur est cliente de Canal+. Nous avons réussi en 5 ans à faire passer Canal du statut de marque élitiste, de haute gamme à un produit de consommation très courante. À Ouaga selon les chiffres, nous avons 7 familles sur 10 équipées d'un bouquet canal et nous nous en félicitons. Nous avons une moyenne au Burkina supérieure dans la sous-région »*[251].

- *Les autres moyens de diffusion*

Les autres moyens de diffusion des produits cinématographiques et audiovisuels sont nombreux et dynamiques, dans leur forme, comme dans les usages. Mais les acteurs burkinabè n'ont pas encore exploré cette piste, pour en faire une forme de commercialisation et donc, d'exploitation des œuvres cinématographiques nationales. Des raisons techniques persistent, tant au niveau de l'accès technique que de l'accès financier des infrastructures. Il n'existe pas de plateforme nationale dédiée à la vente et à la commercialisation de films burkinabè ; il n'existe pas non plus une plateforme Internet pour la promotion et la diffusion des œuvres cinématographiques. Ce qui existe timidement, c'est la *web diffusion* au niveau des chaines de télévision.

[251]http://afriyelba.net/david-mignot-dg-de-canal-afrique-statistiques-abonnes-burkina-impressIONnants/?utm_source=newsletter&utm_medium=email&utm_campaign=apres_les_100m_haies_marthe_koala_entame_une_autre_discipline_aujourd_hui&utm_term=2017-07-26

2. Les acteurs de l'exploitation et de la diffusion

a. L'exploitant des œuvres cinématographiques et audiovisuelles

L'exploitant est la personne responsable de la structure d'exploitation, qui assure la projection de films à des fins commerciales. Les textes au Burkina Faso reconnaissent deux types d'exploitants : l'exploitant en salle et l'exploitant ambulant.

Un ensemble de métiers gravitent autour de l'exploitant de films et la loi reconnait plus d'une dizaine de métiers, qui sont répertoriés dans le tableau ci-dessous :

Il existe un *Réseau national de gestionnaires de salles, de spectacles et de cinéma,* dont les objectifs sont, entre autres, la professionnalisation des acteurs de la diffusion et de l'exploitation par les échanges d'expériences et la mutualisation des efforts. Ce réseau, très jeune, a été mis en place en septembre 2017, avec le concours de la *Direction de la promotion des industries culturelles et créatives* (DPICC). En dehors de ce jeune réseau, il y a bien d'autres associations de professionnels de l'exploitation qui existent, quoique moribondes, et qui poursuivent les mêmes objectifs de mutualisation et de renforcement des capacités des membres en vue de promouvoir le cinéma burkinabè.

b. Le diffuseur des œuvres cinématographiques et audiovisuelles

Le diffuseur, c'est la personne morale ou physique qui est chargée de porter à la consommation l'œuvre cinématographique ou audiovisuelle. C'est le cas des télévisions, des associations à but non lucratif qui font de la diffusion. L'exemple type, c'est le *Cinéma numérique ambulant*, qui diffuse des œuvres cinématographiques à travers tout le pays. Par ailleurs, l'action des festivals que nous avons évoquée dans la section promotion, est à prendre en compte dans les efforts de diffusion cinématographique au Burkina Faso. Les longs-métrages ne sont vus, le plus souvent, que lors des festivals comme le FESPACO ou C*iné droit libre,* pour ne citer que ces deux festivals ; ce qui réaffirme le rôle indispensable des festivals dans la diffusion et la promotion des films africains.

Dans le domaine de la diffusion, on compte quelques formes d'organisation des acteurs mais comme toutes les autres faîtières du secteur des industries culturelles au Burkina Faso, celles-ci sont jeunes (et les structures plus anciennes sont dans un état profond de léthargie) et manquent de moyens pour le simple fonctionnement. La dernière-née dans le secteur de l'audiovisuel est l'*Union burkinabè des éditeurs privés de services de télévision* (UBESTV). C'est en lien avec l'avènement de la TNT que les télévisions privées se sont organisées en 2016 pour défendre leurs intérêts professionnels. L'*Union burkinabè des éditeurs privés de services*

de télévision vise, entre autres, à contribuer à une meilleure régulation du marché publicitaire audiovisuel ; à l'amélioration de la qualité de l'audiovisuel burkinabè à travers une saine émulation entre différentes chaines et une fiscalité préférentielle ; à créer des conditions d'exploitation propices à un meilleur développement des services de télévision burkinabè.

c. Les autres acteurs de la diffusion et de l'exploitation

– *La Société burkinabè de télédiffusion*

La *Société burkinabè de télédiffusion* est un opérateur public de diffusion de la télévision numérique terrestre. Elle a pour objet d'assurer la diffusion des programmes radiophoniques et télévisuels. Elle a pour mission la gestion des émetteurs de radiodiffusion sonores et télévisuels installés sur le territoire national. À ce titre, elle est chargée d'établir, de gérer, d'exploiter et de maintenir les équipements et installations techniques du centre d'émission ; de transporter les programmes radiophoniques et télévisuels ; de contrôler et protéger la qualité de la réception des émissions radiophoniques et télévisuelles. La SBT est dotée de la personnalité juridique et de l'autonomie financière et placée sous tutelle technique du ministère chargé de la communication.

C'est la SBT qui est en charge de la mise en œuvre de la TNT. Elle présente les atouts et services suivants : une meilleure qualité de l'image et du son (l'image n'est plus parasitée ou neigeuse) ; une augmentation du nombre de chaines (un bouquet d'au moins 18 chaines gratuites nationales), aucun abonnement nécessaire ; un accès au dividende numérique grâce à la libération du spectre hertzien ; une meilleure couverture nationale et la possibilité d'éditer des programmes mieux adaptés aux besoins des populations dans leur diversité (*chaines régionales*) ; un accès à la haute définition (*TV HD*) ; des services complémentaires (*Guide électronique des programmes, archivage, VOD, internet, Jeux ; Catch up TV, sous-titrage, etc.*).

D'une manière directe ou indirecte, à travers la TNT, la SBT va accélérer les mutations en cours dans le secteur du cinéma et de l'audiovisuel, en stimulant la production et en augmentant l'offre de promotion télévisuelle. En mettant fin au monopole de la chaine nationale, toutes les autres vont aller à la conquête des audiences, donc avec plus de propositions et de créativité. Cet environnement aura un effet sur la diffusion des œuvres.

– *Le Conseil supérieur de la communication*

Le C*onseil supérieur de la communication* (CSC) est l'instance de régulation des médias au Burkina Faso. L'autorité du *Conseil supérieur de la communication* s'exerce dans les domaines ci-après :

- les activités de radiodiffusion sonore et télévisuelle, de presse écrite, publique et privée ;
- la mise à disposition du public d'informations sur tout support physique ou électronique ;
- le contenu des activités de la publicité.

L'autorité du *Conseil supérieur de la communication* s'exerce également sur tous les médias internationaux ou étrangers diffusés sur le territoire national, quelles que soient les modalités de leur mise à disposition du public.

Le *Conseil supérieur de la communication* est une autorité administrative indépendante, chargée de la régulation du secteur de la communication au Burkina Faso.[252]

À ce titre et nous le verrons dans le chapitre suivant, le CSC est un acteur dans la promotion des œuvres cinématographique, à travers la régulation des chaines nationales et internationales qui ont obtenu des droits d'émission. La loi lui permet de contraindre les chaines de télévision à respecter des quotas de diffusion d'œuvres nationales. Mais c'est une prérogative qui, jusque-là, s'est exercée difficilement et qui n'a jamais inquiété les éditeurs de télévision.

3. L'analyse de l'exploitation audiovisuelle

a. Les forces et les faiblesses de l'exploitation commerciale

– *La faiblesse de la fréquentation des salles*

Au moment où la SONACIB était à son apogée, un ensemble de facteurs défavorables, perceptibles déjà au milieu des années 1980, avaient progressivement entrainé la baisse de la fréquentation des salles et conduit de ce fait à la fermeture de la seule société qui assurait l'exploitation des produits cinématographiques.

[252] Il a pour attributions entre autres de veiller à la protection et à la promotion de la culture nationale dans les activités du secteur de la communication, notamment en fixant les quotas et diffusion d'œuvres audiovisuelles nationales et africaines ; de fixer les règles concernant les conditions de production, de programmation, de diffusion des émissions et des articles relatifs aux campagnes électorales par les sociétés et entreprises de presse écrite et de radiodiffusion sonore et télévisuelle d'État, en conformité avec les dispositions du code électoral ; de autoriser l'exploitation des fréquences destinées à la communication audiovisuelle ; de veiller à la qualité et à la diversité des programmes, au développement de la production et de la création audiovisuelle nationale.

Le public burkinabè, on peut le dire, est (était) acquis pour le cinéma. Le réseau d'une cinquantaine de salles de cinéma dans les années 1980 est un indicateur de ce que la demande était là. Les archives nous montrent également qu'il y avait de l'engouement pour les salles comme lieux d'accès aux films mais aussi, comme espaces de rencontre et de moments partagés.

Tableau 64: Nombre d'entrées en salle de 1994 à 1997 selon l'origine des films

Entrées	**1994**	**1995**	**1996**	**1997**	**Total**
Films burkinabè	44424	49432	4585	12143	110394
Films africains	10722	53593	3630	931	68876
Autres films (USA, Inde, Europe, Hong-Kong)	1535538	3373906	2593934	645846	8149224
Total	1 590 684	3 476 931	2 602 149	658 920	8 328 494

Source : Données du diagnostic en vue des états généraux du cinéma burkinabè

En effet, le tableau ci-dessus montre une fréquentation relativement importante quand on la rapporte à la population cible et au pouvoir d'achat d'alors. De 1994 à mars 1997, on a ainsi enregistré plus de huit millions d'entrées, avec une part belle réservée aux films étrangers.

Enfin, le nombre de films loués par la SONACIB montrait le niveau d'exploitation et de la demande des publics. Entre 1994 et mars 1997, au total 1 218 films ont été loués et exploités par la SONACIB, comme l'indique le tableau ci-dessous.

Tableau 65: Location de films par la SONACIB

Années	**Nombre de films**
1994	288
1995	472
1996	389
1997	69
Total	1218

Source : États généraux du cinéma burkinabè

Finalement, nous allons assister, impuissant, à la baisse de la fréquentation des salles de cinéma, avec certes, l'avènement de la vidéo mais aussi, avec les problèmes de gestion et de planification des changements techniques intervenus dans le milieu du cinéma. Dans le cas du Burkina Faso, la faible fréquentation des salles va s'accélérer avec la disparition de quartiers entiers, autrefois pourvoyeurs de cinéphiles. Cette situation va donner lieu à la naissance des *vidéo-clubs* qui vont tenter de combler très vite le vide dans les nouveaux quartiers. On le sait, les salles conventionnelles n'ont pas pu résister à la concurrence farouche des *vidéo-clubs* et le coup de semonce sera donné par le développement rapide de la télévision.

Le tableau montre la faible fréquentation des salles après les années de gloire, où il est difficile de cumuler souvent 100 000 entrées l'an. Même avec les efforts du projet *Succès cinéma*

Burkina qui a pour objectif de récompenser les films aux meilleures entrées, on est encore loin des chiffres d'autrefois.

Tableau 66: État des entrées des salles de janvier à décembre 2016

Salle de cinéma	Nombre d'entrées en salles
Ciné Neerwaya	28 289
Ciné Burkina	7 964
Ciné Tampouy	2 742
Ciné Wemtenga	821
Total	**39 291**

Source : DGCA, 2017

L'une des forces du Burkina Faso, c'est l'amour de la population pour le cinéma, rendu possible par l'organisation régulière du FESPACO et l'action des organisations de la société civile cinématographique. On constate un regain d'intérêt de la population pour les séries africaines, ce qui veut, peut-être, dire qu'il y a une demande relative d'images de soi. Cette demande d'images de soi est exprimée aussi bien à l'intérieur des États qu'au sein de la diaspora africaine, vivant en Europe et en Amérique principalement.

– *L'organisation des acteurs*

Qu'elle soit structurée ou non, qu'elle soit commerciale ou non, l'exploitation rencontre visiblement des problèmes d'organisation de la part des acteurs. Des tentatives ont eu lieu mais se sont soldées par des bagarres et des séparations prématurées. La dernière initiative en date est née en septembre 2017, qui voudrait (re)organiser les acteurs de l'exploitation de films. Nous pensons qu'en amont, au risque de retomber dans les mêmes problèmes, la formation des exploitants est une condition *sine qua non* pour réussir une bonne et cohérente organisation. Beaucoup ne savent pas ce que veut dire être exploitant de salle ou de cinéma. C'est sur le tas que la plupart d'entre eux ont embrassé les métiers d'exploitation de films.

La question de la fonctionnalité des salles, celle de la réglementation de la fonction et la question de la fixation des taxes d'exploitation sont autant de sujets qui pourraient être portés par une organisation faitière représentative afin de faciliter l'accès aux œuvres cinématographiques et le travail des exploitants de films.

– *La problématique des infrastructures de cinéma*

La faiblesse en nombre et en qualité des salles de cinéma pose aux acteurs, sans exception, un problème de rentabilité et de pratique du cinéma. Les salles d'exclusivité au nombre de quatre dont trois à Ouagadougou, n'ont pas une gestion professionnelle qui s'inscrirait dans la logique d'un cinéma professionnel. Le *Ciné Burkina* a été racheté en 2007 par la *Caisse nationale de*

sécurité sociale (CNSS), après être passé dans les mains de *l'Association des réalisateurs et producteurs africain*s. La CNSS, qui n'est pas un professionnel du cinéma,[253] peine à trouver un modèle d'exploitation de ladite salle. Elle est mise en location à qui veut la prendre pour 2 ou 3 mois. Cette gestion précaire de la salle ne permet pas aux exploitants de planifier la sortie d'un film ou son exploitation rentable, sur une période de 12 mois, par exemple.

À part ces problèmes, liés à l'insuffisance et à l'exploitation efficiente des salles nous pouvons constater comme un regain d'intérêt, de la part du privé, pour la construction de salles de petite taille qui n'excède pas les 300 places assises. *Canal Olympia* en a construit déjà une et est en chantier pour l'ouverture d'une deuxième salle.

Au moment de la mise en œuvre du projet ARPIC, l'État a envisagé de réhabiliter une quinzaine de salles pour en faire des salles de cinéma, certes, mais aussi des salles multifonctionnelles pouvant accueillir des spectacles de danse, de théâtre et de musique. Ce projet est confronté à des problèmes financiers. Avec le même souci, l'État multiplie les salles multifonctionnelles dans les régions administratives, pour atteindre au moins 13 salles. Les salles du type déjà construites ont fait l'objet de critiques de la part des acteurs et promoteurs culturels, pour les défauts de conceptions techniques rendant difficile l'exploitation technique desdites salles. Ce qui fait qu'on a de belles et spacieuses salles, mais difficiles à exploiter techniquement. Celles qui sont techniquement bonnes font l'objet de guerre de gestion entre acteurs des collectivités et l'administration centrale. Enfin, ces salles n'ont ni gestionnaires professionnels ni directeurs artistiques pour une politique d'exploitation et de programmation. Ce sont donc des salles chèrement construites, mais aujourd'hui sous-exploitées et qui déjà ont des problèmes d'entretien.

- *Les problèmes de l'exploitation*

Jusqu'en 2004, l'exploitation cinématographique et audiovisuelle au Burkina Faso a été essentiellement l'œuvre de la SONACIB et de quelques privés. Le parc national de salles est passé de huit dans les années 1970 à 53 dans les années 1990. Suite à la crise qui a frappé le secteur de l'exploitation, précisément la SONACIB, l'on en est réduit aujourd'hui à une dizaine de salles fonctionnelles pour l'ensemble du territoire national. Cette situation atteste que le secteur de l'exploitation traverse une crise très profonde, due à des facteurs exogènes et structurels, dont les plus significatifs sont entre autres, l'avènement de la vidéo sur plusieurs

253 La CNSS a racheté le *Ciné Burkina* parce que la SONACIB lui devait quelque chose de 30 millions F CFA (45 000 €).

supports. La diversification des supports a permis aux cinéphiles de disposer à domicile de films sans aucune contrainte d'espace ni de temps. Les autres facteurs sont identifiables : la naissance et la prolifération anarchique des *vidéo-clubs* dans les quartiers ; le développement de la piraterie ; l'apparition de nouveaux lieux de loisirs ; la prolifération des chaines de télévision qui donne un coup dur à l'exploitation en salles ; l'expansion des villes et le développement de l'insécurité ; la dégradation de la qualité des infrastructures de projection ; l'insuffisance d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles nationales de qualité pour alimenter les salles.

Quant à l'exploitation vidéographique et DVD, ce domaine constitue le secteur le plus catastrophique du marché du cinéma et de l'audiovisuel au Burkina Faso. Ce secteur demeure incontrôlable et les recettes générées en sont difficiles à évaluer. C'est aussi le domaine de propagation de la piraterie des œuvres.

Les différentes actions menées par les autorités publiques pour contrôler le secteur et maitriser la piraterie des œuvres cinématographiques et audiovisuelles ont été courageuses, mais tardent à donner des résultats probants.

En dehors de ces difficultés, le *Marché du cinéma et de la télévision* (MICA) de Ouagadougou, qui se tient tous les deux ans en marge du FESPACO, offre des opportunités de rencontres entre acheteurs et producteurs et aussi entre producteurs et responsables de festivals. Toutefois, il faut relever que la fréquence de ces éditions ne permet pas aux producteurs d'écouler significativement leurs productions. En outre, seuls des responsables de festivals fréquentent assidument ce marché pour alimenter leurs catalogues.

Le système d'exploitation burkinabè demeure assez artisanal, et souffre surtout d'un manque de billetterie nationale. Cette carence est compensée par des initiatives ponctuelles et individuelles, qui sont loin de régler le problème.

Il faut surtout relever que le secteur de l'exploitation a un besoin énorme de structuration, de formation, de suivi et de soutien, si l'on veut garantir la continuité de la chaine de l'industrie cinématographique.

b. Les forces et faiblesses de la diffusion cinématographique

Qu'elles soient commerciales ou non commerciales, les structures de diffusion rencontrent des problèmes logistiques, humains et financiers. Les festivals, qui sont les gros diffuseurs gratuits des films, peinent à boucler leur budget et les associations qui ont pour objectifs de rendre accessibles les films au plus grand nombre de Burkinabè manquent de moyens. C'est ainsi qu'on a vu naitre des initiatives, qui ont ensuite sombré dans l'oubli total. L*'Association cinéma*

numérique ambulant tient le pari de la diffusion, non sans difficultés. Les actions de ces associations tiennent au soutien des partenaires financiers qui, eux aussi, s'essoufflent.

L'État n'a pratiquement plus de politique publique en matière de diffusion des œuvres cinématographiques. C'est le FESPACO, qui ne saurait suffire, qui est le principal moteur de la politique de l'État en matière de diffusion. Le CENASA, qui a pour vocation la projection de films, n'arrive pas à assoir une programmation conséquente. Aussi, les petits efforts sont concentrés uniquement à Ouagadougou, alors que le pays entier devrait avoir les mêmes droits en matière de politiques publiques cinématographiques.

Une force qui convient d'être relevée, c'est bien entendu l'expansion de la télévision qui assure une diffusion des œuvres ; « *à défaut de la maman, l'enfant tête la grand-mère* » dit-on chez nous, pour exprimer la défaillance du grand écran qui se trouve compensée par le petit écran.

La diffusion télévisuelle prendrait davantage importance si les éditeurs de services de télévision établissaient un tandem avec les producteurs-réalisateurs de cinéma. Et puisque l'avènement de la TNT est une réalité technique qui va révolutionner l'accès à l'image et au son, il faut s'attendre à ce que les besoins en production de contenus audiovisuels s'expriment davantage.

c. Les autres forces et faiblesses

La règlementation existe, mais elle s'avère incomplète et dans certains cas, non respectée. Par exemple, l'arrêté n°2013-103/MCT/SG/DGCA précise dans quelles conditions doit se faire l'exploitation des films au Burkina Faso. Une commission de délivrance des visas d'exploitation des films devrait être mise en place, pour s'assurer du respect de cet arrêté. Cet arrêté stipule qu'aucun film ne doit être projeté publiquement au Burkina Faso, s'il n'a obtenu le visa préalable du ministère chargé du cinéma et que les importateurs et distributeurs de films sont tenus de requérir le visa auprès dudit ministère, pour tout film qu'ils mettront à la disposition des exploitants de salles de projection, de *vidéo-clubs* et de tous les autres utilisateurs à des fins commerciales ou non commerciales. Le problème, c'est l'inopérationnalité des dispositions et qui laisse libre cours à des pratiques non règlementaires. Parallèlement, le registre public du cinéma et de l'audiovisuel ne fonctionne pas ; or, il s'agit d'une des deux instances de contrôle de l'activité cinématographique et audiovisuelle au Burkina Faso.

À défaut de la mise en œuvre des dispositions de la loi 047-2004/AN, portant loi d'orientation du cinéma et de l'audiovisuel, l'ensemble de la filière se trouve affaiblie. Tout prête à croire que tout le monde peut embrasser n'importe quel métier du cinéma s'il le voulait. Des

comédiens de cinéma sont devenus des producteurs-réalisateurs[254] ; certains producteurs sont devenus des distributeurs et aujourd'hui, la loi permet à un seul acteur de porter plusieurs casquettes : réalisateur, producteur, distributeur, exploitant... Cette situation n'est pas sans conséquence sur la filière. Le dilemme, c'est comment faire appliquer la loi ? Le ministère en charge du cinéma reconnait volontiers la pagaille actuelle, mais avoue être incapable de soigner le mal, dans les conditions actuelles.

Faute de production décente de films, l'animation cinématographique est assurée par les films populaires, moins chers et qui répondent aux attentes des publics. Si on arrête ces genres de films, les salles qui restent vont définitivement fermer, comme nous l'a confié le Directeur général du cinéma et de l'audiovisuel.

III. Le marché du cinéma et de l'audiovisuel au Burkina Faso

Cette section évoquera les circuits de commercialisation des produits cinématographiques et audiovisuels, puis, à défaut d'une étude systématique nationale sur les consommations des produits culturels, s'attardera sur l'état de la consommation du film, de la vidéo et de la télévision pour en dégager les points de satisfaction et d'attente des publics ; il sera également question d'économie globale de la filière *Cinéma et audiovisuel*, en termes de création d'emplois et de richesses. Enfin, nous évoquerons de façon critique les mécanismes de financement du cinéma et de l'audiovisuel avant de conclure la section.

1. La commercialisation ou les marchés des produits cinématographiques

La commercialisation est l'aboutissement du processus de mise en marché d'un produit. Il existe plusieurs niveaux par lesquels les œuvres cinématographiques et audiovisuelles peuvent se vendre et s'acheter. Au Burkina Faso, les niveaux de vente ou d'achat vont des consommateurs finaux, comme les ménages, aux commandes publiques ou institutionnelles, en passant par des exploitations commerciales directes.

a. La vente des vidéocassettes et DVD

Le fonctionnement du marché des DVD et, dans un passé récent de vidéocassettes, est caractérisé par l'informel et la vente à la sauvette de produits piratés. Les structures de ventes structurées et légales sont rares. Entre 80 et 90 % des DVD proposés dans les magasins spécialisés (ce que nous appelons des boutiques ou kiosques) sont, en fait, des copies, dupliqués

254 Ce n'est pas un problème en soi, mais dans le cas du Burkina Faso, c'est bien un indicateur de la faiblesse de l'organisation des acteurs et de clarification des fonctions.

frauduleusement. Le succès de la série télévisée *Affaires publiques* avait conduit la télévision nationale, productrice de ladite série, à proposer pour le marché des épisodes sur des supports DVD. L'expérience a été peu satisfaisante, puisque les premiers produits originaux ont vite été reproduits en quantité et surtout vendus moins chers.

Par ailleurs, nous avons remarqué que la location reste encore une activité réservée aux centres culturels et autres bibliothèques publiques. Les bibliothèques, comme celle de l'*Institut français*, commandent les DVD, puis les prêtent aux abonnés de la bibliothèque pour un visionnement privé. Nous n'avons pas eu une idée exacte du chiffre d'affaires des magasins de vente de DVD, mais nous remarquons que c'est principalement la vente illégale qui domine le marché. La vente des vidéocassettes est relativement faible pour l'économie nationale, mais bien portant pour l'économie parallèle.

b. Vente aux diffuseurs télé

Les producteurs et les distributeurs de produits cinématographiques gagnent de plus en plus leurs clients auprès des diffuseurs et éditeurs de télévision, parallèlement à ceux qu'ils drainent dans les salles de projection. Les produits de la filière affichent leurs plus grands clients auprès des chaines de télévision, comme *TV5*, *A+*, *Nollywood*, *Télé Sud* et la *Télévision nationale du Burkina* dans une certaine mesure. Quand on observe la programmation de ces chaînes, on s'aperçoit que les films burkinabè font partie des plus diffusés sur ces chaines. Le tableau ci-dessous montre l'importance financière que les producteurs-réalisateurs burkinabè tirent de ce circuit de vente de leurs produits.

Tableau 67: Les circuits commerciaux des œuvres cinématographiques

Chaines	***Prix en €***
Série	
TV5	Entre 2000 et 3000 l'épisode de 13, 26, 52 minutes en préachat
A+	Entre 1000 et 1500 euro l'épisode en préachat. Entre 500 et 800 euro en achat
Chaines locales africaines	Entre 200 et 300 000 euro l'épisode. Bartering (films contre espaces publicitaires)
Long métrage	
TV5	4000 et 5000 en préachat. Entre 2000 et 3000 euro en achat
A+	1500 et 2000 euro en préachat. 1000 euro en achat
Chaines locales africaines	Entre 750 et 1000 euro

Source : notre enquête de terrain, 2017

Les producteurs, soit vendent directement aux chaines de télévision, soit passent par les distributeurs internationaux, comme *Côte Ouest*, *Alshana*, *Diffa*, qui perçoivent entre 30 et 40 % sur les ventes pour acquérir les œuvres.

c. Vente aux plateformes numériques

De nouvelles tendances de consommation, notamment à travers les plateformes numériques, se développent dans de nombreux pays ayant une bonne connectivité Internet. Si la diaspora

burkinabè peut constituer un marché potentiel pour les films burkinabè à travers ce type de support, la pratique n'est pas encore courante de vendre des films ou des séries, *via* des plateformes. Des entreprises, qui se seraient constituées pour exercer un tel service, n'existent pas encore. Timidement, des plateformes se mettent en place dans certains pays. On peut citer les cas de *Africa film tv*,[255] de *MobiCiné+*[256] au Sénégal.

De nombreux producteurs se plaignent de cette formule de vente puisqu'ils disent ne rien recevoir en retour et pour ceux qui en ont effectivement bénéficié, il s'agissait de sommes d'argent modiques, oscillant entre 600 et 1000 euros après plus de deux années d'exploitation.

d. Les festivals comme revenus complémentaires

Les prix remportés dans les différents festivals constituent des entrées d'argent pour les producteurs et/ou les autres ayants droit des films.

De nombreux films (en moyenne 100) d'auteurs burkinabè prennent part de façon régulière à des festivals, aussi bien sur le continent africain qu'européen et américain. Nous ne disposons pas d'informations sur tous les prix remportés par les films, encore moins sur la valeur des prix, mais nous savons que Idrissa OUEDRAOGO, Gaston KABORÉ, Sekou TRAORE et bien d'autres ont reçu des prix et des distinctions à l'international.

e. Les droits d'auteur

Le droit d'auteur offre aux ayants droit des ressources complémentaires, qui permettent de développer l'activité cinématographique. Sur les cinq dernières années, le BBDA a distribué en tout une somme de 390 378 482 F CFA.

2. La consommation des produits cinématographiques et audiovisuels

a. La fréquentation des salles de cinéma

La consommation est l'ultime acte qui consacre le succès ou pas d'un film. Elle peut se faire à travers la fréquentation des salles de cinéma. Ladite fréquentation a connu de beaux jours dans les années 1980, comme expliqué dans la section précédente. L'instauration d'une billetterie nationale avait permis de disposer de statistiques fiables sur le nombre de cinéphiles sur une période et pour une œuvre cinématographique donnée. La situation s'étant dégradée au fil des années, aujourd'hui, il est quasiment impossible d'établir des statistiques sur les entrées cinématographiques. Nous avons donc eu recours à deux sources pour nous faire une idée de

[255] http://www.africafilms.tv/fr. Consulté le 22 mars 2018.
[256] http://www.mobicine.org/ Consulté le 22 mars 2018.

la fréquentation des salles et en tirer les conséquences quant à l'évaluation de la consommation des produits de cinéma au Burkina Faso.

La première source fait appel aux données confirmées produites dans le cadre du projet *Succès Cinéma*. Ce projet permet de collecter des données chiffrées sur les films les plus vus en salles. Sur quatre ans, c'est près de trois cent mille entrées (plus exactement 297 799), qui ont été enregistrées à travers les salles fonctionnelles du Burkina Faso. Ce qui fait une moyenne de près de 75 000 entrées par an, sur la période de 2012 à 2016. Le projet *Succès Cinéma*, qui est un système d'aide automatique au cinéma burkinabè, consiste à primer les trois premiers films qui auraient fait le plus d'entrées en salle. Pour être éligible, le film doit avoir enregistré au moins 10 000 entrées. Le premier reçoit la somme de 20 000 000 F CFA ; le second 15 000 000 F CFA et le troisième 10 000 000 F CFA. Il est certain qu'un effet positif s'exerce à partir du projet sur le nombre d'entrées en salle, mais il s'inscrit dans la durée et personne ne sait pendant combien de temps cela va encore durer (le projet est soutenu par la Coopération suisse). Dans le cadre du projet, les producteurs mettent plus de moyens dans la promotion publicitaire et *via* les réseaux sociaux, incitent les potentiels cinéphiles à aller voir leur film au programme. Tout compte fait, ces chiffres prouvent qu'il y a un bassin de cinéphiles qu'on peut bien mobiliser et montrent par ailleurs que l'amour du cinéma n'est pas tout à fait perdu.

Tableau 68: Évolution des entrées en salle de 2012 à 2016

Année	**2012**	**2013**	**2015**	**2016**	**Total**
Nombre d'entrées	77 821	105 980	49 015	64 983	**297 799**

Source : Sur la base des rapports annuels du projet *Succès cinéma*

La deuxième source est aussi empirique. Quand nous nous sommes intéressé à certaines variables, comme la fréquentation des salles de cinéma ou d'achat d'œuvres cinématographiques, nous avons pu réaliser que les enquêtés sont nombreux (40,90 %) à n'avoir vu qu'un seul film en salle. Seulement, 24,50 % des enquêtés ont vu plus de 5 fois un film. Cette faible fréquentation des salles, déjà expliquée *supra*, contraste avec la fréquentation devant la télévision.

Tableau 69: Répartition des enquêtés selon la quantité de films vus/acquis par an

Quantité de films vus/acquis par an	***Effectif***	***Fréquence***
Au moins 1	97	40,90 %
Moins de 5	55	23,20 %
Au moins 5	27	11,40 %
Plus de 5	58	24,50 %
TOTAL	237	100 %

Source : notre enquête de terrain, 2017

En effet, le tableau ci-dessous montre que 73 % des enquêtés regardent tous les jours les programmes de la télévision, contre 0,40 % qui n'en regardent jamais. C'est, une fois de plus, une preuve de toute l'importance qu'a pris la télévision dans la vie des ménages au Burkina Faso et, par ricochet dans la promotion et la diffusion des œuvres cinématographiques et audiovisuelles.

Tableau 70: Répartition des enquêtés selon la fréquence vis-à-vis de la télévision

Fréquence vis-à-vis de la télévision	**Effectif**	**Fréquence**
Tous les jours	173	73,00 %
Très souvent	43	18,10 %
Occasionnellement	20	8,40 %
Jamais	1	0,40 %
TOTAL	**237**	**100 %**

Source : notre enquête de terrain, 2017

b. L'appréciation des couts des produits cinématographiques

En plus des raisons que nous avons évoquées dans la section précédente, les enquêtés confirment, par les réponses contenues dans le tableau ci-dessous, que le problème est moins une question de cout mais de mutations profondes, qui touchent l'ensemble de la filière en termes d'équipements techniques de plus en plus sophistiqués et capitalistes (orientés vers la segmentation fine des marchés). En effet, 66,70 % des enquêtés estiment que le prix du ticket pratiqué (entre 500 et 1000 F CFA) est « *abordable* » contre seulement 6,30 % qui le trouvent « *très cher* ». Mais finalement, ils ne fréquentent pas les salles de cinéma.

Tableau 71: Répartition des enquêtés selon l'appréciation prix du ticket de cinéma

Appréciation prix du ticket de cinéma	**Effectif**	**Fréquence**
Très chers	15	6,30 %
Chers	44	18,60 %
Abordables	158	66,70 %
Moins chers	20	8,40 %
TOTAL	**237**	**100 %**

Source : notre enquête de terrain, 2017

c. La qualité des produits cinématographiques perçue

Si le problème n'est pas le cout d'accès aux produits cinématographiques, les avis sur la qualité des œuvres sont unanimes. Comme l'indique le tableau ci-dessous, 52,70 % des enquêtés

qualifient d'assez bonne qualité les films produits au Burkina Faso et 34,60 % les trouvent de bonne qualité, contre seulement 1,30 % qui déplorent la très mauvaise qualité des films produits au Burkina Faso.

Tableau 72: Répartition des enquêtés selon leur appréciation des films

Appréciation des films	**Effectif**	**Fréquence**
Très mauvaise qualité	3	1,30 %
Mauvaise qualité	14	5,90 %
Assez bonne qualité	125	52,70 %
Bonne qualité	82	34,60 %
Très bonne qualité	13	5,50 %
TOTAL	**237**	**100 %**

Source : notre enquête de terrain, 2017

On retrouve pratiquement les mêmes appréciations relatives à l'audiovisuel, qui cumule 58,20 % de jugements « *d'assez bonne qualité* » et 26,20 % qui estiment que l'audiovisuel est de « *bonne qualité* » contre pratiquement 12,60 % des enquêtés qui estiment que les produits de l'audiovisuel sont de « *mauvaise* » et de « *très mauvaise qualité* ».

Tableau 73: Répartition des enquêtés selon leur appréciation de l'audiovisuel

Appréciation Audiovisuel	**Effectif**	**Fréquence**
Très mauvaise qualité	1	0,40 %
Mauvaise qualité	29	12,20 %
Assez bonne qualité	138	58,20 %
Bonne qualité	62	26,20 %
Très bonne qualité	7	3,00 %
TOTAL	**237**	**100 %**

Source : notre enquête de terrain, 2017

En somme, ce n'est ni la qualité des produits ni le cout de leur accès qui expliquent la faible consommation des produits cinématographiques, mais le phénomène de la télévision, couplé à l'Internet et le numérique qui semblent agir principalement sur la faible fréquentation des salles de cinéma. Ainsi, les chiffres montrent bien la bonne place de la télévision dans les habitudes de consommation des produits audiovisuels. Les enquêtés passent un temps relativement conséquent devant la télévision et apprécient favorablement les produits offerts par les différentes chaines. Ils trouvent également abordables les couts d'accès à la télévision. Cette analyse nous fait dire à nouveau que la synergie entre télévision et cinéma dans le court terme, surtout avec l'avènement de la TNT au Burkina Faso, est stratégiquement indispensable pour relancer le cinéma et fidéliser les publics.

d. Le choix des publics guidé par le prix et la qualité

Finalement, le questionnement des conditions de choix d'un produit cinématographique nous a permis de comprendre que les enquêtés, à 84,40 % tiennent compte de la qualité artistique (le fond), puis du prix du produit (à 45,60 %), avant de s'intéresser à la qualité technique du produit (forme), comme l'indique le tableau ci-dessous.

Tableau 74: Répartition des enquêtés selon les critères de choix d'un produit culturel

Critères de choix d'un produit culturel	***Effectif***	***Fréquence***
Qualité artistique (fond)	200	84,40 %
Qualité technique (forme)	99	41,80 %
Prix	108	45,60 %
Disponibilité	30	12,70 %
Proximité du produit	18	7,60 %
Autre	2	0,80 %
TOTAL	**237**	-

Source : notre enquête de terrain, 2017

Ce sont presque les mêmes conditions qui président au choix d'augmentation du budget familial alloué aux produits culturels, avec cependant une primauté accordée au prix. En effet, 61,60 % disent pouvoir consacrer davantage d'argent aux produits culturels s'ils sont abordables. Presqu'autant (59,50 %) tiennent à la bonne qualité technique et artistique.

Tableau 75: Répartition des enquêtés selon les conditions d'augmentation du budget culture

Conditions d'augmentation budget culture	*Effectif*	*Fréquence*
S'ils sont de bonne qualité artistique	90	38,00%
S'ils sont de bonne qualité technique	41	17,30%
S'ils sont de bonne qualité technique et artistique	141	59,50%
Si les prix sont abordables	146	61,60%
TOTAL	237	-

Source : notre enquête de terrain, 2017

e. Les dépenses des ménages : des budgets assez modestes

Comme on peut le remarquer dans le tableau ci-dessous (déjà cité dans la première partie de ce travail), les dépenses des ménages sont assez modestes et expliquent, en partie, la faible consommation des produits cinématographiques et la préférence des produits audiovisuels plus ou moins gratuits grâce à l'accès simplifié des technologies de diffusion.

Tableau 76: Répartition des enquêtés selon le budget familial annuel alloué à la culture

Budget annuel en F CFA	***Effectif***	***Fréquence***
Moins de 25 000	133	56,1 %
De 25 000 à 75 000	70	29,5 %
De 75 000 à 125 000	15	6,3 %
125 000 et plus	19	8,0 %
TOTAL	237	100 %

Source : notre enquête de terrain, 2017

Ce budget familial ne prend pas en compte les dépenses en équipement technique qui permet d'accéder aux contenus audiovisuel et cinématographique, comme un téléviseur, un décodeur, un ordinateur, un téléphone portable, etc.

3. L'apport du cinéma et de l'audiovisuel dans l'économie

Malgré toute l'importance accordée par les pouvoirs publics à l'audiovisuel et au cinéma, nous ne disposons pas d'études systématiques sur sa contribution à l'économie nationale. C'est une filière qui a servi de moyens politique et social, sans que les décideurs ne se préoccupent d'abord véritablement des questions économiques du produit audiovisuel et cinématographique. Ce qui explique la faiblesse aujourd'hui, des initiatives de conquête du marché audiovisuel et cinématographique régional et international. Même si les enjeux politiques et sociaux restent intacts, aujourd'hui, le discours des acteurs est tourné vers l'économie du cinéma, avec la question de savoir comment ce dernier pourrait contribuer au développement économique du pays en termes de richesses directes et indirectes, d'une part et de création d'emplois, de l'autre.

a. La création d'emplois : la précarité des emplois comme caractéristique

Pour se faire une idée de ce que la filière *Cinéma et audiovisuel* apporte en termes de création d'emplois, nous avons eu recours à deux sources complémentaires, mais toutes deux incomplètes.

La première, c'est celle du *Bureau burkinabè du droit d'auteur* qui, en 2016, dénombrait parmi ses membres, 57 auteurs déclarés contre 303 en 2011. Ces chiffres ne prennent en compte que les membres, c'est-à-dire les auteurs.

Tableau 77: Évolution du nombre de membres exerçant dans l'audiovisuel déclarés au BBDA

Année	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Total membres	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	303	103	32	12	52	57

Source : BBDA, 2017

L'autre source, c'est l'étude d'impact du secteur de la culture sur le développement économique et social du Burkina Faso, qui révèle un chiffre de près de 8 000 le nombre d'emplois créés par la filière *Cinéma et audiovisuel*, comme l'indique le tableau ci-dessous.

Tableau 78: Le poids des emplois dans la filière Cinéma et audiovisuel

Secteur	Nombre d'emplois	Poids en % de la population active
Emplois de la filière *Cinéma et audiovisuel*	7 996	0,09
Total emplois du secteur de la culture	164 592	1,78

Source : Étude 2012 sur les impacts du secteur de la culture

Ce chiffre, plus proche de la réalité, est lui aussi en deçà de la réalité empirique actuelle, avec le nombre de télévisions qui s'est vu doubler, d'une part et les services de production vidéo qui croissent dans la perspective de l'arrivée de la TNT, d'autre part.

b. La création de richesses : une contribution non négligeable

Tout comme les emplois créés, les richesses engendrées par la filière sont méconnues. L'étude d'impact du secteur de la culture sur le développement économique et social montre que la filière participe à hauteur de 3 402 000 000 F CFA, soit 0,09 % du PIB du pays, comme l'indique le tableau ci-dessous.

Tableau 79: Contribution de la culture au PIB en 2009

Contribution de la culture au PIB	Valeur ajoutée (en millions de F CFA)	Poids (en % du PIB)
Cinéma et audiovisuel	**3 402**	**0,09**
Valeur ajoutée du secteur culturel	79 667	2,02
PIB (2009)	**3 941 000**	**100,00**

Source : Étude 2012 sur les impacts du secteur de la culture

Le commerce du matériel et de l'équipement technique est occulté dans ces types d'études, alors qu'en observant le volume d'importation du matériel cinématographique et audiovisuel, et les services qui vont avec (installation, réparation, maintenance…), on peut se laisser convaincre que la filière contribue mieux et pourrait le faire davantage encore dans les années à venir, avec les changements d'équipement que la TNT, par exemple, impose aux ménages et la projection numérique sous le format vidéo au lieu du 35 mm qui se généralise dans les salles de cinéma.

c. Le droit d'auteur

Le droit d'auteur offre aux ayants droit des ressources complémentaires qui permettent de développer l'activité cinématographique. Sur les cinq dernières années, le BBDA a distribué en tout une somme de 390 378 482 F CFA, comme l'indique le tableau ci-dessous.

Tableau 80: Répartition des droits dans le domaine de l'audiovisuel

Date	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**Total**
Montant total	87 467 391	70 354 950	74 530 080	67 473 143	90 552 918	390 378 482

Source : BBDA, 2017

Les ayants droit de l'audiovisuel au Burkina Faso ont été pris en compte qu'à partir de l'année 2005 dans la répartition des droits par le BBDA. Beaucoup d'entre eux que nous avons rencontrés pendant l'enquête, ne sont pas encore membres du BBDA et n'ont pas le réflexe de déclarer leurs œuvres en vue de bénéficier de la redistribution des droits perçus.

La perception des droits sur l'activité de projection vidéo a évolué en dents de scie de 2011 à 2016.

Tableau 81: Perceptions des droits sur les projections vidéo et location

Années	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**Total**
Projection	5 067 150	5 608 250	8 092 100	8 711 025	7 317 725	6 625 750	41 422 000
Location	95 000	125 000	298 000	0	10 000	165 000	693 000
Total	**5 162 150**	**5 733 250**	**8 390 100**	**8 711 025**	**7 327 725**	**6 790 750**	**42 115 000**

Source : BBDA, 2017

Le tableau ci-dessus indique que la vidéo projection et la location de K7 ou DVD ont rapporté à l'économie de la culture la somme de 42 millions F CFA sur les six dernières années. C'est un apport somme toute modeste car, comme indiqué *supra*, l'activité de location de K7 est en phase de disparition et la projection vidéo dans les *vidéo-clubs* est en pleine mutation avec les nouvelles technologies.

4. Les dispositifs de financement du cinéma et de l'audiovisuel

Le financement des activités cinématographiques et audiovisuelles repose sur trois sources principales : l'État, le secteur privé et les partenaires techniques et financiers.

– *Les mécanismes de financements publics*

Le financement étatique existe mais est très insuffisant et surtout incertain, car provenant d'une ligne budgétaire particulièrement maigre comme l'indique le tableau ci-dessous.

Tableau 82: Évolution du soutien financier de l'État aux activités cinématographiques

Années	2014	2015	2016	Total
Appui aux cinéastes (producteurs-réalisateurs)	188 000 000	168 200 000	205 500 000	561 700 000
Soutien financier aux structures faitières de la filière	12 000 000	27 158 500	45 500 000	84 658 500
Total	**200 000 000**	**195 358 500**	**251 000 000**	**646 358 500**

Source : données compilées sur la base fournie par la DGCA, 2017

En observant les chiffres du tableau ci-dessus, on constate la modestie des moyens financiers mis à la disposition des réalisateurs mais surtout, le saupoudrage pratiqué sur les projets de tournage de films.

En 2014, ce sont 9 projets de films, tous genres confondus, qui ont bénéficié de moins de 200 millions F CFA soit en moyenne 23 500 000 F CFA[257] par projet.
En 2015, c'est 34 projets qui ont bénéficié d'un appui de la part du ministère en charge du cinéma, soit en moyenne 4 947 060 F CFA avec des dispersions énormes puisque le faible financement est d'un montant de 700 000 F CFA contre 15 millions pour le plus gros.
En 2016, la situation s'est un peu améliorée, même si le nombre de projets de films soutenus est bas (19). En moyenne, chaque projet aurait reçu 10 815 789 F CFA avec cette fois-ci, un effort de soutien à deux projets à hauteur de 50 millions chacun.

En plus des lignes budgétaires, les autres financements pouvant provenir de l'État sont quasi inexistants, ou s'ils existent, leur recouvrement puis leur affectation effective posent problème. C'est le cas de la « *Taxe sur le développement des activités audiovisuelles de l'État* ». Ladite taxe, selon nos entretiens, ne profite pas aux acteurs de la filière. Par ailleurs, la contribution attendue de la Télévision nationale du Burkina Faso, au compte de la production cinématographique, est quasiment inexistante.
Depuis 2017, le *Fonds de développement culturel et touristique* a été opérationnalisé. Il comporte un guichet « *prêt* », qui permet aux producteurs-réalisateurs de contracter des prêts pour réaliser leurs projets, étant entendu que les banques sont jusque-là réticentes. Mais tous ces dispositifs semblent ne pas suffire à résoudre les problèmes des acteurs. Nous avons eu quelques entretiens avec les acteurs de la filière (Réalisateurs, producteurs et exploitants de salles) qui disent ouvertement que le mécanisme du Fonds de développement culturel et touristique, ne fait pas leur affaire. Ces derniers pensent qu'en contractant un prêt avec le fonds, ils finiront en prison parce qu'ils seront incapables de rembourser. Ils souhaitent disposer de ce qu'ils ont appelé « *fonds spécial cinéma* ».

- *Les mécanismes de financements privés*

Au niveau national, on note quelques initiatives de financement ou de soutien à la production. C'est le cas du *Fonds succès cinéma* implémenté par l'association *Succès cinéma Burkina Faso* (SCBF) et soutenu financièrement par la Coopération suisse.

[257] Rappel, 1 € est égal à 655,957 F CFA.

Dans le but d'encourager et aider à la relance du cinéma burkinabè en crise, ce fonds a été créé en septembre 2011 sur initiative privée. C'est une aide automatique et directe liée au succès des films en salle. Cette aide, selon les promoteurs, est conditionnée par l'obligation pour tout film inscrit à une période bien définie appelée cycle compétitif ou phase compétitive, de dépasser le palier de 10 000 entrées pour devenir un lauréat potentiel de l'un des trois bonus distribués aux trois films ayant réalisé les trois meilleurs chiffres d'entrées en salle pleinement validés ;le montant de ces bonifications doit être réinvesti dans la production d'un prochain film. Les bonus vont de 20 millions à 10 millions.

L'initiative de *Ouaga films lab* mérite aussi d'être évoquée quoique jeune (2 éditions en 2017). Elle accompagne, sous forme de bourse, les projets ayant été retenus lors des journées *Ouaga films lab.*

En dehors de ces deux mécanismes privés, certains partenaires, notamment les institutions bancaires, estiment que les projets de films ne sont pas toujours rentables et présentent des risques souvent énormes.

- *Les autres mécanismes de financements*

Le financement international assuré par les partenaires techniques et financiers comme l'Union européenne, l'*Organisation internationale de la Francophonie* (à travers notamment *Jeune création francophone*), le *ministère français des Affaires étrangères*, l*'Union économique et monétaire Ouest-africaine*, la *Communauté économique des* É*tats de l'Afrique de l'Ouest*, est certes, encore là mais en voie de raréfaction. Les montants alloués sont de plus en plus modiques.

« Le milliard du Président du Faso » : l'Union nationale des cinéastes du Burkina, a pris l'initiative d'écrire et de rencontrer le Président du Faso pour lui expliquer l'urgence d'un soutien financier aux acteurs de la filière *Cinéma et audiovisuel*. Dans la perspective du cinquantenaire du FESPACO, les acteurs souhaitent représenter dignement en 2019 le Burkina Faso avec des œuvres de qualité et capables de rivaliser avec d'autres. Leur démarche a porté fruits puisque le Président de la République a accepté leur octroyer 1 milliard de francs CFA et a promis de pérenniser une telle subvention, afin qu'elle soit annuelle.

En conclusion à cette section sur le marché du cinéma et de l'audiovisuel, nous pouvons dire que la télévision et le cinéma sont très demandés dans le milieu rural et le milieu « *people* » des grandes villes. Le public burkinabè est demandeur de productions nationales. On constate que le public plébiscite les productions nationales et l'accueil en salle est souvent massif, quand on

se réfère à l'affluence relative lors des projections des films populaires dans les salles. Cela encourage les réalisateurs et producteurs dans la conduite de nouveaux projets de films, qui se font maintenant sous forme numérique avec de moins gros budgets. L'engouement du public va également aux séries télévisées locales, qui sont de plus en plus présentes sur les écrans des télévisions publiques comme privées. Et ce contexte nouveau a permis au Burkina Faso d'être vu comme un modèle en matière de production d'images. Ainsi, les séries télé locales telles que « *Kadi Jolie* », « *Quand les éléphants se battent* », « *Commissariat de Tampouy* », « *Super flic* », « *Trois femmes un village* », « *L'avocat des causes perdues* », etc. commencent à se poser comme sérieuse option pour constituer une alternative à la consommation en masse de *télénovelas* brésiliennes, mexicaines, vénézuéliennes ou des séries indiennes.

La diffusion des œuvres des cinéastes burkinabè par les chaines de télévision africaines et européennes consacre des performances remarquables et produit des effets importants, tant sur le plan économique que sur celui du rayonnement international de la culture burkinabè. Le développement de ce secteur a permis la création de nombreux emplois directs et indirects, engendrant ainsi une valeur ajoutée pour l'économie nationale.

Conclusion partielle 3

Le développement du C*inéma et de l'audiovisuel* au Burkina Faso constitue, depuis plus de quatre décennies, une préoccupation majeure pour tous les acteurs. Après la réalisation du premier film burkinabè en 1960, l'installation de la Télévision nationale en 1963 et la création du *Festival panafricain du cinéma et de la télévision de Ouagadougou* (FESPACO) en 1969, l'État a engagé une politique volontariste de promotion et d'extension de l'activité cinématographique et audiovisuelle, à travers la construction d'infrastructures de production et de diffusion, l'acquisition d'équipements, le soutien à la formation professionnelle et à la création. Relativement bien structuré et équipé, le secteur de la production - distribution - exploitation du cinéma a joué un rôle prépondérant dans la mise en place des cinématographies de l'Afrique de l'Ouest, notamment durant les années 1980.

Dans le même temps, résultant d'une politique volontariste, le FESPACO a confirmé son leadership sur le continent.

Le cinéma burkinabè connait, depuis lors, une crise structurelle engendrée par la raréfaction des ressources financières, l'obsolescence des équipements et des infrastructures techniques, la rupture de la chaine de formation des cadres du secteur et le manque de recyclage des professionnels exerçant sur le terrain. Aujourd'hui, seulement une douzaine de salles de cinéma fonctionne encore, tandis que le nombre de centres de diffusion vidéo est estimé à plus de 1000 sur l'ensemble du territoire, si l'on s'en tient aux chiffres du BBDA.

Malgré cette situation difficile, on observe qu'environ 50 œuvres, tous genres confondus, sont produites chaque année. Par ailleurs, l'émergence de médias plus accessibles (télévision et vidéo) et la vulgarisation de l'outil numérique constituent de nouvelles opportunités de relance du cinéma et de l'audiovisuel. L'unique chaine publique de télévision (RTB) partage désormais le marché avec plusieurs chaines privées (*TV Canal 3*, SMTV, CVK, TVZ, *Africable, Burkina Info TV, BF1, Bethel TV, Omega TV,* etc. et les autres chaines satellitaires) qui alimentent en partie leurs programmes avec les œuvres produites localement. Une microéconomie est en train d'émerger dans cette filière et sa capacité à créer des emplois et des activités génératrices de revenus implique qu'on lui accorde un intérêt d'autant plus nécessaire que sa production contribue à la construction de l'identité et des valeurs pour le Burkina Faso en mutation.
La télévision est en pleine croissance avec l'évolution en nombre de chaines et de dispositifs de réception de programmes télévisuels. Des efforts sont constatés au niveau de la production télévisuelle. La RTB, la chaine nationale, s'est investie ces dernières années à la réalisation et à la production de séries télévisées comme « *Vis-à-vis* », « *Affaires publiques* ». Les chaines privées se sont également investies dans la production de contenus et adoptent des formats d'émissions de divertissement grand public. La dynamique actuelle montre la pluralité de l'offre, avec la contrainte de satisfaire la diversité de la demande. Le Burkina Faso entre dans la TNT et chaque maison de production et de diffusion de contenus audiovisuels perçoit ce changement technique comme une opportunité de toucher le maximum de public et, en même temps, une contrainte pour proposer des contenus toujours renouvelés.

La filière *Cinéma et audiovisuel* est une filière porteuse, tant sur le plan de la création de richesses et d'emplois que sur sa capacité à offrir aux populations une image de soi positive. La (sous) filière *Vidéo*, au regard de l'évolution technologique, porte en elle un potentiel en termes de demande d'images de soi. Cette demande est exprimée par la diaspora burkinabè principalement.

La filière *Cinéma et audiovisuel* est en pleine mutation et les stratégies des acteurs sont encore loin de s'adapter à ces changements technologiques. Les défis actuels de la filière sont principalement le financement et des politiques publiques, plus importants et adaptés aux enjeux du marché, d'une part et la recherche d'une synergie gagnante entre télévision et cinéma, d'autre part. Par ailleurs, la gestion des changements technologiques permettra au Burkina Faso et à la filière *Cinéma* surtout de maintenir son titre de leader dans la sous-région.

Chapitre 4 :
La filière *Musique enregistrée :* déconstruction des logiques de production et nouvelles postures des acteurs

Introduction

La filière *Musique enregistrée* peut être définie comme l'ensemble du système social, réglementaire, technique et économique qui met en rapport une offre musicale originale avec des consommateurs qui sont disposés à l'écouter.[258] L'histoire de la filière est intimement liée à celle de la musique dite « *moderne* », dont l'origine remonte à la période coloniale. Tout a commencé dans les grands centres urbains de Bobo-Dioulasso et de Ouagadougou, avec les premières formations orchestrales telles que *l'Harmonie voltaïque*, *l'Orchestre Antonio* et *Volta jazz*, dont les répertoires étaient constitués d'interprétations de musiciens français, latino-américains, congolais et de quelques créations personnelles.

Après l'accession du pays à l'Indépendance en 1960, les musiciens burkinabè ont commencé à s'affirmer en produisant leurs propres œuvres, qui venaient renouveler et enrichir le répertoire des orchestres. C'est la période au cours de laquelle les premiers enregistrements ont commencé à circuler, permettant aux titres des nationaux d'être largement diffusés sur le plan national.

[258] « Musique enregistrée et numérique : quels scénarios d'évolution de la filière ? - Département des études, de la prospective et des statistiques ». s. d. Consulté le 30 janvier 2018. http://books.openedition.org/deps/852.

Cette circulation a suscité l'adhésion des mélomanes et la formation de nouveaux orchestres un peu partout dans les grands centres urbains. Certains musiciens comme Georges OUEDRAOGO, Amadou Balaké TRAORE et Tidjane COULIBALY vont exporter leurs talents hors des frontières du pays (Allemagne, France, Italie…).

Après cette génération, portée surtout par le collectif à travers les formations orchestrales, une nouvelle génération est arrivée qui voit émerger des individualités. Ce sont les vedettes de la chanson moderne qui ont profité du développement de la radiodiffusion, surtout en modulation de fréquence (FM), avec les facilités qu'elle offrait pour se faire connaitre à travers le pays. Ces musiciens et interprètes vont introduire de nouvelles sonorités inspirées des musiques étrangères, de plus en plus diffusées dans le pays. Il faut le dire d'emblée, le lancement de la *Semaine nationale de la culture* en 1983 a offert un nouveau cadre d'expression aux artistes-musiciens traditionnels dont la popularité ne cesse de grandir. Des ensembles artistiques comme *Naba Yadéga*, *Kiswendsida* et des artistes comme Solo Dja KABAKO ont été des révélations de cette biennale nationale des arts. La décennie 1990-2000 est marquée par la création des premiers studios et l'apparition des impresarios et des organisateurs de spectacles, lesquels ont contribué à la promotion de la musique comme industrie. Dans le même temps, des artistes-musiciens traditionnels vont se révéler sous l'impulsion des « *home studios* », comme par exemple, *Bazar Musique*. Ils vont œuvrer au développement de genres patrimoniaux bien maitrisés et bien travaillés, dans les langues du pays. L'exemple des premières maisons d'enregistrement a été suivi au tournant de l'année 2000 avec des studios comme *Seydoni productions, Tam-tam production, Studio Abazon,* etc., qui vont bénéficier des facilités offertes par l'évolution technologique et les prouesses du numérique pour développer le marché local du disque.

Si depuis l'accès à l'indépendance, la musique s'exerçait juste pour le loisir, force est de constater que depuis le début des années 90, la musique a commencé à être perçue comme un métier à part entière.

En effet, dès 1999, la première unité de duplication de K7 et de CD, *« Seydoni productions»,* s'est installée et avait annoncé un début de la professionnalisation des métiers de la musique.

Les années 2000 ont été marquées par un printemps de la musique moderne burkinabè, à travers la floraison de nouveaux styles urbains associant rythmiques traditionnelles aux rythmiques modernes, avec pour leaders,, entre autres : Yoni, Hamed Smani, Floby, le *groupe Yeleen*, etc., et de nouvelles tendances musicales urbaines, avec des groupes comme : *Le pouvoir* ; *La cour*

suprême, *Les premières dames*, qui ont impulsé une nouvelle donne musicale et permis l'accès des musiques burkinabè sur les pistes des dancings et night-clubs.

Aujourd'hui, la donne a profondément changé, avec la crise du disque, d'une part et les mutations imposées par le numérique et l'Internet, d'autre part.

Ce chapitre 7 se propose d'aborder les enjeux de la filière et l'organisation de celle-ci avant de s'intéresser au marché des produits de la musique. Par ailleurs, le chapitre fait l'analyse de la filière en termes de forces et de faiblesses, avant de conclure en situant les enjeux actuels. Méthodologiquement, le présent travail s'appuie sur des publications scientifiques, publiées dans différents pays. Il se nourrit parallèlement d'incursions complémentaires dans d'autres ouvrages structurants de la filière. C'est notamment l'ouvrage du collectif PANIC portant sur « *culture numérique. Regards sur les industries créatives* » ; les données collectées au sein de l'administration publique et notre enquête de terrain. Sur ces bases, ce chapitre précisera un aspect de nos hypothèses en lien avec l'émergence des industries culturelles confrontée avec les réalités socioéconomiques d'une part et la réaction encore timide des acteurs face aux grandes mutations au sein de la filière *Musique enregistrée*.

I. Les enjeux de la musique enregistrée au Burkina Faso

L'industrie phonographique, qui s'est révélée autour des années 2000 avec la mise en place d'unités de production, de distribution et de commercialisation, est mue par de nombreux enjeux. Les acteurs ont souvent des motivations plus profondes, qui se laissent analyser à travers les discours souvent contradictoires et les pratiques volontaristes.

A. Enjeux politiques

Il est courant d'entendre dire que les artistes en général et les artistes-musiciens en particulier sont les ambassadeurs du Burkina Faso, pour leur travail qui traverse les frontières nationales et leur influence sur les populations. Les enjeux politiques de la musique en Haute-Volta étaient liés directement au nouveau statut d'État indépendant, acquis de haute lutte.

> *« La fin réelle ou supposée de la colonisation a ouvert l'ère post-coloniale qui a vu un territoire et des hommes changer de statut : de la férule humiliante, les hommes ont recouvré la liberté et le territoire est passé de colonie à État indépendant. Ce changement s'est également opéré, au plan musical, avec un lien évident entre les deux périodes ».*[259]

[259] KABORET, Auguste Ferdinand, et Oger KABORÉ. 2004. *Histoire de la musique moderne du Burkina Faso Genèse, évolution et perspectives*. Ouagadougou, Burkina Faso: EDIPAP, p. 55.

Le premier hymne national d'ailleurs était intitulé « *Fière Volta* » et bien d'autres œuvres musicales ont célébré cet événement.

L'accent politique a été plus marqué encore au temps de la Révolution des années 1980. Là, il s'agissait ni plus ni moins de contribuer par la chanson au succès de la Révolution, par la mobilisation des masses laborieuses autour des idéaux marxistes du nouveau mouvement politique.

Aujourd'hui, les enjeux politiques ont évolué pour se tourner vers le rayonnement démocratique et économique de la nation émergente. L'objectif consiste à affirmer sa place dans le monde globalisé et le commerce mondialisé, en vue simplement d'exister.

B. Enjeux culturels et artistiques

La promotion des identités plurielles, donc de la diversité des expressions culturelles, pourrait potentiellement être portée par la musique et les artistes-musiciens. Se servir du patrimoine culturel et du capital historique de la nation voltaïque et burkinabè a donc été mobilisé, pour composer et mettre en musique des convictions et le rapport au monde.

Avec l'industrialisation de la musique, les enjeux culturels et artistiques se sont manifestés avec acuité. Nous pouvons ainsi distinguer d'une part, les nostalgiques (moins en moins nombreux) d'un passé caractérisé par une musique débarrassée de tout calcul capitaliste et résolument orientée vers le divertissement et l'hédonisme pure ; d'autre part, les « *opportunistes* », partant du constat que, finalement, le secteur d'activité dans lequel ils évoluent pouvait nourrir son homme et être créateur de richesses, d'emplois, pour peu de passer à une meilleure organisation et structuration dudit secteur.

Aujourd'hui, il s'agit de préserver la diversité des expressions culturelles à travers les œuvres musicales et de travailler la dimension économique desdites œuvres.

Les auteurs de l'ouvrage *Histoire de la musique moderne au Burkina Faso* écrivaient que l'affirmation identitaire est l'un des enjeux majeurs pour le peuple voltaïque qui a longtemps souffert, notamment durant la période coloniale : c'est pourquoi les musiciens ont décidé d'abandonner toute forme de mimétisme et d'emprunter une nouvelle voie pour réaliser la quête identitaire recherchée depuis longtemps. Se posait en effet la question de savoir à quoi bon être indépendant si le terrain musical national est toujours entre les mains des autres, des étrangers ? C'est pourquoi les musiciens ont été placés en première ligne pour mener la lutte et relever le défi de l'indépendance culturelle d'un pays politiquement libre. Sous la Révolution, ils ont été

soutenus dans ce combat et ont presque gagné la lutte. On peut remarquer dans ces enjeux et le parcours de la *Musique enregistrée* au Burkina Faso, que ce que Theodor ADORNO[260] avait pu dire de la musique, déniant au jazz toute potentialité libératoire, se démarque fondamentalement de ce que l'on peut constater au Burkina Faso. Le déclin de l'aura à l'ensemble de la musique populaire urbaine dont le caractère de fétiche lié à la forme de marchandise correspond fatalement à une régression de l'écoute avec pour conséquence une infantilisation générale des mentalités et un sacrifice de soi des auditeurs semble loin de la réalité actuelle.

C. Enjeux économiques

Adopté en 2013, le statut de l'artiste consacre la dimension économique de la filière et la nécessité de considérer l'artiste comme un agent économique à part entière.
L'étude d'impact du secteur de la culture montre que la musique enregistrée a créé en 2009 2433 emplois et sa part dans le PIB global du secteur de la culture est de 0,03 %.

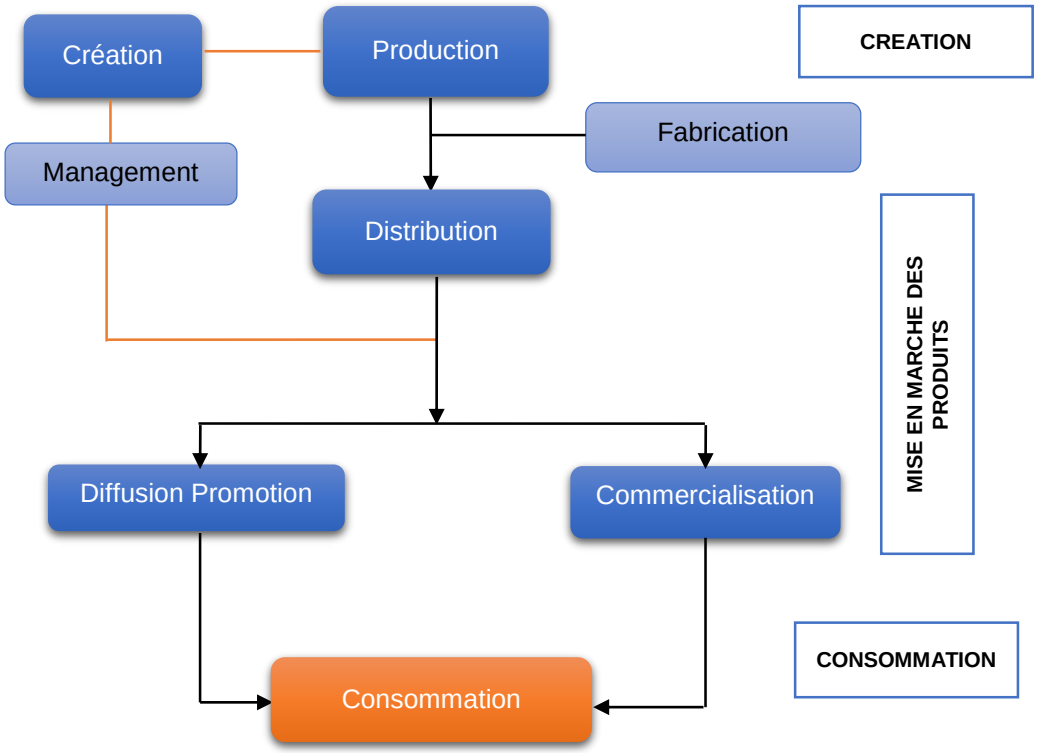
Aujourd'hui, l'enjeu majeur est constitué par l'élargissement du marché local et régional, puis la conquête du marché international avec un recours au numérique et à l'Internet.

II. Organisation et fonctionnement de la filière

La filière *Musique enregistrée* est une des rares filières industrielles à bénéficier d'appuis et d'égards de la part des partenaires techniques et financiers et de l'État. Même s'il a eu pour conséquence la relance de la filière sur le marché national et régional, cet appui n'a pas pu régler tous les problèmes d'organisation et de structuration dont le secteur et les acteurs pâtissent. Ces problèmes se sont accentués d'ailleurs avec la crise mondiale du disque et l'arrivée du téléchargement gratuit. Nous verrons comment s'organise la chaine de valeur de la musique, en tant que produit industriel ou industrialisable et nous nous emploierons à relever les faiblesses des maillons de cette chaine.

[260] Voir ADORNO, Theodor W., 1958. *Philosophie der Neuen music*, Frankfut : Europaïsche Verlagsanstalt [transl. *Philosophy of Modern Music*. New York : The Continuous International Publishing Group Inc. 2004].

Figure 11: La chaîne de valeur de la filière Musique enregistrée au Burkina Faso



Source : Auteur, 2017

A. Organisation de la production

La production prend en compte la création, la fabrication et l'édition phonographique de l'œuvre.

1. La chaine de valeur

a. La création musicale

La création musicale se situe, certes, en amont de la chaine de valeur, mais elle constitue le point de départ indispensable pour l'économie de la musique. La création au Burkina Faso fait appel à des auteurs qui sont, entre autres, des compositeurs des artistes-interprètes, des musiciens, des arrangeurs, etc. Ils sont rémunérés par le droit d'auteur.

- *La dynamique de la création*

La création musicale au Burkina Faso est passée d'une quarantaine de sorties d'albums dans les années 1990 à 300 dans les années 2010, pour enfin atteindre un millier d'œuvres après les années 2010. Le tableau ci-dessous montre qu'entre 2001 à 2016, on a en moyenne une production de 2612 œuvres musicales tous genres confondus. Même s'il n'est pas à comparer à ceux d'autres pays, ce chiffre montre bien une certaine vivacité de la création.

Tableau 83: Évolution du nombre d'œuvres musicales déclarées

Année	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Total œuvres	**1291**	**951**	**1145**	**1513**	**1809**	**1813**	**2267**	**2255**	**2017**	**2913**	**3853**	**4301**	**4134**	**3911**	**3570**	**4056**

Source : BBDA, 2017

- *Création musicale et patrimoine*

Malgré les influences des pays voisins et du Nigéria, la création musicale nationale s'inspire en majeure partie du patrimoine culturel burkinabè.

La richesse du fonds patrimonial culturel et historique est encore loin d'être épuisée, quand on considère la diversité de rythmes issus de la soixantaine d'ethnies qui peuvent être encore exploitées pour la création d'œuvres originales.

Les artistes burkinabè ont également montré leur capacité à puiser dans les musiques en vogue, au niveau régional et international (*rap, coupé décalé, naija music*, etc.).

- *La recherche de nouveaux talents*

Comme le précisent les auteurs de *Cultures numériques*[261], la recherche de nouveaux talents à sélectionner, parmi les artistes ou les enregistrements de démonstration existants, ceux qui ont un potentiel commercial ou artistique. Au Burkina Faso, ce sont les labels indépendants qui excellent dans la découverte de nouveaux talents.

- *Quantité vs qualité de la création musicale*

La quantité des œuvres créées est impressionnante. La création est devenue presque banale avec les nouvelles technologiques. Le problème de la qualité des œuvres est une autre affaire. Certains pensent qu'aujourd'hui, il ne se ferait plus de la vraie musique au regard des outils techniques qui interviennent dans la création. D'autres, au contraire, pensent que les changements apportés par le numérique constituent une aubaine pour la pluralité de la création.

La nombre croissant des studios d'enregistrement et d'agences de production vidéographique a permis aux artistes burkinabè de mettre sur le marché des œuvres musicales et des clips vidéo de qualité. Certaines parmi elles n'ont rien à envier aux standards internationaux.

[261] AURAY, Nicolas ; BACACHE-BEAUVALLET, Maya ; BASTARD, Irène ; BEAUDOUIN, Valérie ; BEUSCART, Jean-Samuel ; BEAUVISAGE, Thomas ; BENHAMOU, Françoise, et al. 2011. *Culture numérique. Regards sur les industries créatives*. Paris: Le Manuscrit.

b. La production des contenus

La production finance l'intégralité du projet. C'est elle qui assure tous les frais liés à la fabrication de l'œuvre : l'enregistrement, le mixage en prenant notamment en charge les frais de location des espaces de travail (studios, salles de répétition) les salaires des musiciens et tous les autres frais liés à la sortie de la réalisation de la bande-mère. De ce fait, elle constitue donc la véritable étape vers l'industrialisation du phonogramme, puisqu'elle permet la transformation d'une œuvre intangible en un prototype tangible (*bande maitresse* ou *bande mère*), lequel est ensuite reproduit en plusieurs exemplaires sur des supports matériels, ou diffusé sur des plateformes numériques, donc immatérielles. C'est au début des années 2000 que l'activité de production connait une vraie assise organisationnelle, avec paradoxalement, une poignée de cinq entreprises de production dument constituées. Et progressivement, les entreprises de production ont été multipliées par dix, voire plus.

- *Le nombre de sociétés de production phonographique*

Le nombre de structures exerçant dans le financement des œuvres musicales est fluctuant. Il était au nombre de 13, selon les auteurs Marie-Lise ALLEMAN, Francisco Ayi D'ALMEIDA, Bernard MIÈGE, Dominique WALLON (2004)[262], membres de la Francophonie. Selon une autre source[263], ce nombre est passé à 30 ; et une dernière source[264] consultée, fait état d'une soixantaine de maisons de production. Aujourd'hui, notre enquête a permis de compter plus de 70 maisons de production, sachant qu'elles valent la centaine sur toute l'étendue du territoire.

- *L'évolution des maisons de production dans le temps*

La courbe ci-dessous montre que c'est véritablement dans les années 2000 que les acteurs de production se sont organisés en entreprise. Avant cette période, la production était gérée par de bonnes volontés, des services étatiques, comme la radio nationale et des producteurs dans la sous-région, comme le Bénin et la Côte d'Ivoire.

262 ALLEMAN, Marie-Lise, D'ALMEIDA, Francisco Ayi, MIÈGE, Bernard, WALLON, Dominique (2004), *Les industries culturelles des pays du sud, enjeux du projet de convention internationale sur la diversité culturelle*, Paris.

263 DEP, DEP. 2011. « Répertoire des entreprises culturelles du Burkina Faso ». MCT.

264 ARPIC. 2014. « L'officiel de la musique au Burkina Faso ». MCT.

Tableau 84: Évolution des maisons de production dans le temps

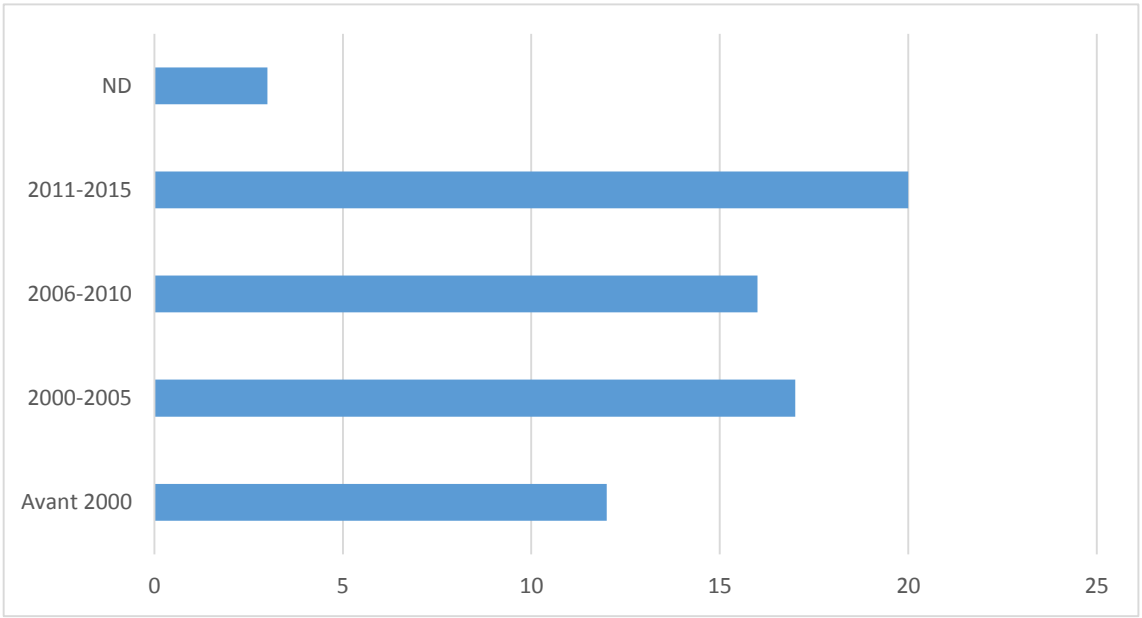
Année	Avant 2000	2000-2005	2006-2010	2011-2015	ND
Nombre de maisons de production	12	17	16	20	3

Source : notre enquête de terrain, 2017

Après les années 2000, nous avons pratiquement eu une croissance liée au nombre de structures de production. En effet, on est passé de 17 sociétés de production entre 2000 et 2005, à sensiblement le même nombre la demi-décade suivante et enfin, une vingtaine de sociétés à partir des années 2010.

L'évolution du nombre de sociétés de production s'explique par l'histoire de la musique du pays et par celle des politiques publiques en matière de musique. Par exemple, la période 2010-2015 a vu la mise en œuvre du projet ARPIC, qui beaucoup œuvré à la structuration et l'organisation des acteurs de la filière. La dynamique insufflée par ledit projet explique en grande partie le nombre de nouvelles sociétés de production créées. Il en est de même pour les périodes 2000 et 2005 où le programme de soutien aux initiatives culturelles (PSIC) a été implémenté et a suscité des vocations dans le domaine de la production.

Graphique 29: Évolution du nombre de sociétés de production



Source : Auteur, 2017

- *L'âge des sociétés de production*

La plupart des sociétés de production n'ont pas plus de vingt ans d'âge, ce qui nous fait dire que la production professionnelle des œuvres musicales est encore jeune et manque d'expérience de marché.

Le tableau ci-dessous montre d'ailleurs bien cette jeunesse des sociétés de production au Burkina Faso.

Tableau 85: Ancienneté des structures de production musicale

Tranches d'âge	**Moins de 5 ans**	**5 à 10 ans**	**11 à 20 ans**	**21 ans et plus**	**ND**
Total de structures de production	12	21	23	10	4
Pourcentage	17 %	30 %	33 %	14 %	6 %

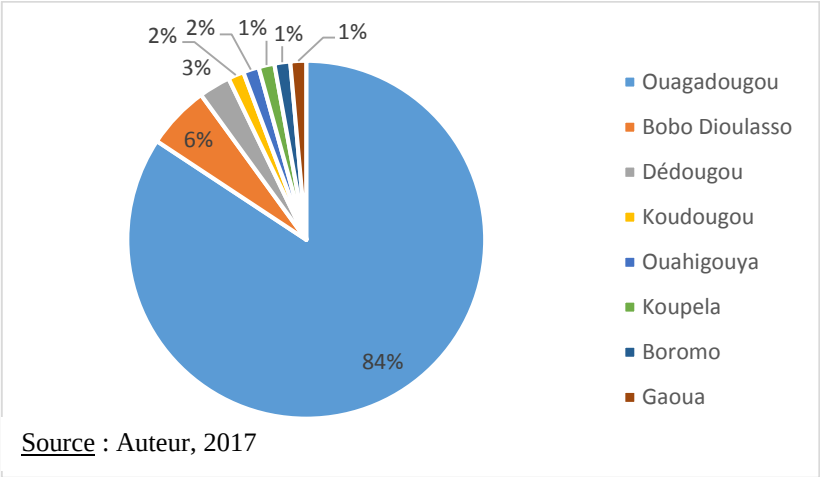
Source : notre enquête de terrain, 2017

En effet, 80 % des sociétés de production ont moins de 20 ans d'existence et d'exercice de la fonction de producteur. Cette jeunesse, comme nous le verrons dans l'analyse des forces et faiblesses de la filière, est un indicateur de performance et de vitalité, surtout quand on prend en compte l'âge des promoteurs qui se situe majoritairement dans la trentaine et la quarantaine.

- *La situation géographique des sociétés de production*

Comme pour la plupart des filières au Burkina Faso, les sociétés de production sont beaucoup plus installées dans la capitale et, dans une moindre mesure, dans certaines autres villes moyennes, comme l'indique le graphique ci-dessous.

Graphique 30: Situation géographique des sociétés de production phonographique



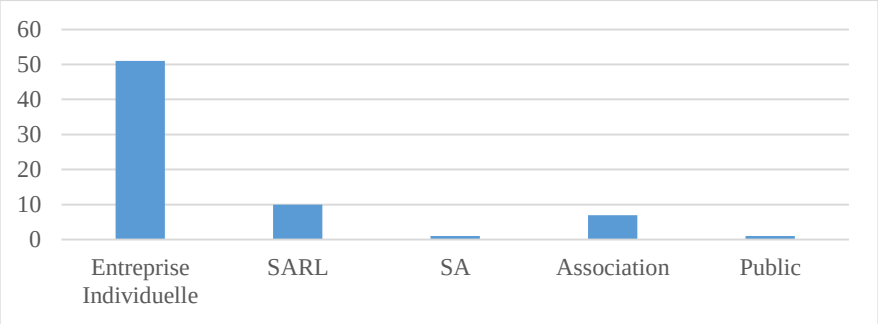
Source : Auteur, 2017

En effet, 84 % des sociétés sont concentrées dans la ville de Ouagadougou et 6 % à Bobo-Dioulasso, la capitale économique. On comprend les raisons d'une telle concentration, identiques à celles évoquées pour les autres filières : le marché potentiel se trouve à Ouagadougou, comme les infrastructures (lieux, Internet, électricité, télécommunication, transport et autres services).

- *Le statut juridique des sociétés de production*

Le statut juridique est principalement celui des entreprises individuelles. C'est ce statut qui se présente avec le meilleur avantage fiscal, après le type associatif.

Graphique 31: Statut des sociétés de production musicale au Burkina Faso



Source : notre enquête de terrain, 2017

Près de 73 % des sociétés de production musicale ont un statut d'entreprise individuelle, qui ne présente pas les mêmes contraintes en termes de nombre d'employés et de capital. Les statuts SARL (14 %) et SA (1 %) sont apparus aux premières heures du développement du métier de producteur professionnel. Avec les encouragements et les formations initiées par les acteurs comme ARPIC et le PSIC, beaucoup de ceux qui étaient dans l'informel ont été accompagnés pour la formalisation de leur entreprise et par là, bénéficier des appuis de l'État et de ses partenaires. On verra plus tard comment ces entreprises individuelles se comportent sur le plan fiscal, ce qui pourrait traduire une formalisation opportune et non voulue, *a priori*.

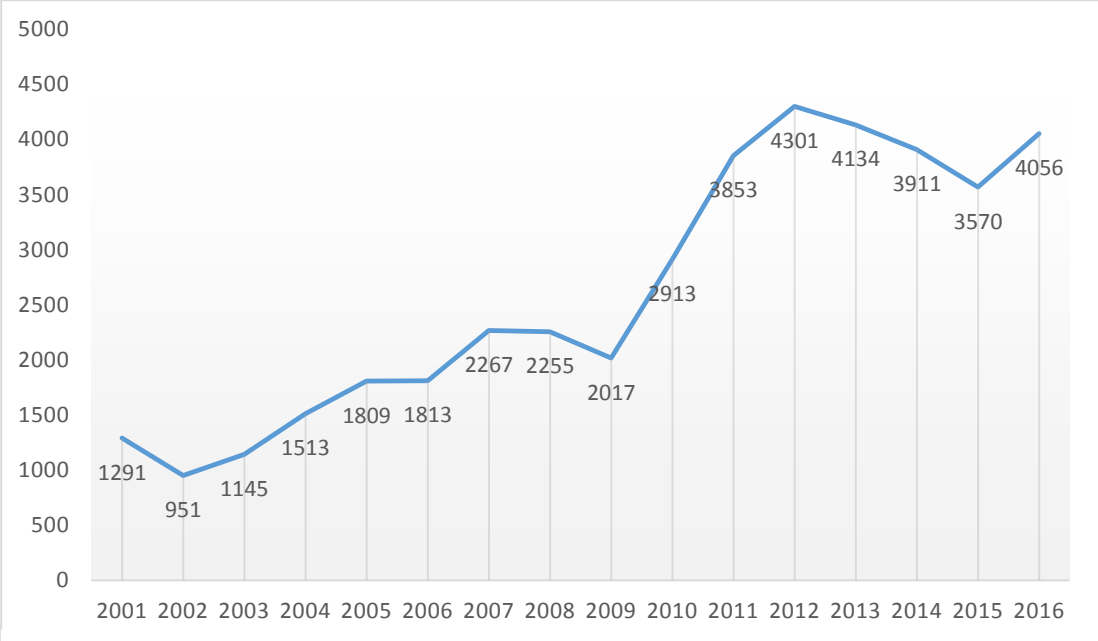
- *La dynamique de la production*

C'est environ 41 799 œuvres qui ont été produites entre 2001 et 2016 au Burkina Faso. Cette production prend en compte tous les genres musicaux, allant de la musique moderne à la musique traditionnelle, en passant par les musiques religieuses, urbaines et électroniques. En matière de sortie d'album, le Burkina Faso enregistre en moyenne 200 ou 300 sorties discographiques par an. Les œuvres musicales et les clips vidéo qui les accompagnent sont de plus en plus joués sur les chaines de télévision internationales, ce qui témoigne peut-être de la qualité de la production. Il faut noter ici la volonté des pouvoirs publics au tournant des années

2000 de développer la production musicale et de porter l'étendard du Faso au plus haut niveau de la scène internationale. À partir de cette volonté politique qui s'est matérialisée par des accords de crédits financiers pour la production de titres ou pour la réalisation de clips vidéo, beaucoup d'acteurs privés ont contribué à lancer la production discographique. C'est le cas de *Seydoni productions* (*Seydoni Burkina*), *Tam-tam productions, ETK productions,* qui ont véritablement contribué à l'émergence d'artistes comme Solo Dja Kabako, Bill Aka Kora, Samirama, Idak Bassavé, Yellen et bien d'autres.

La production d'œuvres musicales au Burkina Faso évolue en dents de scie en fonction de l'environnement, même si aujourd'hui, le nombre total d'œuvres musicales est nettement supérieure à celui des années 1970-1980 et 1990-2000. La production, il nous semble, est fonction de plusieurs paramètres dont le paramètre sociopolitique du pays. Les crises, qui ont caractérisé la vie de la nation, ont souvent joué négativement sur la sortie d'album. À la sortie de chaque crise, semble se produire une forte émergence de production, comme on peut le constater sur la courbe ci-dessous. Entre 2014 et 2015, le pays a connu une insurrection populaire (cf. première partie du travail) et du coup, a connu une baisse de la production phonographique de 7,31 % entre cette période et l'année 2012 qui a enregistré 4 301 œuvres déclarées. D'autres baisses conjoncturelles ont caractérisé la faiblesse ou la chute de la production, comme les difficultés de production de la seule unité industrielle de fabrication de CD et de K7, *Seydoni productions*. Les raisons structurelles agissent durablement sur la production, plus que toutes les autres raisons évoquées. C'est, par exemple, le cas de la crise généralisée du disque et la perturbation engendrée par le numérique et l'Internet.

Graphique 32: Évolution du nombre d'œuvres déclarées



Source : Auteur, 2017

En somme, nous pouvons dire que malgré les problèmes que rencontre de façon générale la filière *Musique enregistrée*, une vivacité caractérise encore aussi bien la création musicale que la production phonographique au Burkina Faso. En 2016, la production d'œuvres musicales est repartie de plus belle, avec 4 056 œuvres proposées au marché.

c. L'édition phonographique

Au tournant des années 2000, le secteur de l'enregistrement a été dominé par une poignée de maisons d'édition phonographique, dont la plus emblématique est *Seydoni productions*.

Les structures qui exercent dans l'édition phonographique sont une trentaine sur l'ensemble du territoire. La plus ancienne des structures est née dans les années 1994, tandis que la plus jeune est née en 2014. Globalement donc, les structures d'édition phonographiques sont jeunes, à l'image de la filière industrielle de la musique. En effet, 86 % des sociétés d'édition ont été créées après les années 2000 contre seulement 14 % qui ont vu le jour dans les années 1990. Ainsi, en observant le tableau ci-dessus, on s'aperçoit que seulement deux entreprises d'édition phonographique (7 %) ont le statut juridique SARL et SA, sinon toutes les autres (93 %) se sont choisies le statut Entreprise individuelle pour pratiquement les mêmes raisons que celles évoquées précédemment pour les entreprises de production discographique. Enfin, les structures d'édition sont presque toutes (90 %) basées à Ouagadougou. On en trouve seulement trois, soit 10 %, hors de la capitale.

Les sociétés d'édition sont, certes, en nombre insuffisant mais le nombre n'est pas vraiment le problème : interpelle surtout la capacité de celles qui sont créées à faire face aux enjeux du marché et répondre efficacement aux exigences des acteurs. Pendant l'enquête, nous avons pu constater la faiblesse de ces structures par les ressources disponibles et le caractère moribond de beaucoup d'entre elles.

- *Les studios d'enregistrement au Burkina Faso*

Tout comme l'édition phonographique, la production ne peut se développer convenablement sans les studios d'enregistrement, quelle que soit leur forme. Il fut un temps (années 2000) où les professionnels se plaignaient du faible nombre de studios d'enregistrement répondant aux normes internationales. Seuls les studios de *Seydoni* et du *CENASA* offraient un matériel de qualité. Les professionnels se plaignaient aussi du manque de professionnels formés et spécialisés, dans les métiers du son notamment. Aujourd'hui, on peut compter une quarantaine de studios encore fonctionnels.

Tout comme les sociétés de production et d'édition phonographique, les studios d'enregistrement sont apparus progressivement au tournant des années 2000. Le plus ancien studio d'enregistrement à vocation commerciale a été créé en 1999, tandis que le plus jeune date de 2013. Le statut juridique le plus répandu est l'entreprise individuelle avec 81 % des entreprises recensées. Quelques-unes ont le statut de SARL et SA (11 %) ; nous avons même recensé des structures (8 %) associatives qui exercent dans l'enregistrement musical.

- *L'émergence des « home studio » d'enregistrement*

Aujourd'hui, avec la disparition de la cassette (qui était le modèle d'investissement de *Seydoni productions*), pour laisser sa place au CD, donc au numérique, nous avons assisté depuis 2010 à l'émergence voire la prédominance des *home studios*. Ces derniers sont une réponse adaptée aux problèmes de financement de la production musicale, d'une part et l'expression d'une forte demande de création musicale, d'autre part.

À cette étape de notre présentation, nous pouvons dire que les studios d'enregistrement, qu'ils se présentent professionnels ou sous la forme des *home studios*, participent tous au développement de la création et de la production musicale. Avec les nouvelles technologies, le monopole d'enregistrement technique des œuvres s'est effondré. Aujourd'hui, plus encore que dans les années 1990-2000, se faire enregistrer est devenu relativement facile, surtout avec les *home studios*. Ces derniers remplacent actuellement les studios dits « *professionnels* » avec des modèles économiques adaptés au contexte.

- *Les tarifs appliqués des studios d'enregistrement*

La tarification pratiquée par les studios d'enregistrement est fonction de plusieurs paramètres, y compris le paramètre *lien de parenté* entre le producteur ou l'artiste et le gestionnaire du studio d'enregistrement. Mais en général, pour les *home studios*, les tarifs sont compris entre 30 000 F CFA et 80 000 F CFA[265] pour un seul titre. De leur côté, les studios dits « *professionnels* » (et même certaines notoriétés de *home studio*) appliquent des tarifs allant de 100 000 F CFA à 150 000 F CFA le titre.

d. La fabrication matérielle

L'étape est celle de la production d'un produit fini (disque, cassette, CD), à partir d'une bande maitresse sonore. Le fabricant est celui qui crée l'objet physique, support de l'œuvre musicale, qu'il s'agisse de l'impression de CD (gravure, production de matrice et pressage) ou de la duplication de K7.

Le fabricant travaille à la demande d'un producteur ou de l'éditeur et c'est la maison de disques qui assume la responsabilité des dépenses liées à la fabrication. Le fabricant exploite donc un outil industriel, qui trouve sa rentabilité dans le nombre de copies fabriquées indépendamment du contenu du disque.

e. La duplication

Concernant le maillon de la duplication, au temps de la cassette argentique, c'était *Seydoni* qui exerçait le monopole au plan national et dans la sous-région. La cassette a disparu pour être remplacée par le CD et autres supports. Depuis, bien d'autres duplicateurs ont émergé avec l'accès à la technologie numérique. Ce sont cependant de petites unités de duplication, qui travaillent à petite échelle avec des unités de duplication de taille réduite.

Tableau 86: Les premières unités de duplication industrielle

N°	Nom de la structure	Année	Statut	Localisation
01	**SEYDONI PRODUCTIONS**	1999	Société Anonyme	Ouagadougou
02	**BIMO VISION**	2003	Entreprise individuelle	Ouagadougou

Source : Répertoire des entreprises culturelles du Burkina Faso, 2011

Aujourd'hui, pratiquement, tous les studios sont équipés de machines de duplication de CD et proposent même en plus les jaquettes et les fourreaux.

[265] Rappel, 1 € est égal à 655,957 F CFA.

2. Les acteurs de la production

a. Les auteurs et artistes-interprètes

Un auteur crée une musique originale, qu'il édite par ses propres moyens où qu'il soumet à un éditeur professionnel. L'originalité consacre la valeur de création. L'artiste interprète, quant à lui, ne crée pas d'œuvres originales mais enregistre celles déjà créées par un compositeur. Il peut être tout simplement auteur de la musique. Ces interprètes sont généralement rémunérés sous forme de redevances (droits d'auteurs, dits de reproduction mécanique et royalties d'interprètes et, depuis peu, droits voisins et droits sur la copie privée), en proportion des ventes et des revenus tirés de l'exploitation des œuvres, tandis que les autres intervenants sont payés au forfait, à titre de pigistes, cette rémunération représentant un cout fixe dans la production.

Tableau 87: Importance numérique des artistes-musiciens

Année	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**
Auteur-compositeur	162	240	188	160	312	375	595	328	429	453	201
Artiste-interprète	111	166	144	96	162	166	210	175	372	381	273
Total	**273**	**406**	**332**	**256**	**474**	**541**	**805**	**503**	**801**	**834**	**474**

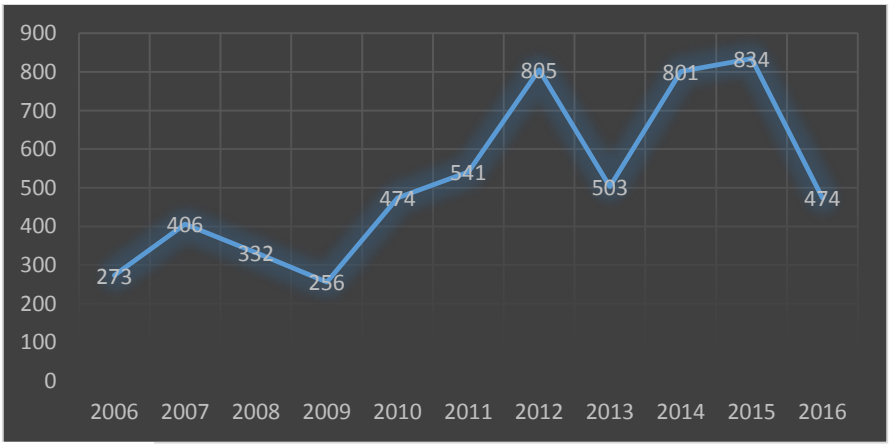
Source : BBDA, 2017

Selon les données du BBDA, le Burkina Faso comptait en 2016 environ 7 277 artistes-musiciens, dont 3181 artistes-interprètes qui représentent 44 %

- *Évolution annuelle des artistes-musiciens*

Le graphique ci-dessous montre l'évolution des artistes-musiciens, sur onze années consécutives (2006-2016).

Graphique 33: Évolution annuelle du nombre d'artistes-musiciens au Burkina Faso



Source : Auteur, 2017

Sur cette période, nous pouvons noter que la filière *Musique enregistrée* accueille chaque année autour de 662 nouveaux auteurs d'œuvres musicales originales. Cela suppose qu'avec la même progression, on pourrait compter en 2026 13 897 artistes-musiciens et en 2041 près de 24 000 artistes-musiciens. Avec maintenant la pratique assez répandue de lancement d'un *single* qui permet de devenir de *facto* un artiste-musicien, les chiffres vont assurément évoluer, avec cet environnement techniquement favorable à la création à moindre cout.

- *La question des artistes-musiciens professionnels*

Une discussion animée souvent s'invite dans les rencontres des acteurs de la filière, s'agissant de distinguer qui est artiste-musicien tout court de qui est artiste-musicien professionnel surtout. Jusque-là, même les textes n'ont pas pu régler définitivement la question. Les textes disent en effet qu'est artiste-musicien professionnel, celui qui a l'habitude de la profession ; est artiste professionnel, selon le décret[266] portant statut de l'artiste au Burkina Faso, toute personne qui fait de l'activité artistique sa profession habituelle et en tire sa principale source de revenu.

L'article 6 dudit décret précise que la qualité d'artiste professionnel est attestée par la possession d'une carte professionnelle. Quand on observe le tableau ci-dessous, nous nous rendons compte que le nombre d'artistes-musiciens est inversement proportionnel au nombre de cartes professionnelles délivrées par l'autorité compétente. Les variations vont de moins quatre-vingt-douze à moins six cent quatre-vingt-six, ce qui est énorme. Ces chiffres peuvent aller dans le sens de l'hypothèse selon laquelle beaucoup de ces artistes-musiciens sont très peu des professionnels et beaucoup plus des passionnés de la musique. Mais ce n'est qu'un aspect de la question, puisque nous avons rencontré des artistes-musiciens qui ne sont pas au courant de l'existence d'une telle carte et d'autres pour lesquels les conditions d'accès à la carte se présentent inaccessibles. Souvent, nous en établissons le constat, c'est lorsque l'artiste a un projet de tournées en Europe ou aux États-Unis, qu'il se sent obligé de se faire établir une carte professionnelle, pour complément de son dossier de demande de visa surtout. Avec la structuration actuelle et l'organisation des acteurs, nous pouvons imaginer que dans les années à venir, la question de la carte professionnelle va s'imposer comme outil indispensable dans l'ensemble des actes administratifs et financiers au sein des filières.

[266] Décret 2013-169/PRES/PM/MCT/MEF/MFPTSS

Tableau 88: Évolution du nombre d'attestations délivrées aux musiciens

Année	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**
Nombre d'attestations délivrées	126	135	85	164	84	98	155	103	115
Artistes-musiciens	273	406	332	256	474	541	805	503	801
Variation en nombre	**-147**	**-271**	**-247**	**-92**	**-390**	**-443**	**-650**	**-400**	**-686**

Source : notre enquête de terrain, 2017

b. Les producteurs de phonogrammes

Le producteur est celui qui prend l'initiative de l'enregistrement. C'est une personne physique ou morale qui assume la responsabilité de la première fixation des sons provenant d'une interprétation ou exécution, ou encore d'autres sons ou de représentation de sons. Il prend à sa charge tous les frais qui y sont liés : location du studio d'enregistrement, rémunération des techniciens, de l'ingénieur du son, du réalisateur artistique, frais techniques, *mixage*, *mastering*, etc. Il libère l'artiste des soucis matériels et financiers entrant dans le cadre de la réalisation de l'album, afin que ce dernier se concentre uniquement sur la création pour assurer la qualité artistique de l'œuvre phonographique et, par ricochet, son succès marchand.

Le producteur est propriétaire du « *master* » de l'enregistrement. Il est lié à l'artiste par un contrat dit « *contrat d'artiste* », « *contrat d'enregistrement* » ou « *contrat d'exclusivité* », qui peut porter sur plusieurs disques.

- *L'importance numérique des producteurs est variable*

Le producteur verse des cachets à l'artiste et aux musiciens, pour les séances d'enregistrement auxquelles ils participent. Par ailleurs, il rémunère l'artiste par un pourcentage sur les recettes liées à l'exploitation de l'enregistrement. Cette redevance, dont le montant et l'assiette sont clairement définis dans le contrat, est appelée « *royalties* ».

Le producteur est rémunéré par la vente des œuvres et par des droits spécifiques (droits de la copie privée).

La première source qui nous donne une idée du nombre de producteurs phonographiques est celle relative au nombre de sociétés de production évoqué dans la section précédente. Selon nos recherches, nous pourrions déduire que le nombre de sociétés de production phonographique correspond aussi au nombre de producteurs phonographiques. Sur cette base, nous pouvons dire que les producteurs sont au nombre de 70. C'est un nombre relatif. Il évolue presque tous les jours, avec des fermetures de sociétés, faute de rentabilité principalement et de nouvelles

aventures dans la production, avec comme motivation, la passion, la vocation et surtout des opportunités à saisir ou niches à exploiter.

Pour nous faire une idée plus précise encore du nombre de producteurs phonographiques, notre seconde et dernière source est celle du *Bureau burkinabè du droit d'auteur*, puisque ceux qui produisent, en réalité, sont des ayants droit au titre de la rémunération pour copie privée et au titre des droits radiodiffusion des interprétations ou exécutions sonores. Le tableau ci-dessous montre un chiffre relativement faible mais objectif du nombre de producteurs professionnels. Avec le phénomène de l'auto-production, les structures de production et les producteurs se comptent sur le bout des doigts.

Tableau 89: Nombre de producteurs professionnels déclarés au BBDA

Année	**2014**	**2015**	**2016**	**Total**
Producteurs déclarés	9	4	11	**24**

Source : BBDA, 2017

Sur la base des deux sources, il est possible de considérer que le Burkina Faso compte en moyenne près d'une cinquantaine de producteurs en activité, sans compter les producteurs occasionnels, comme certains opérateurs économiques qui agissent plutôt en mécène pour financer la production d'albums de certains artistes.

- *Producteur à plusieurs casquettes*

Les producteurs sont plus nombreux dans la capitale. Ils diversifient souvent leurs activités dans le but d'augmenter leurs chances de rentabiliser leur investissement. Certains sont ainsi, souvent, à la fois producteur, manager et organisateur de spectacles. Cette pratique nuit au développement d'une véritable d'une industrie (SARE 2011).

c. Les éditeurs phonographiques

L'éditeur phonographique assure la production industrielle de l'œuvre originale. Aujourd'hui, en plus d'une édition sur support matériel, l'édition peut se faire sur des supports immatériels. L'éditeur est chargé d'assurer à ses frais la diffusion de l'œuvre phonographique, auprès du public qu'il s'est constitué au fil des ans. C'est un travail éditorial qui repose sur une connaissance et une expérience solide dans le genre de musiques édité. Il est rémunéré par les ventes des produits et par le droit de reproduction mécanique, les droits de représentation publique et pour la copie privée à hauteur de 25 % c'est-à-dire, le tiers.

Selon les chiffres du BBDA, les éditeurs sont au nombre de 21, comme l'indique le tableau ci-dessous.

Tableau 90: Nombre d'éditeurs professionnels déclarés au BBDA

Année	**2014**	**2015**	**2016**	**Total**
Producteurs déclarés	3	3	15	**21**

Source : BBDA, 2017

Sur la base du même principe appliqué aux producteurs, nous avons considéré le nombre de sociétés d'éditeurs qui est de l'ordre de 29, pour nous rendre finalement compte que les deux chiffres sont proches et que l'écart n'est que de quatre.

Les fonctions d'éditeurs sont concentrées entre les mains du producteur ou de l'artiste. Les quelques éditeurs indépendants, qui signent des contrats d'édition pour avoir des licences d'exploitation de l'œuvre, commencent à se multiplier, tout comme la poussée des *home studios.*

d. Les autres acteurs

– *Les gestionnaires de home studios*

S'il y a des acteurs de la filière avec qui il faut compter aujourd'hui, ce sont bien les *Home studios.* Au départ mal vus pour plusieurs considérations (manque de professionnalisme, matériel vétuste ou archaïque, structures informelles…), ils figurent aujourd'hui dans la chaine de production phonographique, avec des tendances nettes à la modernisation de leur société par des acquisitions de matériel et de technologies dernière génération. Les mutations opérées au sein des *home studios,* du fait du numérique essentiellement, font que la chaine de valeur de la musique enregistrée a été profondément modifiée. L'artiste ne passe plus forcément par un producteur, puisque les prix appliqués par les *home studios* sont désormais accessibles, l'artiste va directement négocier avec l'arrangeur pour la production et l'édition de son album. Par ailleurs, le modèle économique des *home studios* adapte les prix aux faibles ressources des artistes, comme l'indique le tableau des services et des prix appliqués.

Tableau 91: Services et prix appliqués dans les home studios

Désignation	Couts pratiqués	Unité	Observations
Arrangement d'un titre : programmation, arrangement, mixage/mastering	80 000	Forfait par titre	Forfait variant entre 30 000 et 80 000 F CFA contre 100 et 150 000 dans les studios professionnels. Ce forfait ne prend pas en compte les frais des intervenants dans l'œuvre.

			Ces frais sont à la charge du producteur ou de l'artiste.
Enregistrement live	150 000	Jour	Sans les frais de mixage et de masterisation qui coutent entre 30 et 50 000 F CFA
Finalisation de l'enregistrement live	50 0000	Forfait par titre	
Location studio	-	Forfait	
Duplication CD	500		
Duplication de DVD	800		
Édition et impression de jackets	200		Sous-traitance avec les imprimeries de la place
Édition et impression de posters promotionnels	-	forfait	Sous-traitance avec les imprimeries de la place
Sous-traitance	50 000	Forfait par titre	La sous-traitance dans le cadre d'un projet qui a commencé ailleurs et va se finaliser dans le home studio.

Source : notre enquête de terrain, 2017

– *APRODEM*

L'*Association des producteurs, distributeurs et éditeurs de musique* (APRODEM) est une association née de la volonté des différents acteurs de la filière, à savoir les producteurs, éditeurs, et distributeurs de musique dans les années 2000, d'unir leurs efforts, pour un meilleur développement de la filière *Musique enregistrée*. Elle a été immatriculée le 26 septembre 2012. C'est sous le leadership de cette association que l'UNAME est parvenue à se mettre sur pied, en 2014.

– *L'UNAME*

L'*Union nationale des acteurs de la musique enregistrée* a été créée en 2016 et regroupe dix-sept associations et structures dans les domaines de la production de l'édition, de la distribution et du management. L'effort a été consenti d'aller en fédération pour pouvoir être une force de proposition et éviter d'aller en rang dispersé auprès de l'autorité, pour pouvoir concilier les forces et ainsi, améliorer les conditions de vie des membres des différentes fédérations des associations membres. C'est ce qui a prévalu à la création de cette fédération. Aucune section provinciale, ni communale ni régionale, n'a encore été installée. On avait souhaité le faire mais cela n'a pas abouti.

Les textes de la fédération relèvent que l'objectif global de l'UNAME est de contribuer à dynamiser et à harmoniser les liens professionnels entre acteurs de la musique enregistrée et de leur offrir un espace de dialogue afin de mutualiser les moyens et compétences.

Mais comme l'a dit le président de la fédération, les moyens de fonctionnement font défaut :

« Jusque-là on n'a pas encore de moyens. Il avait été dit, dans la convention signée avec le ministère de la Culture à la création des différentes fédérations, qu'il y aurait un accompagnement financier. On avait souhaité un accompagnement du ministère de la Culture sur cinq ans pour permettre aux différentes fédérations de s'organiser pour mieux s'installer. Il avait été question de mettre un siège à disposition, avec un fonds par fédération leur permettant de pouvoir mener leurs activités. Mais jusque-là, rien n'est fait. On a hérité du siège de ARPIC trois mois, après tous les contrats ont été résiliés. Donc, chaque fédération se débrouille tant bien que mal, à part les cotisations des membres d'adhésion, il n'y a pas d'autre sources de revenus »[267].

Tableau 92: Les autres faitières et syndicats d'envergure nationale

N°	NOM DE LA STRUCTURE	ANNEE DE CREATION	NATURE DE LA STRUCTURE
1.	**SYNDICAT NATIONAL DES ARTISTES MUSICIENS (SYNAM)** - Ouagadougou -	1993	Syndicat
2.	**ASSOCIATION DES JEUNES MUSICIENS DU BURKINA (AJMB)** Ouagadougou-	2000	Association à but non lucratif Musique
3.	**ASSOCIATION DES MUSICIENS PROFESSIONNELS DU FASO (AMPF)** Ouagadougou-	2005	Association à but non lucratif Musique
4.	**SYNDICAT NATIONAL DES ARTISTES MUSICIENS ET ASSIMILES DU BURKINA FASO (SYMAB)** -Ouagadougou-	2011	Syndicat
5.	**Amicale des artistes du Burkina** -Ouagadougou-	-	Association à but non lucratif
6.	**Association des managers professionnels de Musique du Burkina (AMPM)** -Ouagadougou-	2013	Association à but non lucratif

Source : notre enquête de terrain, 2017

L'ensemble des structures, tant associatives que syndicales, mises en place par les acteurs, ne donne pas encore des résultats tangibles en termes de plaidoyer, de lobbying, de mutualisation, etc. C'est dire que les objectifs et les bonnes intentions des unions, fédérations et autres dénominations semblables n'ont pas donné les résultats escomptés et qu'il convient de poursuivre le travail de fond pour responsabiliser les acteurs. L'UNAME, que nous avons suivie depuis sa création, n'a pu tenir une seule réunion digne de nom. Et le président est très préoccupé :

« Il faut dire qu'il y a une volonté des membres pour poursuivre l'action mais si on subit les mêmes effets de la première année d'exercice, ce n'est pas sûr que l'Union survivra. Pour cela, il faut qu'il y ait une bonne volonté de tous ceux qui sont membres des dix-sept associations qui se sont unies pour former la fédération…Mais jusque-là, on a des difficultés à rassembler tous

[267] Entretien réalisé le 14 mars 2017 avec le Président de l'UNAME dans la cour de la *Maison du peuple* à Ouagadougou à 10h.

les bureaux. Les présidents même des bureaux, pour pouvoir les convoquer, c'est bien compliqué. Trois réunions à ODAS Africa, on était 6 ou 5. Vous voyez déjà qu'après un an, la ferveur n'y est pas. On n'arrive pas à avoir tout le quorum pour décider. On s'est promis une rencontre une fois par mois depuis décembre, en janvier on n'a pas pu tenir la rencontre, février aussi et on attend mars pour voir s'ils répondront. Pourtant, c'est un maillon fort. La création des fédérations permet la culture aujourd'hui de se positionner comme la société civile la plus forte. Le ministère sait que, quand on a une forte proposition, on peut être une force de proposition. C'est clair. Ce ministère-là ne l'ignore pas. Si les fédérations sont fortes. Ils savent bien que si on arrive à parler d'une voix on risque de prendre le dessus sur leur fonctionnement et leur mode. On a besoin du privé pour faire de la richesse. On n'a pas besoin du privé pour les bloquer. Le ministère de la Culture ne produit pas. C'est nous qui produisons. Nous sommes le moteur de croissance. On a juste besoin de nous pour ça. Mais pourquoi venir vous ingérer, puisque vous n'êtes pas des fonctionnaires ? Or, si vous êtes forts unis, on sera obligé de vous consulter tous les jours avant de faire quoi que ce soit. Alors qu'on veut avoir les mains libres. Il devrait comprendre qu'au stade où on n'est, on n'est pas des syndicats. On est des associations. C'est un *cadre d'échange de donner et de recevoir. Si ce n'est pas perçu comme ça, on paraîtrait être des adversaires du ministère. Mais si la cause est juste, on va foncer. S'ils pensent que, en ne nous aidant pas avec les associations qu'ils sont à l'aise, là c'est foutu. Ce n'est pas exact. Ils posent des actes qui vont à l'encontre de nous, nos principes de fonctionnement, ils croiseront sur leur chemin. Ça on n'a pas besoin d'être en association. Quand on a décidé du choix du ministre, on n'a pas eu de récépissé, ni de visite commun de quelqu'un. On s'est juste passé des coups de fils. On s'est expliqué le pourquoi et mais voilà. C'était juste et on jugera les actions. On verra bien »*[268].

- *L'INAFAC*

Parmi les structures de formation les plus importantes, on peut citer l'Institut public INAFAC. *L'Institut national de formation artistique et culturelle* (INAFAC) a été créé en décembre 2000. Il est le fruit d'un long processus de réflexion, visant à mettre en place un cadre de formation au profit des artistes dans les domaines des arts plastiques et des arts du spectacle. C'est ainsi que l'*Académie populaire des arts* (APA) a été créée en 1985, puis *l'École de musique et de danse* (EMD) et *l'École des arts plastiques* (EAP) en 1988. Le mémorandum de 1999 faisait le constat relatif aux écoles de musique, de danse et d'arts plastiques de l'époque : la mise en œuvre des écoles artistiques n'a pas obéi à des études approfondies ; la concertation n'a pas

268 Entretien réalisé le 14 mars 2017 avec le président de l'UNAME dans la cour de la *Maison du peuple* à Ouagadougou à 10h.

toujours eu lieu entre le ministère chargé de la formation artistique et les ministères censés accueillir les agents formés.

En effet, les plasticiens et les musiciens issus des écoles artistiques, dans l'esprit du ministère chargé de la culture, étaient destinés à enseigner les matières artistiques dans les programmes des différents ordres d'enseignement. Ainsi, par manque de concertations préalables, le ministère de la Communication et de la Culture a été obligé d'absorber en son sein les diplômés de la première promotion. La situation du PAS[269] n'a pas été de nature à arranger les choses, la communication et la culture ne relevant pas de secteurs autorisés à recruter. Cependant, le *Forum national de la culture*, tenu à Bobo-Dioulasso en 1999, avait, entre autres, recommandé l'introduction des disciplines artistiques dans les programmes scolaires, ce qui signifiait que l'importance des écoles artistiques n'était plus à démontrer. Parallèlement, la politique nationale de la culture, adoptée en 2009, avait dès les premiers travaux de réflexion, inscrit la formation artistique et culturelle comme une priorité du ministère, allant jusqu'à prévoir la valorisation de l'enseignement artistique dans les ordres d'enseignement, primaire, secondaire et supérieur. C'est l'ensemble de ces réflexions qui ont abouti à la création de cet institut, dédié à la formation artistique et culturelle.

Le 20 juin 2003, l'arrêté n°003-408/MCAT/SG/DGCENASA, portant organisation et fonctionnement du CENASA, formalisait la création de l'INAFAC comme une Direction à part entière, rattachée à ladite structure et composée de deux départements (musique et danse, arts plastiques). Quelques questionnements de l'époque restaient cependant en suspens. Il s'agissait de savoir s'il fallait redimensionner cette école pour lui donner un statut particulier ou la refonder en renvoyant le département des arts plastiques au CNAA, celui de la musique et de la danse au CENASA. La réponse à ces préoccupations fut apportée par l'arrêté conjoint 2005-960 bis/MCAT/MFB du 07 novembre-2005, portant désignation des établissements formels d'enseignement d'arts et de la culture, des arts et du tourisme, qui reconnaît l'INAFAC comme établissement formel d'enseignement d'art et de culture.

Dès 2003, un projet de formation continue en musique, danse et arts plastiques a été adopté avec un cursus de 3 ans pour la musique et les arts plastiques, et de 2 ans pour la danse, sous la direction du CENASA**.** Il faut attendre 2009 pour voir les premiers certifiés sous le *Conservatoire national des arts et métiers* (CNAM), avec un cursus de 3 ans pour les musiciens et les plasticiens. Jusque-là, le recrutement admettait le niveau CEP. La 5e promotion en est sortie en 2012, portant l'effectif total à 39 certifiés. Depuis 2012, un nouveau cursus triennal

[269] *Programme d'ajustement structurel* (pour rappel).

est entré en vigueur, sous l'égide de la *Direction générale de la formation et de la recherche* (DGFR). Le recrutement se fait toujours sur titre, mais de niveau BEPC. La sortie de la première promotion ayant suivi ce nouveau cursus est prévu pour juin 2015. Il leur sera délivré des Brevets de qualification professionnelle (BQP).

- *La Dernière trompette*

La *Dernière trompette* est une structure associative privée créée en 1996. Elle est spécialisée dans la formation instrumentale. C'est ainsi que nombre de musiciens et d'instrumentistes sont passés par ce centre pour se perfectionner. Les formations concernent non seulement les instruments (piano, guitare, batterie…) mais aussi les techniques vocales. Cependant, les formations ne sont pas reconnues par le système national de formation professionnelle, ce qui limite les actions du Centre.

3. L'analyse de la production phonographique

a. Forces et faiblesses de la création

Le maillon de la création est fortement handicapé par plusieurs contraintes et insuffisances. Pour la composition musicale en termes de textes et de musique, plusieurs albums montrent beaucoup d'imperfections. Les textes sont assez creux et manquent de profondeur. Ils sont faits très souvent d'une seule idée, portée par trois à cinq mots repris en refrain. Les sujets abordés sont, certes, des sujets sociaux qui correspondent bien aux préoccupations des mélomanes, mais la créativité n'est pas toujours au rendez-vous pour construire un texte original. La création musicale est aussi frappée par les rythmes à la mode et importés d'ailleurs. Les artistes-musiciens qui ont fait des efforts de chercher et de trouver du matériau dans le patrimoine national se comptent sur le bout des doigts. Or, dans un contexte de mondialisation, c'est bien dans le registre des sons et rythmes du terroir que les artistes peuvent concurrencer les autres et se faire une place dans le marché régional et international. L'enquête a permis de comprendre que les infrastructures dédiées aux artistes sont largement insuffisantes pour l'ensemble du pays. La seule école digne de ce nom et qui délivre des diplômes, c'est l'INAFAC. Elle est située à Ouagadougou et a une capacité d'accueil limitée. En région, ce sont des acteurs évoluant dans l'informel qui offrent des formations spontanées à des amateurs, donc sans perspective professionnelle, ni offre orientée vers le marché. Dans le même registre, l'accès aux instruments de qualité est faible dans les centres qui existent. Ce qui explique aussi la faible pratique musicale. Aujourd'hui, avec l'arrivée de certains types d'instruments, à faible cout mais de qualité douteuse, les jeunes instrumentistes peuvent au bout d'un an d'épargne s'acheter

une guitare, par exemple. Cette situation est souvent peu perceptible dans la chaine de valeur puisqu'elle se situe en amont de la production, mais elle devient criante lorsqu'on programme un artiste par exemple au festival les *Nuits atypiques de Koudougou* (NAK), qui exige des artistes-musiciens que ceux-ci ne se produisent qu'en *live*. Nous nous rendons compte très vite, en effet, de ces problèmes de lieux de répétition professionnelle, de disponibilité d'instruments de qualité et surtout de la pénurie d'instrumentistes.

En somme, beaucoup d'artistes sont arrivés au métier sans formation préalable et ne se sentent pas obligés de se former. Il n'y a donc pas à être surpris qu'ils ne puissent pas conquérir le marché international, avec des œuvres de faible qualité.

Par ailleurs, la faible organisation des créateurs complique leur professionnalisation, c'est-à-dire leur capacité à chanter juste, à conquérir le marché et à toujours faire évoluer leur carrière musicale. Les quelques associations qui regroupent les artistes-musiciens sont nées avec de nobles intentions (former les membres au solfège par exemple, défendre le statut social des membres, former des instrumentistes en nombre et en qualité…). Mais elles sont rapidement engourdies et incapables de faire quoi que ce soit, sitôt une première reconnaissance médiatisée. Les associations, qui existent depuis dix ans et plus, n'ont pas encore renouvelé les instances dirigeantes, comme l'exigeraient leurs propres statuts et règlement intérieur. Le problème majeur de ces associations est bien là, lié à cette question de la gouvernance. Les entretiens que nous avons obtenus nous ont permis de comprendre que certains artistes ne se font plus confiance : le leadership est centré sur les intérêts personnels et non l'intérêt général. Ce qui pose le problème de la transparence et qui, de *facto*, entame la confiance des partenaires techniques et financiers, susceptibles d'apporter du soutien à la filière.

b. Forces et faiblesses de la production phonographique

La production musicale s'est considérablement accrue autour des années 2000, grâce à l'arrivée sur le marché de studios d'enregistrement comme *Seydoni Burkina*, répondant aux normes internationales. Ces années-là, le caractère matériel du produit structurait l'économie de la filière. Mais depuis, la donne a changé, révélant tantôt des forces, tantôt des faiblesses au sein des acteurs.

- *Les couts de production relativement faibles*

Les couts de production se sont réduits considérablement. Cette situation explique aujourd'hui la quantité des œuvres phonographiques produites annuellement. Les moyens techniques de production se sont améliorés et l'accès est de moins en moins cher, surtout avec le numérique.

Autrefois, il fallait une personne de bonne volonté pour accepter de prendre en charge, financièrement, les dépenses liées à la production d'un album de musique, lesquelles varient entre 1 et 4 millions de F CFA. Aujourd'hui, même si la pratique est toujours d'actualité, nous assistons à de l'autoproduction, favorisée par la réduction actuelle des couts de production qui varient entre 100 000 et 500 000 F CFA.

- *L'autoproduction*

L'industrie musicale est fortement dominée par l'autoproduction. En l'absence de producteurs professionnels, l'artiste, qui aspire à une carrière professionnelle, est obligé de trouver les moyens de s'autoproduire. Largement dominant sur le marché du disque au Burkina Faso, ce mode de production est par ailleurs motivé par le modèle économique du disque, lequel a considérablement changé. En effet, l'économie du disque ne repose plus nécessairement sur le produit matériel qu'est le disque sur lequel l'artiste-musicien, selon le type de contrat, pouvait espérer encore récolter des royalties. Elle est, au contraire, de plus en plus orientée vers le *Spectacle vivant*, la vente en ligne au Burkina Faso étant encore embryonnaire.

D'autant plus qu'il est difficile de s'y opposer, cette pratique d'autoproduction ne peut que nuire au développement d'une véritable industrie musicale au Burkina Faso, puisqu'elle n'est pas porteuse de projets de spécialisation et de professionnalisation des acteurs. Dans la pratique de l'autoproduction, nous constatons que l'artiste produit les titres à compte-gouttes et en fonction de ses moyens.

- *La rentabilité problématique et les contrats de 360°*

Le maillon de la production se présente donc, apparemment peu rentable, surtout depuis le ralentissement, voire l'arrêt des ventes de K7. Dans ce contexte, compte tenu de la structure des couts de production d'un phonogramme, il est devenu beaucoup plus difficile de rentabiliser la sortie d'un album. C'est cette situation qui a conduit les entrepreneurs à s'orienter vers des contrats dits 360° (ou encore *0-6-3 deal*) :

> *« Ne pouvant pas compter sur les recettes générées par la vente des phonogrammes pour rentabiliser leurs investissements, les producteurs de phonogrammes établissent de plus en plus avec les artistes des relations contractuelles leur permettant de percevoir des parts sur toutes les entrées d'argent de l'activité de l'artiste produit. À l'exception des droits d'auteur perçus par l'artiste et sur lesquels le producteur n'a aucune part, ils perçoivent un pourcentage sur les recettes de spectacles, de merchandising, de récompenses distinctives et de tout autre*

> *engagement professionnel (cinéma, publicité). Il signe avec l'artiste un contrat de production, un contrat de management et contrat d'édition musicale avec l'artiste et le BBDA ».*[270]

L'objectif est clair : générer des recettes sur des marchés dérivés qui échappaient autrefois au producteur, même si la vente du produit, tant physique qu'immatériel, constitue ou devrait constituer la principale source de revenus du producteur phonographique.

- *Le financement de la création et de la production phonographiques*

La production et la création sont faiblement soutenues. Les sociétés de production manquent pratiquement de moyens financiers pour faire fonctionner l'industrie de la musique enregistrée. Les financements publics et privés sont pratiquement hors de portée pour la majeure partie des producteurs qui existent encore. Et comme le fait remarquer Issoufou SARÉ…

> *« …les entrepreneurs n'ont d'autres choix que de mobiliser des ressources et des fonds propres pour financer leurs activités…c'est probablement l'une des raisons qui les amène à confondre leur compte personnel et celui de l'entreprise »*[271]

Les sources de financement public existantes ne prennent pas toujours en compte la phase de production, mais un peu plus celle de diffusion. Ce qui fait que les producteurs sont obligés de se tourner vers les institutions financières, lesquelles hésitent à leur tour, à accorder des crédits pour les projets phonographiques. À l'exception de certaines entreprises de production dument constituées, il est rare de voir un producteur solliciter et obtenir un prêt auprès d'une banque ou institution bancaire. Certaines structures ont essayé, mais se sont montrés incapables de gérer de façon rigoureuse les crédits alloués.

> *« Tam Tam Productions devait servir de test pour la solvabilité des entreprises musicales. Malheureusement,* le test *n'a pas été concluant. En plus de ne pas rembourser le prêt, Tam-tam Productions a abandonné la production et l'édition phonographique pour devenir une agence de communication ».*[272]

Le seul recours qui suscite de l'espoir, c'est le *Fonds de développement culturel et touristique* qui a été créé pour accompagner les entreprises culturelles. Ce fonds ambitionne de financer à hauteur de 50 millions maximum les projets des entreprises culturelles.

---

270 SARÉ Issoufou (2011). *Création et développement des entreprises musicales au Burkina Faso*, EUE, Allemagne, p.65.
271 SARÉ Issoufou, *op. cit*. p.61.
272 SARÉ Issoufou, *op. cit*., p.18-19.

c. Forces et faiblesses de l'édition

L'édition phonographique est aujourd'hui stimulée par les nouvelles technologies. Mais profiter au mieux de ces technologies suppose une solide formation. Or, c'est précisément cette condition qui fait défaut à plusieurs éditeurs, arrivés dans le métier sans connaissances techniques avérées. Aujourd'hui, la question de la dématérialisation du produit musical réduit les erreurs de fabrication, d'emballage, autrefois constatées sur la plupart des produits phonographiques. L'édition phonographique se doit aujourd'hui d'être soignée. Les arrangeurs, les programmateurs et bien d'autres intervenants dans l'édition doivent donc se perfectionner sur le plan artistique, plus encore que de seulement s'équiper en matériel technique. Or, très peu, d'entre eux et aucun des responsables des *home studios* n'ont bénéficié de la moindre formation, ni en entrepreneuriat ni en gestion financière.

Les acteurs du maillon de l'édition ne sont pas organisés et travaillent dans l'informel. Ils se contentent souvent de fonctionner en tant que simples prestataires de services, vu que les artistes-musiciens sont devenus eux-mêmes des producteurs-éditeurs.

- *Les réalités de l'édition phonographique*

Seul, le *compact-disc* (CD) reste la forme matérielle des œuvres phonographiques aujourd'hui. La cassette a pratiquement disparu. L'édition se fait en faible quantité et souvent dans des conditions encore artisanales ou semi-industrielles. Les pratiques constatées lors de notre enquête montrent que l'édition de CD oscille entre 55 exemplaires et 100 duplications par album produit. Le chiffre 55 renvoie au nombre de CD qu'il faut dupliquer pour devenir membre du BBDA : certaines artistes auto-producteurs ne se contentent donc que de ce nombre. Il est rare de voir des duplications de CD atteindre 1000, 2000 ou 5000 d'un coup. L'artiste ou le producteur procède aux duplications, selon les opportunités du marché.

Ainsi, les unités de duplications ne sont pas industrielles mais de petites unités, qui sont incapables de répondre rapidement à une grosse demande. *Seydoni* est la seule maison d'édition qui disposerait d'une unité de duplication industrielle.

d. Les autres forces et faiblesses

- *Environnent juridique globalement favorable*

L'environnement juridique de la filière *Musique enregistrée* est confondu avec celui du *Spectacle vivant*. Mais le texte fondamental, c'est le décret et son arrêté d'application n°2014-0121/MCT/SG/DAS du 24 septembre 2014, qui confèrent un statut aux entrepreneurs de

spectacle vivant, renforçant ainsi la protection des acteurs. La règlementation accorde aux entrepreneurs des prérogatives qui sont refusées aux personnes physiques, avec les dispositions de délivrances de licence d'entrepreneur de spectacle vivant.

Nous constatons qu'au niveau du droit d'auteur, la règlementation ne couvre pas (pour l'instant) les éditeurs phonographiques, qui exercent leur métier ou qui souhaitent l'exercer *via* des plateformes numériques.

Tableau 93: Licences d'entrepreneur culturel

N°	*Type de licence*	*Usager*	*Cout*	*Durée*
01	Licence « A »	Exploitants de lieux de spectacles aménagés pour accueillir des représentations publiques	100 000 F CFA	05 ans
02	Licence « B »	Producteurs et diffuseurs non exploitants de lieux de spectacle	100 000 F CFA	05 ans
03	Licence A et B	Toute personne physique ou morale qui n'a pas pour activité principale l'organisation de spectacles	100 000 F CFA	1 an

Source : notre enquête de terrain, 2017

- *Environnement institutionnel*

La filière *Musique enregistrée* relève de la *Direction générale des arts* (DGA). Elle ne bénéficie pas, comme le livre ou le cinéma, d'une direction à part en tant qu'industrie culturelle mais surtout, ayant une logique économique différente du spectacle vivant auquel elle est rattachée.

L'environnement institutionnel de la filière *Musique* n'est pas suffisamment adapté au projet de développement industriel de la musique. En effet, c'est au sein de la *Direction générale des arts* (DGA), avec pour mission de mettre en œuvre la politique publique en matière des arts de la scène, qu'a été logée la filière *Musique enregistrée*. Cela veut dire que la musique n'est pensée autrement que dans sa phase promotion et diffusion. Le côté industriel et commercial de la filière est occulté. La filière *Cinéma et audiovisuel* tout comme celle du *Livre* ont des directions pleines qui veillent autant aux politiques publiques qu'à l'économie desdites filières. La *Musique enregistrée* n'a pas de direction à elle. Elle est rattachée à la *Direction des arts et du spectacle* (DAS), ce qui peut pénaliser le développement de l'option industrielle et commerciale de la *Musique enregistrée*. Dans aucun document, la mission de développement de l'économie de la musique n'est assignée clairement, ni à la DGA ni à la DAS. Cette dernière a pour objectifs de définir et de veiller au respect de la règlementation de la filière ; d'œuvrer à un accès du public aux œuvres d'art ; de définir et de mettre en œuvre des dispositifs de soutien aux acteurs des arts de la scène ; de définir la réglementation en matière d'arts de la scène et de veiller à son application ; d'organiser des évènements et des manifestations de promotion des arts de la scène ; de veiller à l'organisation et à la structuration des acteurs des

arts de la scène ; d'instruire les dossiers de demande de licences d'entrepreneurs de spectacles. Comme l'indique l'énoncé de ces objectifs, c'est donc une vision non marchande qui est privilégiée et une emphase pour le spectacle vivant, au lieu du produit lui-même.

Les difficultés de la filière sont nombreuses mais on peut en retenir principalement les suivantes :

- la piraterie demeure la gangrène à soigner pour sécuriser davantage les artistes et les entrepreneurs culturels. Celle-ci est favorisée par les progrès techniques et le cout élevé des produits en partie imputable à la taxation. Toute chose qui rend les produits musicaux piratés plus accessibles aux populations ;
- la petite taille des entreprises exerçant dans la filière. En effet, les entreprises, qu'elles soient formelles ou informelles, sont le plus souvent de très petite taille employant moins de 5 personnes si elles ne sont pas individuelles ;
- la qualité de production reste le plus souvent faible, du fait des insuffisances techniques, du faible niveau de formation des acteurs et de l'insuffisance, voire l'absence de certains types de profils.

B. Organisation de la distribution et de la mise en marché

La distribution est le premier acte de mise en marché d'un produit. C'est un art qui demande aussi bien des moyens humain, matériel, voire logistique et des moyens financiers. Outre la distribution, la question de la diffusion et de la promotion des œuvres phonographiques constitue des moments déterminants pour le succès du produit. Nous allons considérer distinctement ces trois moments de la mise en marché de la musique enregistrée, pour en identifier les forces et faiblesses qui caractérisent les maillons en question de la filière.

1. La distribution-diffusion-promotion

a. La distribution des produits musicaux

La distribution est une activité logistique qui consiste à acheminer les produits de la musique (CD principalement) du point de fabrication aux points de vente finale ou à des grossistes intermédiaires. Elle assure donc la gestion physique des stocks, le stockage pour le compte du producteur, la réception et le traitement des commandes provenant des détaillants, des semi-grossistes et les livraisons.

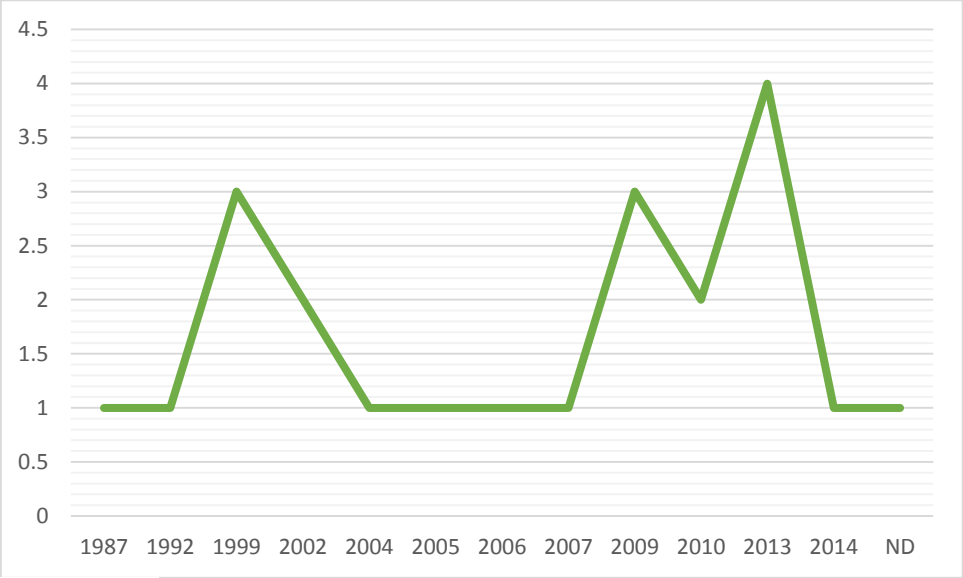
- *L'importance numérique des maisons de distribution*

Avant la crise du disque, le Burkina Faso disposait d'une bonne poignée de maisons de distribution, avec des relais dans les provinces et des ressources humaines affectées à cette fonction. Entre les années 2000 et 2005 comptaient particulièrement la société de distribution *Seydoni*, *Bazar Music* (pour la musique traditionnelle) et surtout *Senghor Distribution*. Aujourd'hui, la situation a considérablement changé et aucune de celles que nous venons de citer n'exerce encore dans la distribution. Le métier de distribution des produits musicaux a emprunté de nouveaux circuits pour s'adapter aux enjeux de la dématérialisation des produits.

On peut ainsi dénombrer près d'une vingtaine de maisons de distribution constituées et informelles. En effet, la synthèse de plusieurs sources, y compris notre enquête de terrain (recensement des entreprises culturelles conduit par APRODEM et soutenu par le programme ARPIC puis le *Répertoire des entreprises culturelles du Burkina Faso,* montre que le nombre des acteurs du maillon de la distribution n'est pas statique. Une première source évoque en effet 14 maisons de distribution, tandis que la seconde n'en retient que 10. À partir de ces sources, nous pouvons recenser précisément quelque 22 maisons de distribution au plan national, comme l'indique le tableau ci-dessous. Parmi elles, certaines ont cessé de fonctionner et d'autres végètent. Mais comme au Burkina Faso, les structures ne meurent pratiquement jamais, mais sombrent plutôt en léthargie, nous avons considéré dans la liste ci-dessous les maisons de distribution pionnières dans le domaine, comme *Bazar Music* et *Senghor Production*. Nous savons par ailleurs que c'est *Senghor Production* qui a cédé à *Bouda productions* la distribution et la vente des produits phonographiques.

Le pays n'a commencé à bénéficier de ses premières maisons de distribution organisées en entreprise qu'au début des années 2000 avec deux maisons : *Bimo Vision* et *Seydoni productions*. *Bazar music* (créée en 1987) et *Senghor distribution* ont évolué dans l'informel jusqu'à leur disparition. L'évolution de la création des maisons de distribution, comme le montre la courbe ci-dessous, se présente en dents de scie. Entre 1999 et 2000, nous avons vu apparaître les premières maisons de distribution, puis il a fallu attendre dix ans pour enregistrer de nouvelles maisons de distribution et enfin, le meilleur pic d'apparition depuis 1980 a été enregistré en 2013, avec la création de quatre nouvelles maisons de distribution. Cette situation est fortement imputable aux actions du Programme ARPIC, qui a beaucoup œuvré à organiser et à structurer les acteurs et les différentes filières industrielles.

Graphique 34: Évolution du nombre de maisons de distribution



Source : Auteur, 2017

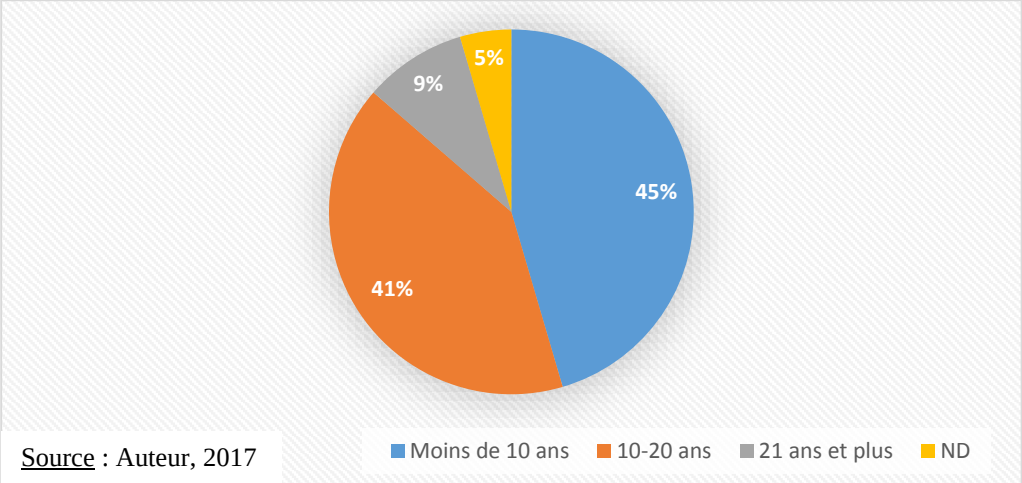
Notre enquête de terrain a permis de comprendre que ces maisons de distribution sont en réalité des prolongements de l'activité des maisons de production. La distribution constitue en effet l'activité d'une branche de l'entreprise de production et non une société à part entière spécialisée. Aujourd'hui, la distribution pure, c'est-à-dire conduite comme activité singulière d'une entreprise, est quasiment inexistante. Les acteurs se « *débrouillent* » littéralement avec des circuits de distribution sans cesse recomposés du fait de la piraterie et des nouveaux dispositifs d'accès aux produits phonographiques. Parallèlement, les entretiens que nous avons engagés sur place révèlent que certains, à défaut d'être des producteurs, sont du même coup des éditeurs phonographiques. Il arrive en effet qu'ils négocient des contrats d'édition avec le producteur ou l'artiste, pour la reproduction de certaines œuvres épuisées sur le marché mais qui font l'objet d'une demande. C'est le cas de *Mamboné distribution* comme ce fut le cas de *Senghor Production.*

- *La jeunesse relative des maisons de distribution*

L'analyse de l'année de création des maisons de distribution qui existent ou ayant existé montre que la plupart d'entre elles sont très récentes. En effet, 45 % des maisons de distribution ont moins de dix ans en 2017. Celles qui ont au moins dix ans représentent 41 % contre 9 % pour celles qui sont nées avant 1996 et moins. Comme vu dans les autres filières, la naissance des entreprises culturelles évoluant dans les industries culturelles obéit à un environnement sociopolitique et économique particulier et ce, dans un contexte régional et international favorable. Celui-ci caractérise, entre autres, les années 2000, marquées par les privatisations

tous azimuts, l'implémentation de certains programmes et projets culturels et l'adoption de politiques culturelles en réponse aux grandes orientations de la communauté internationale (UNESCO, OIF, UE-ACP, pour ne citer que celles-là).

Graphique 35: Répartition des maisons de distribution selon l'ancienneté

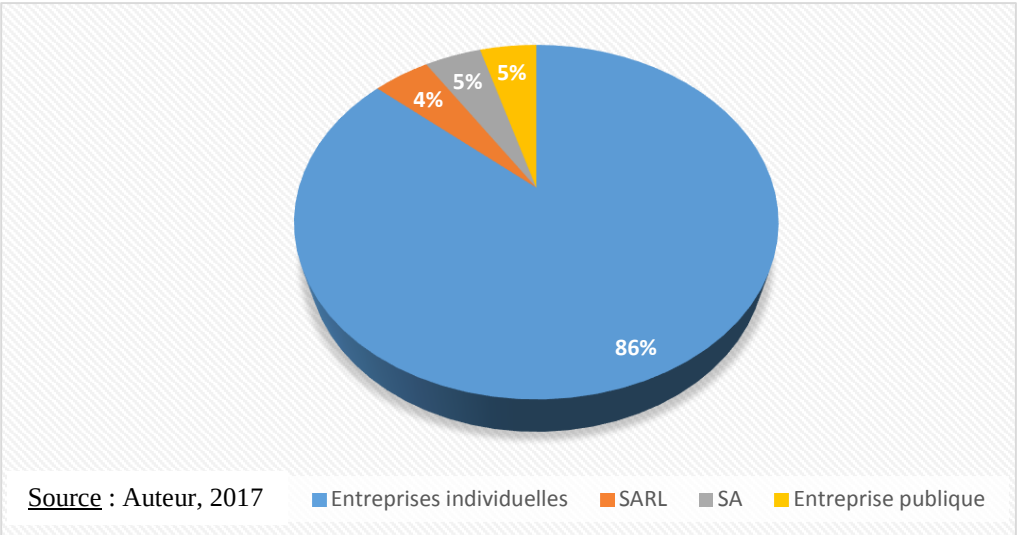


Source : Auteur, 2017

- *Le statut juridique des maisons de distribution*

Avant l'an 2000, les maisons de distribution exerçaient leur métier dans l'informel et avec peu de moyens. Ce n'est qu'à partir des années 2000, sous l'impulsion des politiques et des partenaires au développement, que des sociétés dument constituées ont commencé à être créées. Comme l'illustre le graphique ci-dessous, c'est bien le statut *Entreprise individuelle* (86 %) qui domine sur les régimes SARL et SA. Cela dénote de la faiblesse financière et organisationnelle de ces maisons de distribution.

Graphique 36: Statut juridique des maisons de distribution



Source : Auteur, 2017

- *L'implantation géographique des maisons de distribution*

Selon les données du tableau ci-dessous, l'essentiel des maisons de distribution (96 %) sont concentrées à Ouagadougou, la capitale. À leur début, certaines d'entre elles disposaient de relais dans certaines grandes villes, mais toutes ces maisons de relais sont aujourd'hui fermées. Si nous considérons le nombre de structures de distribution par rapport aux niveaux régional, provincial et communal, nous nous rendons davantage compte de la faible présence géographique de la distribution phonographique au Burkina Faso. En effet, le ratio nombre de maisons de distribution et régions administratives est de 1,69 maison par régions (au nombre de 13) ; il est de 0,48 par province (au nombre de 45) et enfin de 0,06 par commune (pour environ 350 communes).

- *Les circuits de distribution des maisons de distribution*

Les maisons de distribution ont toutes les mêmes circuits de distribution : vente directe (pendant des festivals, auprès d'un public ciblé) et dépôt-vente (dans les stations-service, les alimentations). Aucune n'a encore testé la vente en ligne, même si la musique burkinabè se vend actuellement en ligne. Avant la crise du disque, *Seydoni* se comportait comme la référence qui détenait le monopole de la distribution avec des dizaines de points de vente et des relais de distribution à Bobo-Dioulasso. La nature du circuit explique pour beaucoup la fermeture de certains points de vente. Les expériences de dépôts-vente se terminaient à la *police* faute de retours d'argent. Seules, les ventes directes procuraient plus de sécurité mais elles sont limitées par leur nature.

b. La diffusion des œuvres musicales

La diffusion musicale, c'est l'art de placer les produits là où qu'il faut pour réaliser des économies d'échelle. La diffusion des disques consiste en leur vente au détail dans les points de vente spécialisés ou non ; elle combine aussi l'art de se servir des canaux de diffusion spécifiques pour toucher le consommateur final. Outre la vente d'albums aux consommateurs finaux, la diffusion, intimement liée à la promotion des œuvres musicales, est donc l'art de se servir d'un ou plusieurs canaux pour faire la diffusion.

Entre 1996 et 2014, une vingtaine de structures se sont spécialisées dans la diffusion des produits phonographiques, comme l'indique le tableau ci-dessous. Ces structures sont basées à Ouagadougou, la capitale et Bobo-Dioulasso. Le statut juridique de ces entreprises est principalement celui d'entreprises individuelles, même si on dénombre quelques SARL, des

associations et même des acteurs du public et des collectivités territoriales. Sinon, d'autres acteurs interviennent dans le succès des sorties discographiques (voir la section suivante).

Tableau 94: Nombre, année de création, statut et situation géographique des structures de diffusion

N°	Nom de la structure	Année de création	Statut de l'entreprise	Lieu
1	NOUVELLE VISION COMMUNICATION	2012	Entreprise individuelle	Ouagadougou
2	DIEZ PRODUCTION	2011	Entreprise individuelle	Ouagadougou
3	PROPULSION PICTURES PRODUCTION	2014	Entreprise individuelle	Ouagadougou
4	CENTRE DE FORMATION MUSICALE LA DERNIERE TROMPETTE	1996	Association	Ouagadougou
5	BOAMANI AFRICA	2010	Association	Ouagadougou
6	KISWEND PRODUCTION	2014	Entreprise individuelle	Ouagadougou
7	SYA MUSIC	2013	SARL	Ouagadougou
8	NKO PRODUCTION	2013	Entreprise individuelle	Ouagadougou
9	MERVEILLES	2007	Entreprise individuelle	Ouagadougou
10	PALAIS DE LA CULTURE JEAN PIERRE GUINGANE	2011	Structure Communale	Ouagadougou
11	MAISON DU PEUPLE		Structure Communale	Ouagadougou
15	REEMDOOGO	2004	Structure Communale	Ouagadougou
16	YSSO PRODUCTION	2011	Entreprise individuelle	Ouagadougou
17	MAMBONE DISTRIBUTION	2009	Entreprise individuelle	Ouagadougou
18	PRODUCTION UNIVERSELLES	2007	Entreprise individuelle	Ouagadougou
19	OUAGA JINGLE	2003	Entreprise individuelle	Ouagadougou
20	SOUL MANAGEMENT PRODUCTION	2004	Association	Bobo-Dioulasso

Source : DEP, *L'officiel de la musique*

c. La promotion des œuvres phonographiques

La promotion d'un disque se fait par des actions publicitaires, tant à la télévision, qu'à la radio ou par voie de presse. Elle est aussi possible par la diffusion d'un titre à la radio et sous forme de clip vidéo diffusé à la télévision, ou encore *via* d'autres plateformes de promotion et de diffusion comme des sites Web, les comptes Y*ouTu*be, etc. Autre moyen non négligeable de promotion des œuvres musicales, le bouche-à-oreille entre consommateurs à partir de leurs expériences de consommation peut se faire de nos jours *via* les réseaux sociaux, et entre amis *via* le téléphone portable.

Le constat au Burkina Faso est celui de la faible promotion autour des œuvres, lesquelles ont tendance à mourir, sitôt produites. Il ne suffit pas de produire et de mettre sur le marché un album pour espérer le succès de ce dernier, il faut ajouter à la qualité intrinsèque de l'œuvre, une véritable campagne promotionnelle avec une place de choix pour la campagne médiatique.

Cette promotion peut déjà bénéficier de la signature de l'artiste mais comme il est rare que la signature d'un artiste burkinabè puisse systématiquement motiver la consommation de son œuvre, il faut toujours un budget et un plan de promotion. La promotion *via* la télévision est jusqu'ici assez onéreuse et au-delà des budgets des maisons de promotion. Au-delà des canaux médiatiques, la promotion est possible, et c'est d'ailleurs souvent le cas, par l'organisation de spectacles et d'événementiels culturels. Les festivals de musique constituent ainsi de véritables tremplins pour la promotion de certains artistes et de leurs œuvres artistiques.

2. Les acteurs de la distribution

a. Les distributeurs des œuvres phonographiques

Les distributeurs sont des intermédiaires entre les maisons de production ou des éditeurs phonographiques et les points de vente au détail ; elles assurent l'acheminement des produits finis, du point de fabrication jusqu'aux différents détaillants. Leur rôle est tellement capital pour la diffusion des œuvres musicales qu'on s'imagine mal leur absence. Or, c'est précisément ce qui se passe au Burkina Faso, où depuis les années 1970 et 1980 et plus tard en 1990 et 2000, la distribution est devenue la bête noire des acteurs et le maillon faible de la chaine de production. Aujourd'hui, la distribution s'est recomposée, avec la révolution numérique dans le secteur de la musique. Les K7 ne sont plus le support principal, les CD ont de la peine à s'imposer face aux nouvelles pratiques de consommation, surtout au niveau de la frange jeune de la population, déjà habituée au téléchargement gratuit.

- *Les détaillants*

La distribution est l'affaire de détaillants qui traitent directement avec l'éditeur ou l'artiste-producteur. Ils négocient des marges allant de 20 à 30 % des ventes. Les détaillants sont aujourd'hui des boutiques de quartier, des supermarchés, des stations d'essence et des petits kiosques disposés aux abords des centres culturels. Certains espaces à l'origine non affectés à ce rôle, comme les restaurants, les débits de boissons et aux sorties des villes, l'environnement des péages, servent aujourd'hui de lieux de rencontre entre l'œuvre musicale et le public-consommateur. La distribution tend à devenir une affaire de petits commerçants ambulants. Ceux-ci, constitués de populations jeunes, parcourent les grandes villes du pays avec des CD, DVD et autres produits dérivés pour espérer vendre.

ASCOVECA

L'*Association des commerçants & vendeurs de k7 et CD du Kadiogo* (ASCOVECA) a été créée en 2000, avec la volonté de promouvoir la musique burkinabè à travers la distribution et

la commercialisation des produits. L'association en question s'est présentée comme une réponse à la faiblesse des structures de distribution et a servi de cadre pour la lutte contre la fraude. Mais beaucoup de ses membres ont cessé de s'impliquer autour des années 2010, victimes des effets de la crise du disque. Certains se sont reconvertis en vendeurs de matériels audiovisuels dans le meilleur des cas, d'autres en revendeurs de cigarettes et autres produits de construction (quincaillerie).

REDISPAM

Un réseau de distribution dénommé Réseau de distributeurs de produits audiovisuels et de musique (REDISPAM) a été mis en place en octobre 2015, après plusieurs concertations entre les acteurs privés de la distribution des produits audiovisuels et musicaux, le ministère, le BBDA et la mairie de Ouagadougou. Cette structure vise à promouvoir la distribution de produits culturels licites, à partir d'un réseau d'acteurs.

Des rencontres entre le BBDA, la mairie de Ouagadougou et les producteurs et distributeurs ont été organisées pour la mise en place dudit réseau de distribution des produits musicaux. Après plus de deux ans de fonctionnement, tout comme les autres faitières mises en place ces cinq dernières années à la faveur du Programme ARPIC, l'initiative n'offre toujours aucune lueur de changement et de succès. Le fonctionnement est déjà un problème et les actions tardent à se mettre en place, faute de moyens pour certains, faute de volonté politique pour d'autres.

b. Les promoteurs et les diffuseurs

Les festivals et événements culturels constituent de nos jours les moyens immédiats de promotion et de diffusion de la musique. Ils sont assez nombreux (407 événements culturels en 2014) et beaucoup d'entre eux essaient d'être réguliers, comme le précise le tableau ci-dessous.

Tableau 95: Les événements culturels et leur périodicité

Périodicité	**2013**	**2014**
Ponctuelle	48	205
Annuelle	27	70
Biannuelle	0	6
Autres	12	126
Total	87	407

Source : Annuaire statistique 2014, publié en août 2016

- *Les salles de spectacle*

Les salles de spectacle sont des espaces de promotion et de diffusion de la musique. Elles ont été très rares dans les années 1960 mais aujourd'hui, on peut noter une évolution en nombre et aussi en qualité des salles de spectacle. C'est le cas du *Jardin de la musique Reemdoogo*, de la

salle de la culture à Bobo-Dioulasso, et de bien d'autres petites salles comme celle de l'*Institut français* à Ouagadougou et à Bobo-Dioulasso. Certaines salles de cinéma et les anciens centres de loisirs populaires construits sous la période révolutionnaire dans les provinces servent de lieux de diffusion. Par ailleurs, avec la politique de construction des salles polyvalentes dans les chefs-lieux de région à l'occasion de la célébration de la fête de l'indépendance chaque 11 décembre, la question du nombre de salles de spectacle est en train de se résorber, un tant soit peu.

- *CORA BF : l'activisme pour une pratique des quotas préférentiels*

La *Coalition pour la renaissance artistique au Burkina Faso* est l'une des associations les plus actives dans la promotion de la musique au Burkina Faso. Depuis trois ans, elle mène le combat pour l'instauration et le respect des quotas de diffusion musicale. L'un de ses leaders disait d'ailleurs que l'une des principales causes de léthargie de la musique est la mauvaise stratégie de promotion, marquée par une diffusion à bas taux dans les médias.

La diffusion est beaucoup plus construite par un ensemble de médiateurs, voire de prescripteurs que sont les médias, surtout la radio et la télévision ; les journalistes culturels et de plus en plus la communauté des réseaux sociaux.

- *Radio et télévision : une croissance numérique qui devrait servir*

Avec la croissance non négligeable des radios ces vingt dernières années, la promotion et la diffusion de la musique produite au Burkina Faso passent essentiellement par la radio. Les difficultés sont récurrentes entre artistes et animateurs de radios sur la question des quotas. Les premiers dénoncent des formes de corruption et de chantage pour voir leur musique jouée sur les ondes de certaines radios. Les seconds accusent les premiers de ne vouloir consentir aucun effort financier pour la promotion de leur œuvre musicale. Mais tout compte fait, chacun des deux acteurs (artiste et promoteur de radio) situe bien les enjeux. La radio ne saurait se développer et développer ses audiences sans la musique et les artistes et leur musique ne sauraient connaitre de succès sans la diffusion et la promotion portées par la radio, singulièrement. Les plages musicales et les productions spéciales consacrées à la musique sont assez régulières sur le petit écran et donnent de la visibilité aux artistes et à leurs œuvres. Presque toutes les chaines de télévision consacrent un temps de diffusion, variable, à la musique. Du reste, d'autres chaines ont initié des émissions typiquement dédiées à la musique, telles que les émissions *Reemdoogo*, *Cocktail* sur la *RTB*…Les chaines comme *SMTV* et *TVZ* ne font que la diffusion de musique en boucle.

Tableau 96: Nombre de radios et de télévisions

DESIGNATION	NOMBRE
Télévisions publiques	03
Télévisions publiques relais	29
Télévisions privées	29
Sous-total télévision	**61**
Radios publiques	07
Radios publiques relais	23
Radios communales	22
Radios institutionnelles	04
Radios privées	164
Sous-total radio	**220**

Source : Rapport 2015 du CSC, 2017

Les autres prescripteurs sont les journalistes et quelques bloggeurs. Avec les associations des journalistes culturels au nombre de deux (AJCB et J2C), des pages sont régulièrement consacrées à la culture et des émissions télévisées dans la presse écrite, comme *Scène* sur la RTB. Leurs actions participent à la consommation des œuvres par les publics.

Les activistes des réseaux sociaux commencent à avoir de l'influence sur la diffusion et la promotion de la musique. Il est fréquent que les artistes eux-mêmes créent des pages *Facebook, Tweeter* et *YouTube* pour faciliter leur visibilité et la promotion de leurs albums.

c. Les autres acteurs

D'une manière indirecte par le service de sonnerie musicale, les téléphonies mobiles contribuent aujourd'hui à promouvoir et à diffuser les produits musicaux. Le marché actuel compte trois sociétés de téléphonie deux points *Orange* du groupe français, *Telecel* du groupe *Planor* et *Telmob* du groupe *Maroc Télecom*. Selon le rapport annuel d'activités 2014 de l'ARCEP, le parc d'abonnements mobile était de 12 496 391. La croissance nette annuelle du parc d'abonnements est de 1 255 505[273]. Avec un tel parc en croissance régulière, nous pouvons imaginer qu'une distribution ou une promotion, *via* les plateformes cellulaires, constitue une réelle opportunité.

3. L'analyse de la distribution phonographique au Burkina Faso

a. Forces et faiblesses de la distribution

- *Les politiques de distribution au Burkina Faso*

Le pays n'a connu de politiques de distribution qu'avec la filière *Cinéma*. En effet, la Haute-Volta a d'abord procédé à la nationalisation des salles de cinéma en 1970, puis a créé un outil

[273] Autorité de régulation des communications électroniques et des postes. *2016. Rapport annuel d'activités 2014.*

d'acquisition, de distribution et d'exploitation des œuvres cinématographiques. Le pays a su mettre en place ce qu'il convient d'appeler la billetterie nationale. Mais la musique n'a pas bénéficié de ce type de dispositif parce qu'elle était vue simplement sous l'angle du divertissement et de l'affirmation de l'identité du jeune État indépendant. Cette perception de la filière persiste encore aujourd'hui, avec un début de prise de conscience plus favorable, amorcé dans les années 2000 pour l'économie de la musique enregistrée.

- *La distribution, le maillon faible*

Depuis les années d'Indépendance, le maillon de la distribution constitue le principal frein de la filière *Musique enregistrée*. Les initiatives conduites dans ce domaine sont rarement couronnées de succès. Les structures, qui se sont essayées à cette activité, n'ont jamais défini de réelle politique de distribution, ni les moyens de leurs ambitions. *Bazar Music*, qui excellait dans la distribution des produits de la musique traditionnelle, a finalement rencontré les difficultés liées naturellement à l'absence de politique publique, d'une part et l'absence d'organisation du secteur, de l'autre. Jusqu'à sa disparition en 2009, l'entreprise *Bazar Music* a évolué dans l'informel. Il en est de même pour l'autre distributeur emblématique, *Senghor Distribution*, qui n'a pas pu organiser son entreprise pour la moderniser et définir des stratégies de marché. Entre-temps, son promoteur s'est reconverti dans la vente de produits comme la cigarette. La première structure moderne de distribution avec une stratégie et un plan marketing est apparue avec la Société anonyme, *Seydoni productions*. Ses problèmes ont cette fois été liés à la piraterie qui détruisait sans état d'âme tous les efforts de distribution. À côté des produits légaux (dont le sticker du BBDA fait foi), étaient exposés les nombreux produits contrefaits à couts réduits et, curieusement, à qualité souvent presque égale.

Des efforts ont donc pu être observés, visant à distribuer les produits, mais les acteurs n'ont pas su développer leur entreprise pour en faire des « *géants* » de la distribution des produits musicaux et ainsi conquérir le marché local et sous régional. Mais la plupart d'entre elles n'ayant pas de qualification professionnelle, de notion en gestion-comptabilité, en marketing, en logistique pour ne citer que ces métiers, ont connu évidemment des problèmes de plusieurs natures qui, en plus de la piraterie, ont finalement conduit leur entreprise à la faillite.

- *La perspective de la distribution à l'heure du numérique*

Nous n'avons pas de preuve que la distribution numérique va venir combler les problèmes de la distribution physique des produits phonographique, mais nous savons que l'avenir de la distribution passe par la distribution dématérialisée. Or, jusqu'à présent, nous n'avons

enregistré, ni initiatives privées, ni politiques publiques qui anticipent les changements et la crise du disque. Pourquoi les distributeurs n'ont-ils pas su réorienter leurs activités vers les nouveaux modèles de mise en marché ? Pour beaucoup d'acteurs à la suite de la crise du disque, les enjeux apparaissaient comme ceux de la diffusion et de la promotion puisque, se disaient-ils, le numérique ne donne aucune chance de réussir une distribution payante des produits dématérialisés. Or, il était (est) possible de penser largement un modèle économique correspondant à ces types de produits (par exemple la publicité). Lors de nos entretiens, les acteurs interrogés percevaient bien les avantages du numérique et d'Internet (rapidité marché large et diversifié, circuit de distribution réduit à sa plus simple expression, etc.), mais les opérateurs culturels manquent de prendre toutes les initiatives y compris les risques pour occuper le marché de la distribution numérique. Des *startups* dans ce domaine valent bien la peine et déjà, avec les jeunes entrepreneurs issus des écoles d'informatique et de gestion, il semble que l'espoir est permis.

b. Forces et faiblesses de la diffusion et de la promotion

- *Un espace médiatique globalement favorable*

Actuellement, la musique enregistrée bénéficie de la poussée en nombre des médias dans le pays. Après la période où il n'y avait qu'une radio privée (*Horizon FM*) et une radio publique (*Radio Burkina*), le pays compte aujourd'hui plus de 200 radios, dont 164 radios privées. Cet environnement médiatique permet de porter les œuvres vers les consommateurs et d'amplifier les achats, ou tout simplement les consommations. Les producteurs-éditeurs ou les artistes-musiciens ont le choix entre plusieurs canaux dont la spécialisation, encore faible, relève du processus de maturité de ces médias.

- *Le spectacle vivant comme alternative majeure*

Avec le programme PSIC mis en œuvre par l'Union européenne, une flopée de festivals de tous genres a fait irruption, dans les communes, provinces et régions du Burkina Faso. Chacun dans son fief politique et électoral, les leaders politiques ont créé et animé des festivals qui impliquaient toujours les artistes-musiciens. Il est vrai que plus de la moitié de ces manifestations à caractère culturel ont disparu avec la fin du programme, mais une partie non négligeable a pu se maintenir jusqu'à nos jours. L'espace offert par le spectacle vivant devient important et se comprend comme un produit dérivé de la *Musique enregistrée*. Même si nous n'avons pas d'études qui attestent du rapport étroit entre le spectacle vivant et l'industrie de la musique pour des raisons générales que Bernard MIÈGE qualifie de *« négligence de la part des*

analystes et de confusion » (MIÈGE 2017b)[274], au Burkina Faso, c'est beaucoup plus l'argument de la confusion entre *Spectacle vivant* et filières industrielles qui nous paraît plausible. Le dispositif administratif l'atteste et les discours des cadres du ministère de la Culture le confirment. Pour beaucoup d'entre eux, il ne saurait être question d'imaginer l'industrie phonographique sans la lier au *Spectacle vivant,* lequel se présente comme la suite ou la raison d'être de l'œuvre. Or pour nous, le *Spectacle vivant* n'est qu'une composante, voire un produit dérivé de la musique enregistrée, puisque le modèle économique n'est pas le même et les pratiques y sont tout à fait différentes.

Qu'à cela ne tienne, le spectacle vivant, et plus particulièrement les festivals comme *Jazz à Ouaga, Waga Festival,* les *Nuits atypiques de* (NAK)…sont devenus des rendez-vous incontournables, au regard de la part financière qu'ils procurent aux artistes et aux producteurs. Lors de ces festivals, le cachet d'un artiste-musicien varie entre 100 000 F CFA et 500 000 F CFA (souvent plus), selon qu'il s'agit d'un *live* ou d'un *play-back*. C'est aussi lors de ces festivals que certains éditeurs phonographiques parviennent à écouler leurs produits exposés à l'entrée du village du festival. L'industrie du spectacle est l'un des moteurs de promotion de la musique.

- *Le cout de la promotion onéreux et des pratiques de diffusion handicapantes*

La promotion est si décisive qu'il arrive que des budgets pharaoniques soient mobilisés pour l'atteinte des objectifs de vente. L'énergie de la promotion a pour nom l'argent et ce n'est pas tous les promoteurs qui ont toujours les moyens nécessaires pour la promotion des artistes et de leurs œuvres. On se rappelle encore le comportement du dernier album *Ya paale* du jeune artiste Greg Burkimbila, qui semble être un bon produit artistiquement parlant mais qui a manqué de promotion médiatique. Le premier album a connu plus de succès que le dernier or, sur le plan de la qualité technique et artistique, le second est de loin meilleur, comme s'accordent à le dire les critiques de musique. Les couts moyens de promotion d'un artiste varient en fonction de la notoriété de l'artiste et des capacités de la maison de production ou d'édition. Notons tout de même que ceux qui optent pour développer une « *promo* » autour des œuvres dégagent un budget allant de 1 à 2 millions F CFA. Les moins nantis se contentent d'une fourchette comprise entre 200 000 F CFA et 800 000 F CFA. Le manque de moyens et même de plan de promotion conduit les artistes-producteurs ou les éditeurs à se tourner vers les chaines de radio, pour

[274] MIÈGE, Bernard. 2017. *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*. Communication en +. Grenoble, France: Presses Universitaires de Grenoble, p. 69.

assurer la diffusion de quelques titres et espérer une croissance des ventes de CD. À défaut, ils peuvent encore espérer ainsi stimuler les droits d'auteurs, dont le calcul est fonction de la diffusion radiophonique et audiovisuelle. Dans certaines radios, c'est l'animateur qui fait le beau ou le mauvais temps des artistes et producteurs, quand ces derniers optent pour la gratuité de la diffusion en contournant les directions commerciales desdites radios. Cette situation est qualifiée dans le milieu comme caractérisant les « *CD mouillé et CD sec* », pour désigner respectivement les CD promo accompagnés d'un règlement financier en bonne et due forme pour assurer une plage de diffusion, d'une part et les CD promo qui vont directement dans les mains des animateurs, lesquels se contentent souvent d'un billet de banque, d'autre part (SARE 2011)[275]. La pratique de « CD promo sec » est très courante et ne permet pas d'assoir une bonne politique, ni de promotion ni de diffusion suivie des œuvres phonographiques d'un artiste-musicien.

Les prix pratiqués à la télévision sont encore hors de portée de la plupart des promoteurs et d'éditeurs phonographiques. Le passage des bandes annonces vidéo coutent entre 25 000 et 180 000 F CFA[276]

- *Les quotas de diffusion en débat*

Les taux appliqués depuis les années 1990 étaient de 40 et 60 % de musique nationale, respectivement pour les médias privés et médias publics et communautaires. Les producteurs et autres acteurs (société civile culturelle) pensent que ces taux mal respectés pouvaient passer à 90 %, comme c'est le cas dans les pays comme le Ghana (90 %), le Sénégal (90, %) la Côte

Illustration 13: Plainte d'un consommateur de la musique burkinabè sur les réseaux sociaux

[275] SARE, Issoufou. 2011. *Création et développement des entreprises musicales au Burkina Faso. Enjeux, difficultés et perspectives.* Allemagne: Editions Universitaires Européennes.

[276] Les frais varient en fonction de la longueur et de la plage horaire d'une part et en fonction des diffuseurs d'autre part.

d'Ivoire (75, %), le Mali (80 %), le Nigéria (80 %). Face à cette question avec des avis controversés, on peut lire la volonté des acteurs de voir les médias et les autres supports de promotion jouer pleinement leur rôle et ainsi participer au développement de la filière *Musique enregistrée*.

Le constat est que la musique produite au Burkina Faso par des artistes burkinabè est souvent souffrance dans son propre pays. Les sonorités étrangères sont passées en boucle dans les chaines nationales. Certains acteurs pensent que cette situation peut, à terme, desservir la musique burkinabè et, par ricochet, les artistes et leurs producteurs. Un atelier avait été organisé en avril 2016 par le *Conseil supérieur de la communication* (CSC) sur la problématique des quotas. Les résultats de cet atelier n'ont pas requis le consensus et finalement, c'est le *statut quo.* Ce qui est certain, les quotas ne sauraient être une panacée pour la question de la promotion des œuvres musicales. C'est d'ailleurs ce constat que dresse Bertrand CABEDOCHE[277] dans une réflexion critique développée sur les politiques de quotas mises en place par les organismes nationaux de régulation. Il défend l'idée en expliquant qu'une politique de quotas est loin de tout régler (voir encadré infra).

Encadré 18: Limites d'une politique de quotas

Les limites d'une politique de quotas, analysées par Bertrand CABEDOCHE

Dans son principe, une politique de quotas contient déjà le risque de réduire la question de la diversité culturelle à de simples mesures protectionnistes. Elle instaure de fait une distinction entre l'ici et l'ailleurs qui n'est probablement plus de mise au XXI[e] siècle, lorsque l'humain est de plus en plus défini comme un agent interstitiel, au carrefour de plusieurs identités au fur et à mesure des brassages permanents qui le traversent, via les migrations volontaires et exils contraints, les mobilités géographiques liées aux études et affectations professionnelles, les interactions entre cultures provoquées par les médias, la circulation des biens et des services, les phénomènes de world music, de world flashions, de world consumption… et de mariages mixtes… La construction des espaces publics est ainsi progressivement lue comme une dynamique « du dedans et du dehors », pour reprendre les enseignements de Georges Balandier (Bayart, 1996), à laquelle les diasporas peuvent se sentir particulièrement investies, comme le montre Mohamed El Hajji, jusqu'à même penser que leur contestation en ligne constituerait la nouvelle forme du changement social (Chouikha, 2009). S'il ne s'agit pas pour autant de retomber dans la naïveté métaphorique du citoyen du monde, homme de nulle part, dont la porosité culturelle confine à l'inconsistance, pour autant, une politique de quotas visant la préservation d'un patrimoine culturelle n'aurait de sens qu'assortie à une politique de production structurée, soutenue par l'autorité publique.

Une politique de régulation réduite à une gestion de quotas peut aussi constituer ce masque noble, comme le confondait déjà Armand MATTELART il y a trente ans (la diversité était déjà dans l'ère du temps !), travestissant ce qu'il faut aussi désigner comme relevant de combats purement corporatistes (fonctionnaires, cadres, intellectuels, artistes…) chevillés dans leurs bastions, voire comme traducteurs de velléités communautaristes, avec le risque d'une amélioration racialisante, via l'inversion des stigmates et d'un éclatement du vouloir vivre et du vouloir devenir ensemble.

[277] Cf. CABEDOCHE, Bertrand. « Quelle régulation, pour quelle diversité ? », pp. pp. 245-256, in NAJI, Jamal Eddine et THÉORÊT, Yves (dir.), *Réflexions sur les diversités mondiales*, (Orbicom, Unesco et HACA), Casablanca, Les éditions maghrébines Aïn Sebaâ, 2013.

Une politique de quotas risque enfin de faire sombrer la régulation de la diversité au niveau folklorique d'un pittoresque figé (à l'image de cette publicité arborant de fiers guerriers Masaï en parure traditionnelle, sur fond de commentaire off dégoulinant de flagornerie sur la « pureté sauvageonne », jusqu'à ce qu'un …téléphone portable retentisse du profond de la poche d'un des fiers guerriers censé être resté épargné des méfaits de la modernité).

Une politique de quotas peut aussi paradoxalement se révéler être la traduction d'une autre forme de domination tout aussi discutable que celle contre laquelle elle s'était elle-même constituée : en ne traitant la diversité que sous un angle (genre, visibilité mélanique, préférence sexuelle, pratique religieuse…), elle peut décourager l'ascension sociale au mérite et consacrer une gestion bureaucratique, quantitative, technocrate et scientifiquement douteuse de la diversité culturelle (la fluidité des critères de la diversité socio-ethnique est de ce point de vue particulièrement signifiante).

Enfin, en même temps qu'elle interpelle la relativité des critères retenus pour la mesurer, une politique de quotas pose aussi la question de l'adéquation d'une mesure chiffrée, donc quantitative, laquelle offre la magie perlocutoire du préjugé scientifique, de ce qui, finalement et fondamentalement, relève du qualitatif. Car l'expression culturelle traduit l'esthétique, qui affiche matériellement, formellement une culture dans sa dimension visible, palpable, perceptible (par exemple, le boubou africain ; le couscous et le soufisme marocains ; le Leelo seto, chant polyphonique estonien ; le fest-noz breton ; la facture et la pratique musicales du tar azerbaïdjanais : le frevo du carnaval de Recife…). L'expression culturelle traduit aussi l'éthique, qui renvoie aux valeurs d'une culture, touche l'humanité profonde des peuples dans la durée et la profondeur et fait pont vers l'humanité de l'Autre (par exemple le masque dogon ; la broderie des Matiyó de Hongrie ; le temple d'Angkor ; le fort et les jardins de Shalimar à Lahore ; le château de Versailles…, lesquels expriment chacun une vision du monde, de l'univers, de l'être humain). L'expression culturelle traduit enfin le spirituel, qui subsume la relation de l'homme à l'univers, à la mort, aux ancêtres, à la transcendance, à ce qui donne sens à la vie pour l'humanité toute entière (par exemple, l'arbre à palabre togolais ; le famadihana malgache, dit « retournement des morts » ; les chants, lyrique traditionnel Arirang de Corée, bouddhique du Laddakh ou de Sana'a au Yemen ; le mémorial de la paix à Hiroshima ; la Peña de Bernal au Mexique ; la cosmovision andine des Kallawaya en Bolivie ; les dessins sur le sable de Vanuatu…).

Source : Bertrand CABEDOCHE (2013) « Quelle régulation, pour quelle diversité ? »

- *L'accessibilité et la disponibilité des produits*

L'une des forces de la musique burkinabè est sa jeunesse, car ayant connu une éclosion à partir de 2000, elle va se développer et entrainer le développement d'autres métiers : producteurs, managers, éditeurs, distributeurs... Cependant, bien qu'en pleine éclosion depuis 2000 (en témoigne le nombre d'œuvres enregistrées depuis 2001 à 2016 qui dépasse les 40 000 et le nombre d'artistes-musiciens en augmentation régulière), force est de constater que cette musique connait de forts problèmes de disponibilité et d'accessibilité. Le prix de l'album CD au Burkina Faso est compris entre 2000 et 6000 F CFA. Ces prix ne sont pas toujours les meilleurs, surtout face aux produits piratés.

- *Les outils et gadgets de promotion*

Les CD et les DVD de promo sont souvent de mauvaise qualité et sous des formats que les chaines n'arrivent pas à exploiter. Les artistes-producteurs ne parviennent pas non plus à fabriquer le minimum de CD promotionnels (200, à raison de 5 CD par station radio et

télévision). Pour le marché et pour la promotion, les duplications ne dépassent pas 100 exemplaires, faute de moyens financiers ou de négligence.

En somme, nous pouvons reconnaitre de nombreux atouts : la vivacité de la musique ; l'existence de cadres promotionnels (*Jardin de la musique reemdoogo, Dernière trompète*) ; l'existence d'un plus grand nombre d'espaces médiatiques qui diffusent la musique burkinabè tant au niveau national qu'international ; les plateformes de promotion offertes aux artistes par les chaines privées ; l'existence d'opérateurs plus ou moins professionnels ; la mise en place d'un *Fonds de développement culturel et touristique* et l'existence d'instruments financiers des partenaires techniques et financiers.

Mais les difficultés de la promotion et de la diffusion témoignent de l'absence d'un dispositif pérenne d'appui technique et financier ; de la persistance de la piraterie ; de la faible organisation interne des entreprises de promotion et donc du caractère informel de la plupart des entreprises, qui expliquent l'absence de circuits de distribution des produits.

Encadré 19: Étude de cas sur le Jardin de la musique Reemdoogo

Reemdoogo, jardin de la musique à Ouagadougou

Dans le cadre de la coopération décentralisée entre les villes de Grenoble et de Ouagadougou, Culture et développement a accompagné et coordonné la conception et la réalisation du *Reemdoogo*, une infrastructure-ressources pour le développement de la filière musicale inaugurée par les maires des deux villes, en novembre 2004.

Cet espace comprend :

- 1 salle de spectacle de 400 places ;
- 3 locaux de répétition équipés, insonorisés et climatisés (40m2) ;
- 1 pool d'instruments modernes ;
- des boxes de répétition.

Le *Reemdoogo* est également une structure de diffusion et d'appui à la filière musicale et comprend :

- 1 point d'accueil, d'information, de vente et d'écoute de K7 et CD ;
- 1 salle de réunion pour les professionnels.

La structure propose également des sessions de formation aux artistes et aux professionnels de la musique.

CONTEXTE

Parmi les différents secteurs de la création artistique des pays du Sud, celui de la musique est probablement l'un des plus dynamiques, tant sur le plan culturel que sur le plan économique. Organisée en véritable industrie culturelle, la filière de la musique recouvrent de nombreux métiers, quel que soit le maillon concerné. La création, l'édition graphique, le management d'artistes, la production phonographique, l'édition phonographique, la distribution, la production de spectacles et de tournées, l'organisation de concerts, les médias sont autant de segments au sein desquels évoluent des entreprises qui génèrent richesses, revenus et emplois et contribuent au développement économique des villes.

L'INSUFFISANCE DES INFRASTRUCTURES ET DES DISPOSITIFS DE FORMATION

Avant la création du *Reemdoogo*, les musiciens de Ouagadougou et l'ensemble des professionnels de la musique de la ville ne disposaient pas d'un environnement de travail adéquat : salles de concerts vétustes, en nombre insuffisant et inégalement réparties sur le territoire, absence de lieux de répétition, insuffisance des dispositifs de formation aux métiers de la musique… Cette situation contrastait avec le dynamisme de la création artistique et les besoins culturels croissants des jeunes populations de plus en plus en nombreuses dans une ville en pleine mutation.

LE REEMDOOGO, JARDIN DE LA MUSIQUE D'OUAGADOUGOU

Mis en place en 2004 à Ouagadougou, le *Reemdoogo* est une infrastructure – ressources pour le développement de la filière musicale. Imaginé par *Culture et développement* dans le cadre de la coopération décentralisée entre les villes de Grenoble et Ouagadougou, il constitue l'une des réalisations les plus significatives de l'association en matière d'ingénierie de développement culturel. Le *Reemdoogo* est un équipement municipal, qui comprend :

- une salle de spectacle de 400 places dotée d'une scène couverte et équipée en matériel son et lumière ;
- 3 locaux de répétition insonorisés, climatisés et équipés d'instruments et de matériel de sonorisation ;
- un pool d'instruments modernes de qualité ;
- un point d'accueil, d'information, de vente et d'écoute de K7 et de CD ;

Depuis son extension en 2010, le *Reemdoogo* dispose également :

- d'un centre de documentation sur les métiers de la musique ;
- d'une salle de réunion pour les professionnels ;
- de boxes de répétition pour l'apprentissage individuel de la musique ;
- Le Reemdoogo propose des sessions de formation aux artistes et aux professionnels de la musique.

OBJECTIFS

- Répondre aux besoins culturels croissants des jeunes générations ;
- Apporter une solution au défi de l'aménagement culturel d'un territoire en expansion ;
- Contribuer à structurer la filière musicale locale pour participer au développement économique de la ville.

RESULTATS

- Émergence de la pratique de la répétition qui s'était perdue à cause du *play-back* ;
- Regain d'intérêt pour les pratiques instrumentales et pour la *musique live* ;
- Émergence d'une nouvelle vie locale autour de la musique (festivals, concerts, émissions de télé…) ;
- Professionnalisation des métiers sous l'effet des sessions de formation.

ACTIONS MENEES

- Création et répétition : Accueil des 105 groupes ; Création d'un répertoire, d'un album
- Diffusion : Production de 80 groupes Ouagalais ; Organisation de 40 cafés musique, de plus de cent concerts ;
- Promotion : Tournage de 15 clips-vidéos ; 10 enregistrements d'émission TV ;
- Information : Organisation de rencontres d'acteurs culturels ;
- Formation : Formation de l'équipe professionnelle et technique ; Formation d'opérateurs culturels ; Formation du jeune public et initiation à l'éveil musical ; Organisation d'ateliers pratiques dirigés par des professionnels.

OUTILS DEVELOPPES

- Une salle de spectacle de 400 places ;
- Trois locaux de répétition insonorisés ;
- Un pool d'instruments ;
- Un centre de documentation ;
- Une salle de réunion pour les professionnels ;
- Un point d'accueil et d'information, d'enregistrement et d'écoute.

MOYENS LOGISTIQUES

- Sept employés ;
- trois cabinets d'expertise technique et acoustique (Dieudonné Wango, Architecte, Passage-à-Niveaux et Cabinet LASA) ;
- Vingt-quatre mille personnes concernées par ce projet de l'idée à la réalisation.

RESULTATS OBTENUS

- Émergence de la pratique de la répétition ;
- Regain d'intérêt pour les pratiques instrumentales et pour la *musique live* ;
- Émergence d'une nouvelle vie locale autour de la musique (festivals, concerts, émissions de télévision…) ;
- Élévation du niveau de référence pour la qualité des productions musicales, des concerts et des projets en général ;
- Professionnalisation des métiers sous l'effet des sessions de formation ;
- Développement des activités économiques liées à la musique.

DIFFICULTES RENCONTREES

- Le manque de moyens humains et financiers ;
- Le manque de formation ;
- Les difficultés de communication interne.

SUCCES

- Mise à disposition d'infrastructure généraliste : un outil de travail nécessaire à une création de qualité des musiciens et des acteurs de la filière ;
- Mise à disposition des jeunes une structure d'accompagnement dans leur cheminement vers le monde professionnel ;
- Une fréquentation estimée à 250 personnes / jour.

Source : Culture et développement, Grenoble, www.culture-developpement.asso.fr consulté le 30 mars 2017

III. Le marché de la musique enregistrée au Burkina Faso

Cette section a pour objectif de faire remonter l'acte de consommation des produits phonographiques, pour en révéler les complexités et les stratégies, sans cesse renouvelées, adoptées par les acteurs. Il s'agit aussi de faire un clin d'œil sur la consommation, sans rentrer dans une analyse sociologique des pratiques de consommation des produits musicaux mais en nous contentant des perceptions primaires des publics de la musique enregistrée. Enfin, l'occasion nous est fournie par ce développement d'identifier la part de contribution de la filière dans l'économie nationale, à partir de sa capacité à créer des richesses et aussi des emplois.

A. La commercialisation des produits phonographiques

La commercialisation est caractérisée par la vente directe des produits phonographiques aux consommateurs finaux. Après les actes de distribution et ceux de la promotion/diffusion, il convient maintenant de faire état de ceux de la vente et de la consommation (acte ultime). La commercialisation, tout comme la consommation, peuvent se développer de plusieurs manières dans le contexte des produits phonographiques et en tenant compte du contexte particulier du Burkina Faso qui, lui aussi, subit la crise du disque.

1. Le marché ou l'offre des produits phonographiques

Le marché des produits phonographiques repose sur les ventes, licites et illicites, physiques et numériques des supports édités. L'importante reproduction des œuvres piratées, dans un marché intérieur étroit ; l'accès difficile au marché sous régional et international ; la fiscalité interne élevée et peu incitative ; l'émergence des TIC et Internet…entrainent une baisse du marché physique, caractérisé autrefois par des K7 (disparues) et aujourd'hui par des CD et DVD.

a. Le commerce de détail

La commercialisation des disques peut être définie par la vente aux consommateurs finaux, à partir des détaillants. Dans les années 2000, les points de vente de disques étaient assez nombreux mais depuis 2010, nous assistons à des fermetures de lieux de vente ou, tout simplement, à des transformations et changements d'activités principales. Le commerce de détail se fait encore aujourd'hui avec les disquaires indépendants, les grandes surfaces et les ventes à la sauvette, réalisées par ceux qu'on appelle des marchands ambulants. Les ventes directes sont réalisées par le producteur/éditeur ou souvent par l'artiste lui-même. La vente en détail est essentiellement informelle ; les espaces organisés sont peu nombreux et mal répartis dans l'espace urbain. Les techniques de présentation et de conservation du produit échappent

aux vendeurs. Nous ne savons pas grand-chose non plus sur la part du commerce de détail dans les recettes globales que rapporte le disque.

La pratique générale dans les supermarchés est le dépôt-vente. La marge appliquée varie entre 10 et 30 % du prix de vente. Pour les marchands ambulants, c'est la vente directe qui est pratiquée (et qui constitue la formule de beaucoup la plus rentable) (les commerçants achètent en gros avec les grossistes et revendent à leur prix avec les clients), ce qui explique la différence de prix du même produit chez des revendeurs ambulants différents.

Certaines grandes surfaces ou des alimentations témoignent de réticences, à prendre des produits phonographiques et à les disposer dans leurs rayons. Seuls, les artistes de renom bénéficient d'une présentation dans certains rayons de supermarchés. C'est une situation qui est à mettre au compte du manque de distributeurs professionnels et de la faiblesse relative de la filière, aggravée par la piraterie ou le numérique. Nous estimons à 90 % la part des produits piratés et vendus au Burkina Faso.

b. Vente des supports matériels

Les contenus musicaux véhiculés par des supports physiques tangibles, tels que les K7, les CD audio ou vidéo, constituent les premiers éléments de l'offre. Cette offre a évolué selon les supports. Autrefois, le support cassette était le plus demandé, comme l'indiquent les chiffres du BBDA. Aujourd'hui, il est pratiquement impossible de trouver une unité de production de ce type de support. C'est le support CD qui tient lieu de support physique et nous ne savons pas pour combien de temps encore.

- *Les autorisations de duplication délivrées*

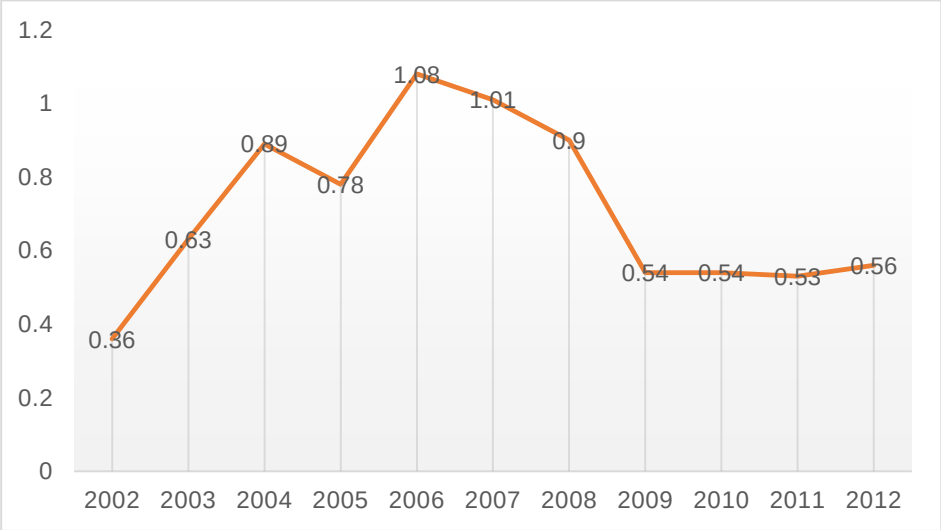
Tableau 97: Nombre d'autorisations délivrées pour la duplication des supports (en milliers)

Année	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Nombre d'autorisations	0,36	0,63	0,89	0,78	1,08	1,01	0,9	0,54	0,54	0,53	0,56

Source : BBDA

Au regard de l'évolution des autorisations de duplication de 2002 à 2012, qui se présente en dents de scie, comme le montre la figure ci-dessous, nous pouvons dire, sur la base des entretiens que nous avons conduits, que l'activité de duplication est en baisse depuis 2013.

Graphique 37 Évolution du nombre d'autorisations délivrées dans le temps



Source : Auteur, 2017

- *Les CD dupliqués pour la vente*

Sur la période 2002-2012, nous avons enregistré 3 163 000 de K7 dupliquées et 281 500 CD audio/vidéo dupliqués. La K7 dans le temps était revendue à 1500 F CFA et le CD à 3000 F CFA.

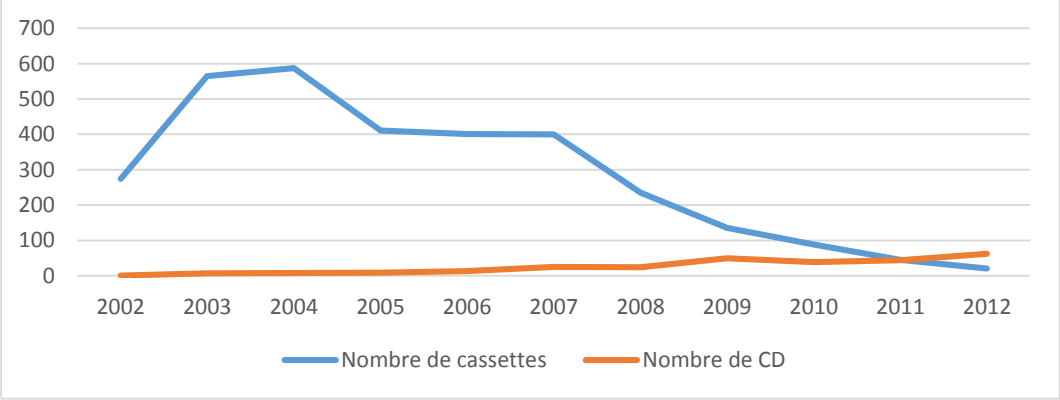
Tableau 98:Nombre de k7 et CD dupliqués (en milliers)

Année	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Total
Nombre de K7	274,3	564,9	587,1	410,6	400,8	400,3	235,2	135,7	88,6	45,3	20,2	3 163
Nombre de CD	0,5	7,3	8,1	9	13,1	24,9	24	49,5	38,9	44,1	62,1	281,5

Source : BBDA

La duplication des K7 et CD a connu de fortes variations au fil des années, comme l'indique la courbe ci-dessous.

Graphique 38: Évolution du nombre de K7 et de CD dupliqués



Source : Auteur, 2017

En effet, le nombre de K7 a connu une forte chute après les années 2007 et aujourd'hui, personne n'en produit plus. À l'inverse, nous observons une petite croissance dans la duplication des CD, qui deviennent les seuls supports physiques mis en vente.

c. Les ventes en ligne

- *Le potentiel du marché au niveau régional*

La musique numérique connait un essor avec l'avènement de la téléphonie mobile.[278] La fonction d'écoute musicale et de vidéo, selon notre enquête, fait partie des principaux critères dans le choix d'un téléphone portable. Le matériel technique a fondamentalement contribué à la diffusion des produits phonographiques. Selon le rapport sur l'économie mobile 2017, publié le 20 juillet par *GSM Association*, l'Afrique subsaharienne comptera plus de 500 millions d'abonnés d'ici à 2020 dans la téléphonie mobile[279]. Ce chiffre est estimé aujourd'hui à 420 millions d'abonnés avec un taux de pénétration de 43 %. Les chiffres évoqués dans la section promotion et diffusion *supra*, attestent, pour le cas singulier du Burkina Faso, que le téléphone mobile, combiné dans une moindre mesure à l'ordinateur portable, constituent des supports techniques du futur, en matière de diffusion et de commercialisation de la musique.

Pour la connexion Internet, le rapport 2018 *Global Digital* réalisé par *Hootsuite* et *We Are Social*, montre que dans le monde, 4 milliards 021 de personnes, soit 53 % de la population utilise l'Internet, sur une population globale de 7 milliards 593 de personnes. Sur ce volume d'utilisateurs d'Internet, l'Afrique est la région qui a affiché la plus forte progression en 2017, avec 435 millions d'utilisateurs sur une population de 1 milliard 272 de personnes. Soit 73 millions de nouveaux abonnés africains. Ce chiffre représente une progression annuelle de 20 %. Cette forte progression du nombre d'utilisateurs de l'Internet est attribuée au mobile, dont le taux de pénétration est estimé à 43 %, selon le rapport réalisé par l'organisation commerciale *GSM association*[280]. Celle-ci est notamment poussée par le développement rapide des réseaux, haut débit et très haut débit, sur le continent.

[278] Voir ANATÉ, Kouméalo, CAPO-CHICHI, Alain, KIYINDOU, Alain (dir.) (2015), *Quand l'Afrique réinvente la téléphonie mobile*, Paris, L'Harmattan.
[279] http://gabonreview.com/blog/telephonie-mobile-plus-de-500-millIONs-dabonnes-afrique-dici-a-2020/. Consulté le 25 juillet 2017.
[280] http://gabonreview.com/blog/telephonie-mobile-plus-de-500-millIONs-dabonnes-afrique-dici-a-2020/. Consulté le 25 juillet 2017.

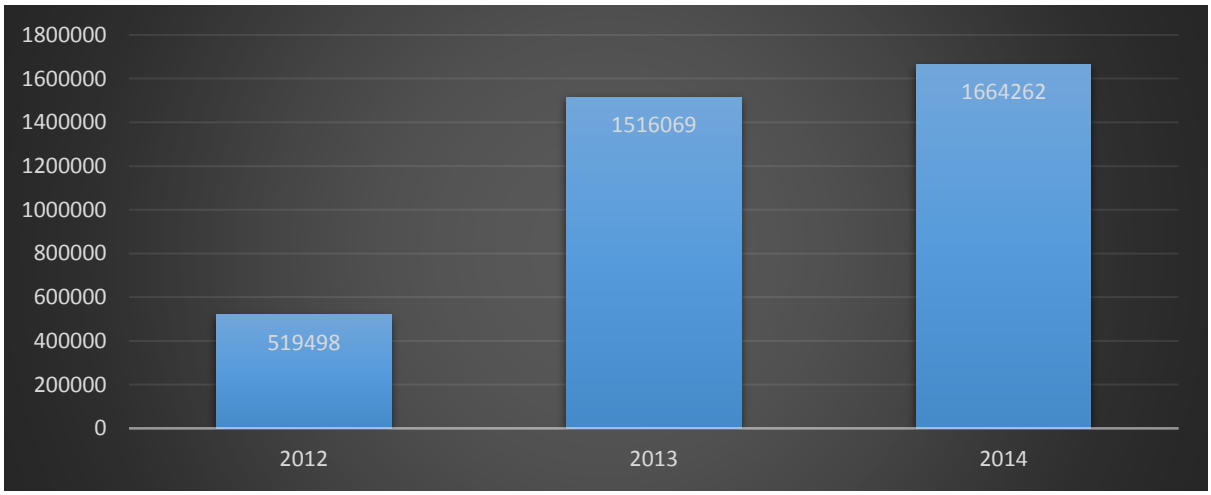
Tous ces chiffres montrent bien le marché potentiel qui existe au plan local, mais aussi au plan continental et mondial.

- *Le potentiel du marché au niveau du Burkina Faso*

Le rapport de l'ARCEP[281] montre qu'au cours de l'année 2014, le Burkina Faso comptait cinquante et un opérateurs de fourniture d'accès Internet (FAI). Seuls, ONATEL S.A. (*Fasonet*), Inter*net puissance plus* (Ex-*Connecteo*), IPSYS et *Alink* sont actifs sur le marché. Outre ces fournisseurs d'accès Internet privés, existe encore le RESINA (Réseau informatique national de l'administration), lequel est le fournisseur d'accès Internet de l'administration publique.

Selon les chiffres de l'ARCEP, l'évolution de l'Internet mobile est croissante, comme l'indique l'histogramme ci-dessous. Le potentiel est encore plus important que le nombre actuel d'abonnés et d'internautes. La population jeune est très importante et les efforts de scolarisation ou d'alphabétisation vont, sur les 20 ans à venir, augmenter les tendances d'abonnement à Internet et de consommation des produits phonographiques, *via* les plateformes de lecture intégrées dans les téléphones portables et accessibles grâce à l'Internet.

Graphique 39: Évolution du parc d'abonnements Internet mobile



Source : Auteur, 2017

Pour ce qui concerne la vente en ligne, nous ne disposons pas de chiffres sur la consommation musicale. Cependant, il faut reconnaitre que les artistes l'utilisent de plus en plus comme outil de promotion si ce n'est déjà en tant qu'espace de vente l'Internet et tous les dispositifs techniques qui vont avec. Les opportunités pour une telle exploitation existent, en témoigne

[281] ARCEP. 2015. « Rapport annuel d'activités 2014 ». Ouagadougou, Burkina Faso: Autorité de régulation des communications électroniques et des postes.

l'intérêt de certains distributeurs de musique et de vidéonumériques pour les productions africaines.

- *Les débuts encore timides*

Depuis la crise du disque ressentie au Burkina Faso dès les années 2008, les acteurs n'ont pas pu réagir avec des propositions concrètes, pour au moins deux raisons : le manque de moyens financiers, humains et techniques, d'une part et l'absence d'une politique publique pour favoriser la transition numérique dans le secteur de la musique principalement, d'autre part. Le sentiment dominant a été celui d'impuissance, face à un géant mondial contre qui personne n'a de remède. Or, depuis cette période, s'il avait seulement été imaginé un plan de riposte, aujourd'hui, on aurait probablement des solutions palliatives, inscrites dans la durée pour conquérir le marché du numérique.

Quoi qu'il en soit, aujourd'hui, le Burkina Faso n'a pratiquement pas de distributeurs ou éditeurs phonographiques qui possèdent un plan de distribution ou une société spécialisée dans la distribution, *via* Internet et sur des supports adaptés à l'Afrique (téléphone portable).

Des jeunes sortis des écoles techniques sont sur la conception d'application pour la vente de musiques en ligne. *Mamboné productions* nous a confié qu'il est en discussion avec des partenaires pour la création d'une plateforme de vente en ligne des produits de son catalogue.

Tableau 99: Distribution et commercialisation de la musique sur téléphone mobile

Code	Tonalite	Artiste	Prix (CFA)
55521	Bouba le petit Ourson	Bouba le petit Ourson	150
55520	Mon voisin est un con	Zedess	150
55519	Directeur voleur	Zedess	150
55518	Keng Taore	Will B Black	150
55517	La bas	Will B Black	150
55516	Taambila	Natou	150
55515	TARMAZOL	MOUSSA PETIT SERGENT	150
55514	Tekre	Kady Wendpouire	150
55513	Nab n Yele	Kady Wendpouire	150
55512	Koregore	Hawa Boussim	150

Source : notre enquête de terrain, 2017

Actuellement, la distribution et la commercialisation sont assurées par les trois réseaux de téléphone, *via* le service de sonneries musicales et à un cout compris entre 100 F CFA et 200 F CFA le téléchargement. Nous pensons que la situation va changer dans le court et moyen terme, en ce qui concerne la distribution voire la commercialisation de la musique numérique. L'impulsion est déjà donnée par *Sony Music*, qui a ouvert son bureau régional en Côte d'Ivoire, tout comme *Universal Music Group* qui commence à signer des contrats avec des artistes burkinabè. Ceux-ci ont pour noms, par exemple, Awa Boussim, Malika la Slameuse…

Illustration 14: Quelques exemples du commerce en ligne des produits phonographiques

- *La réticence de certains acteurs et les questions encore non résolues*

Nous n'avons pas idée des contrats signés entre les artistes et les téléphonies mobiles pour l'exploitation des chansons comme sonneries d'accueil. Les initiatives locales en cours rencontrent des obstacles. L'un des obstacles des éditeurs numériques tentés par l'aventure, c'est la confiance des artistes-musiciens ou des producteurs. L'autre obstacle, c'est l'incertitude que « *ça va marcher* ». Le troisième obstacle est d'ordre juridique, lié au fait que les éditeurs phonographiques ne disposent pas de textes réglementaires en la matière. Tous les textes sur le droit d'auteur ne reconnaissent que les produits physiques, tangibles comme la K7 et le CD. Quelle sera la nature des contrats pour cette nouvelle forme d'exploitation des œuvres, quelles seront les marges pour chacun des acteurs, comment prendre en compte la vente en ligne dans le calcul des droits d'auteurs ? Autant de questions qui n'ont pas encore trouvé de réponses adéquates.

2. Les autres marchés

a. Les concerts et spectacles.

Il n'existe presque pas d'évènement au Burkina Faso qui ne soit accompagné de manifestations relevant du spectacle vivant ; c'est ce que reconnaissent les auteurs du rapport sur l'impact de la culture sur le développement social et économique du Burkina Faso[282]. Les troupes de danse traditionnelle se produisant à diverses occasions ; les sorties rituelles des masques ; les célébrations funéraires s'accompagnant de spectacles de masques ou de troupes de danse ; les mariages et leurs youyous ; les rites initiatiques avec les spectacles qui les accompagnent et, naturellement, lorsque le marché existe, les produits des arts de la scène modernes…, sont ainsi offerts en permanence dans les grandes villes du Burkina Faso.

Le producteur-manager, qui a un portefeuille d'adresses fourni, peut ainsi trouver dans l'année des dates à ses artistes produits. Il perçoit un pourcentage sur chaque date qu'il trouve pour un artiste qui n'est pas de son écurie. Parfois, sa part dans le placement d'un artiste est plus intéressante que celle qu'il gagne en tant que manager. Étant l'intermédiaire entre le commanditaire du spectacle et l'artiste, il proposera à celui-ci ou à son manager de toucher entre 25 000 et 50 000 F CFA sur des cachets se situant entre 150 000 et 300 000 F CFA. Avec un placement de 3 artistes par date, il a besoin de moins de dates que le manager, pour obtenir les mêmes résultats en termes de bénéfice mensuel. Cette pratique s'apparente bien au travail d'agent artistique ou de tourneur, dans une filière musicale relativement bien structurée comme en France. Ce dernier, l'agent, est chargé de trouver des dates pour des artistes qu'il ne produit, ni ne manage. Il se rémunère sur le surplus qu'il aura obtenu sur le cachet fixé au préalable par le manager.

Les concerts tournent autour de 1 000 F CFA pour les 2 grandes villes et 500 F CFA pour les provinces. Les cachets des artistes varient entre 100 000 et 400 000 F CFA pour l'option *play-back* et entre 500 000 F CFA et 2 000 000 F CFA pour le *live*. Si les concerts *live* sont assez rares, les *play-back* et surtout les séances occasionnelles sont très réguliers pour les artistes jouissant d'une forte notoriété. Un artiste à succès peut être sollicité une vingtaine de fois dans le mois, à raison d'un cachet de 200 000 F CFA par spectacle. Soit une entrée potentielle de 4

[282] Ministère de la Culture et du Tourisme, MCT. 2012. « Etude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique ». Rapport final. Ouagadougou, Burkina Faso: Ministère de la Culture et du Tourisme.

000 000 F CFA par mois. Le pourcentage moyen du producteur qui a signé un contrat dit *360°* avec l'artiste est de 25 %, sinon plus.

b. La téléphonie mobile

Au nombre des usagers du BBDA, c'est-à-dire des personnes physiques ou morales exploitant les œuvres du répertoire du *Bureau burkinabè du droit d'auteur*, figurent les exploitants de sonneries de téléphone.

Tableau 100: Évolution du nombre d'usagers de sonneries téléphoniques

	2003	***2004***	***2005***	***2006***	***2007***	***2008***	***2009***
Sociétés de vente de musique de sonorisés téléphoniques	0	6	10	10	15	21	27

Source : annuaire statistique 2009/MCTC

En plus des trois compagnies de téléphonie, *ONATEL/Telmob*, *Telecel*, *Orange*, la société *Boomer* est l'un des plus gros usagers de sonneries musicales pour téléphone. La vente des sonneries monophoniques et polyphoniques pour portable, constituait autrefois sa principale offre. Mais aujourd'hui, à l'image des entreprises musicales, cette entreprise a considérablement réduit ses activités. Les difficultés sont essentiellement dues à la mévente des téléchargements payants, causée corrélativement par l'augmentation de l'offre illégale. Or, sa communication marketing repose essentiellement sur la publicité télévisuelle, très élevée pour une activité à faible rentabilité.

B. La consommation

Cette section nous offre l'opportunité de nous centrer sur quelques enjeux et défis de la consommation des produits phonographiques au Burkina Faso.

1. La demande de produits phonographiques

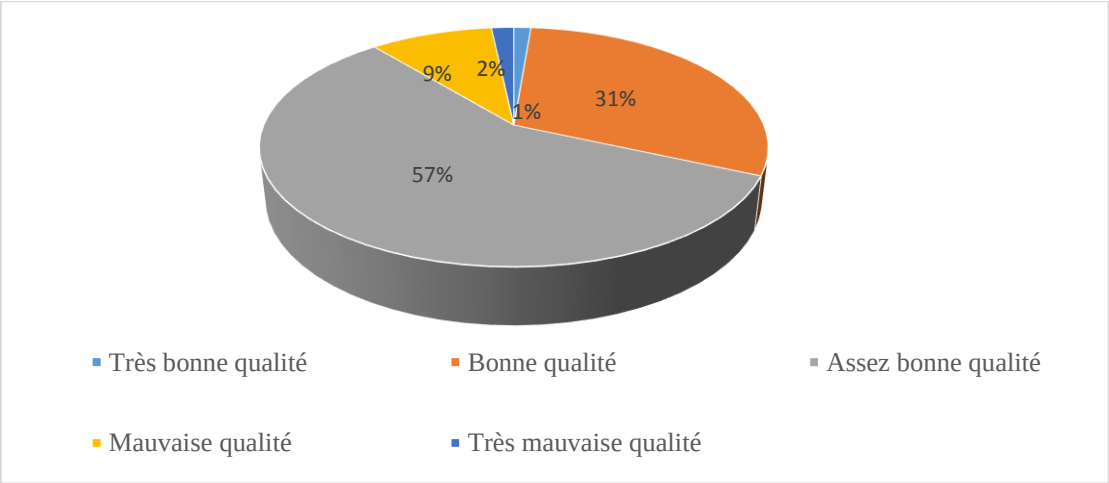
La demande de musique enregistrée est le fait de toute la population en âge d'être sensible à une mélodie. Dans les sociétés traditionnelles, la musique est partie intégrante de la vie au quotidien. Mais c'est aussi, et surtout, le lieu où la formation musicale est une composante importante de l'éducation tout court. Les sociétés dites « *modernes* », avec la forte propension des outils diffuseurs (radio, télévision et téléphone mobile multimédia) de musique qui lui est liée, ont créé une demande toute acquise à la musique enregistrée.

a. L'appréciation des consommateurs sur la qualité du disque

Les enjeux artistiques et culturels évoqués en début de ce chapitre montraient le pari de la qualité des œuvres musicales à relever pour conquérir le marché régional et international, à l'heure de la mondialisation des espaces.

Nous avons voulu savoir ce que les consommateurs pensent de la qualité, tant artistique que sonore, donc technique de l'offre burkinabè.

Graphique 40: Répartition des enquêtés selon leur appréciation faite sur la musique burkinabè



Source : Auteur, 2017

L'enquête de terrain nous a permis de relever la perception globalement positive vis-à-vis des produits de la filière. En effet, 57 % des enquêtés pensent que les produits musicaux sont « *d'assez bonne qualité* » et 31 % des enquêtés estiment que les produits sont de « *bonne qualité* ». Ce qui donne 88 % des consommateurs appréciant positivement la qualité des œuvres. Cette qualité est reconnue par les auteurs du livre portant sur l'histoire de la musique moderne au Burkina Faso :

> *« ...au plan qualitatif, la situation musicale en ce début des années 2000 est en progrès net par rapport à celle des décennies précédentes »*[283]

Certains activistes de la société civile culturelle disent d'ailleurs que la question de la qualité est un faux débat. Ils en veulent pour preuve l'amélioration de la rythmique par la recherche faite par les artistes, jusqu'aux confins du patrimoine culturel local. Ils pensent que les publics qui n'aiment pas la musique burkinabè sont habités par un certain complexe.

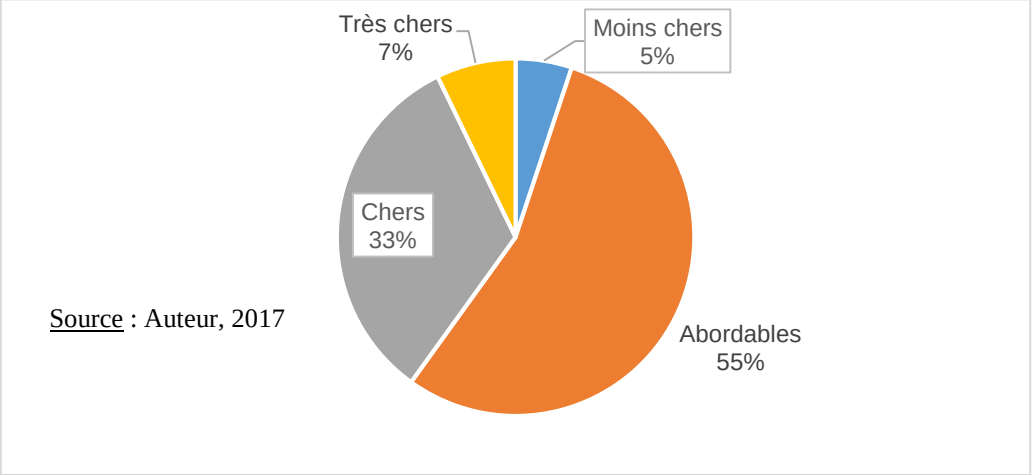
[283] KABORET, Auguste Ferdinand, et Oger KABORÉ. 2004. *Histoire de la musique moderne du Burkina Faso Genèse, évolution et perspectives*. Ouagadougou, Burkina Faso: EDIPAP, p. 160.

Le graphique ci-dessus laisse voir tout de même que l'excellence n'est pas encore au rendez-vous et que les acteurs doivent davantage travailler à combler les imperfections observées, souvent sur les aspects techniques et artistiques. Cela passe par la qualité des instruments utilisés par les artistes-musiciens (celle-ci laisse souvent à désirer), le mode ou les techniques d'enregistrement et de duplication (on observe des différences très nettes de qualité dans le son selon les méthodes et les moyens de duplication des CD). En outre, même si le public n'est pas exigeant sur les textes mais beaucoup sur la rythmique, il faut continuer de travailler les compositions en termes de textes, d'arrangement et d'orchestration. Il faut sans cesse de l'innovation, de la créativité pour conquérir de nouveaux marchés à travers le monde.

b. Appréciation des prix des produits phonographiques

S'il est vrai que les opinions sont plutôt favorables aux œuvres musicales produites au Burkina Faso, il est aussi vrai que l'appréciation des prix des œuvres se détermine corrélativement, comme en témoignent les données de l'enquête de terrain reprises sur le graphique ci-dessous.

Graphique 41: Appréciations du cout des produits de la musique



Source : Auteur, 2017

Comme l'indique la figure ci-dessus, l'enquête nous instruit sur les freins monétaires, comme facteurs d'acquisition des produits musicaux. En effet, 55 % des enquêtés reconnaissent que les produits sont « *abordables* » et 5 % les trouvent « *moins chers* » ; contre 33 % et 7 % qui, respectivement, les trouvent « *chers* » et « *très chers* ». Ces appréciations peuvent être liées aux types de produits et au format des produits que les consommateurs utilisent. S'ils ont l'habitude d'acheter les produits piratés, ils peuvent évidemment les juger moins chers et abordables. Par contre, les consommateurs qui achètent légalement les produits peuvent juger les œuvres phonographiques hors de leur portée. Pour les artistes de renom, comme Bill Aka Kora, Alif Naba, Amety Meria…, les albums CD peuvent s'acheter quelque 6000 F CFA.

c. Quantité de produits phonographiques acquis

Même si les enquêtés reconnaissent la qualité des œuvres musicales et l'accessibilité des prix, notre enquête relève le paradoxe au niveau de l'achat des disques qui reste faible, comme l'indique la figue ci-dessous. Près de 50 % des personnes enquêtées n'ont pas acheté plus d'un CD en un an. Ce qui ne signifie pas qu'ils ont peu consommé de produits de musique mais montre la profondeur de la crise du disque que connait la plupart des pays.

2. Les pratiques actuelles

La consommation de la musique et le rapport des consommateurs à l'œuvre musicale enregistrée montrent que, tous âges et milieux sociaux confondus, les Burkinabè font usage de la musique au quotidien. Cette réalité africaine, qui veut que tous les rassemblements publics soient précédés ou égayés par la musique, fait dire à plusieurs que la musique est au cœur de la vie en société. La musique se consomme selon certains paramètres socioéconomiques et culturels. Les pratiques de consommation aujourd'hui, sur la base de l'observation, se résument à l'écoute individuelle, à partir des moyens techniques de plus en plus individualistes. Tel est le cas des smartphones, des tablettes, des radios placées dans les voitures et des téléphones portables de 2^{e} et 3^{e} génération, qui démultiplient le temps d'écoute des individus. Une seconde pratique, non moins importante d'ordre social, est orientée vers des moments d'écoute partagés, et où l'expérience collective est différente de l'expérience individuelle et même de la somme des expériences individuelles. Le cas spécifique des festivals, des cérémonies communautaires, voire communautaristes, ou même religieuses donnent l'occasion aux publics pendant une période limitée de se retrouver autour d'un alibi musical pour vivre des expériences, faire des rencontres et affirmer souvent une certaine appartenance à un territoire, à une cause ou idéal, à un genre musical, etc. Les nombreux festivals, qui se créent (et qui meurent) partout dans le pays, montrent bien que cette deuxième forme de pratique pourrait être complémentaire à la première, en matière de commercialisation des produits de la musique enregistrée.

Ce qu'il convient de relever, c'est l'absence presque totale de clubs de musique, organisés pour en faire une troisième voie des pratiques possibles. Cette situation est certainement due à la faiblesse du concept d'orchestre qui, autrefois, était capable de mobiliser des groupes de personnes autour d'un genre particulier de musique.

C. L'apport de la musique enregistrée dans l'économie nationale

1. La création d'emplois

La filière *Musique enregistrée* crée pas mal de métiers directs et indirects depuis l'époque où le produit matériel avait toujours le vent en poupe. Les métiers se resserrent mais restent les mêmes, avec des pratiques qui changent.

L'étude d'impact du secteur de la culture sur le développement économique et social (2012) montre clairement la contribution, encore modeste, de la filière *Musique enregistrée* dans la création d'emplois au Burkina Faso.

En effet, ce sont près de 2 500 emplois directs qui sont créés et près de 9 000 qui relèvent du spectacle vivant. Ainsi, la part des emplois générés est de 0,03 % de la population active. La part totale des emplois du secteur culturel est de 1,78 % de la population active.
Selon les données du BBDA, c'est 7 322 membres qui sont actuellement déclarés, lesquels correspondent souvent à des emplois.

2. La création de richesses

La filière *Musique enregistrée* crée des richesses, tout comme les autres secteurs de la culture. Selon l'étude d'impacts du secteur de la culture sur le développement économique et social du Burkina Faso (2012), la musique enregistrée compte pour 0,03 % dans la formation du PIB en 2009.

Tableau 101: Poids de la musique enregistrée dans la formation du PIB

Filière	***Valeur ajoutée (en millions de F CFA)***	***Poids (en % du PIB)***
Musique enregistrée	1.035	0,03
Secteur culturel	79 667	2,02
PIB (2009)	3 941 000	100

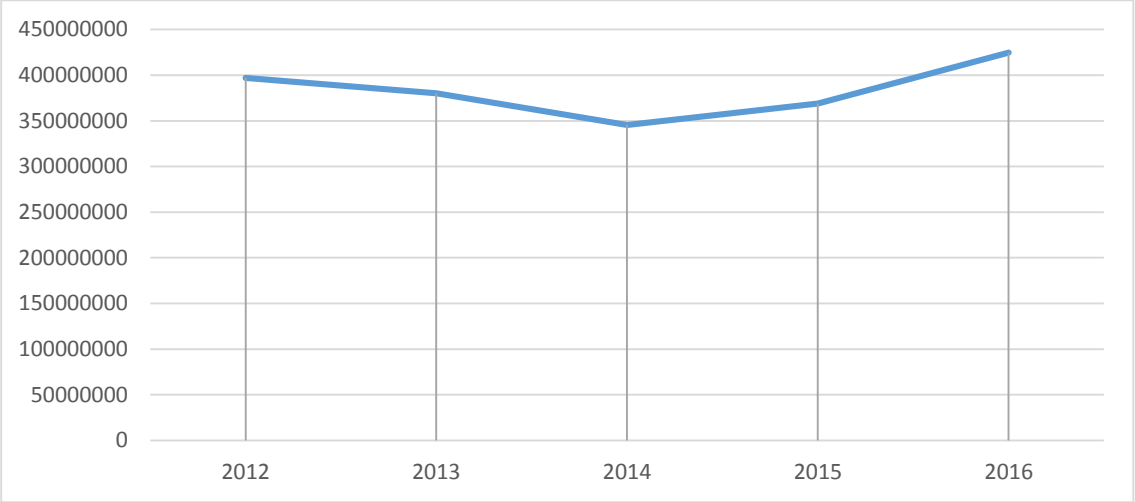
Source : ZOROM, 2017

En plus de cette forme de richesse, le droit d'auteur vient en appoint du poids financier et économique de la filière *Musique enregistrée*.

3. Le droit d'auteur

Le droit d'auteur génère des richesses pour les acteurs et l'économie nationale. Cette contribution est estimée à près de 2 milliards F CFA de 2012 à 2016. Le droit d'auteur est en constante progression, comme l'indique la courbe ci-dessous. La chute de 2013-2014 est en lien direct avec la situation sociopolitique d'insurrection caractérisée que le pays a récemment connue.

Graphique 42: Évolution des droits répartis



Source : Auteur, 2017

Les Droits de reproduction mécanique (DRM), recouvrés de 2004 à 2014, ont connu une dégression, consécutive à la crise du disque, comme l'indique le tableau ci-dessous.

Tableau 102: Droits de reproduction mécanique recouvrés (en millions de francs CFA)

Année	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**
DRM	43,4	35,4	33,3	33,0	20,2	15,3	15,0	11,5	12,9	15,3	11,5

Source : Annuaire statistique 2014

En plus de ce droit de reproduction mécanique, la rémunération pour copie privée a évolué en dents de scie, comme le montrent les données du tableau ci-dessous.

Tableau 103: Rémunération pour copie privée (en millions de francs CFA)

Année	**2004**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**
Copie privée	1,9	28,6	116,6	216,7	335,3	583,9	487,4	768,1	596,9	511,7	438,9

Source : Annuaire statistique 2014

En somme, les droits, recouvrés par le BBDA et dans lesquels les auteurs et les ayants droit de la filière *Musique enregistrée* ont des parts, s'élèvent à 973 millions 300 000 F CFA en 2014, selon les données du BBDA rapportées dans l'annuaire statistique 2014.

Conclusion partielle 4

De manière générale, la filière *Musique enregistrée* est à la croisée des chemins et se présente encore peu structurée et organisée pour affronter le marché local, régional et mondial. Les entreprises font face à des problèmes de financement et de rentabilité et certaines d'entre elles ont été obligées de mettre la clé sous le paillasson. Les débouchés du secteur sont faibles et, malgré le numérique, les couts de production restent encore élevés. Les équipements utilisés dans la production musicale sont pour la plupart importés et subissent des taxes douanières élevées. Dès lors, les entrepreneurs ne sont pas capables de répondre à leurs besoins en termes d'investissements, nécessaires au développement de leur activité. L'accès aux intrants est lui aussi rendu difficile par les contraintes liées au commerce transfrontalier. L'exemple du maillon de la duplication est significatif : il n'existe aujourd'hui que des petites unités de duplication, *Seydoni productions* étant en difficulté. Celles-ci n'ont pas de capacités de production assez grandes pour importer du matériel de pressage, par exemple du Maroc ou de Chine.

Les carences de gestion et de professionnalisme sont par ailleurs source d'inefficience pour le développement de la filière. Si de plus en plus d'entrepreneurs déclarent leur statut à la *Maison de l'entreprise*, leur mode de gestion se fait souvent de manière non professionnelle et se caractérise par l'absence de plans d'affaires, de système de comptabilité et de ressources humaines qualifiées.

Les problèmes de distribution et de disponibilité des œuvres pénalisent également le fonctionnement de la filière. En effet, la défaillance du maillon de la distribution empêche un approvisionnement fiable de disques sur le marché et laisse la porte ouverte à la piraterie organisée qui pénalise ainsi tout le secteur. La piraterie est ainsi devenue industrielle : pour un album légal vendu, 10 sont piratés et circulent « *légalement* » sur le marché, ce qui pose un problème de droit d'auteur et de moyens d'application de la règlementation.

Le problème de la distribution pourrait trouver un début de solution avec la vente numérique des œuvres, mais là encore, beaucoup d'infrastructures et de ressources humaines font défaut.

Le déficit de professionnalisation des métiers et des entreprises de la musique et l'absence d'un environnement technique, économique et juridique adéquat, brident les capacités de développement du secteur de la musique. De plus, l'importance des activités informelles au sein de la filière *Musique* enregistrée freine sa structuration et génère un cercle vicieux : croissance moindre, manque de reconnaissance de la part des pouvoirs publics et du secteur bancaire.

Dans ce cadre, l'accompagnement des musiciens est souvent insuffisant, d'abord parce que la plupart des professionnels sont autodidactes et connaissent parallèlement des contraintes économiques qui empêchent l'élaboration de stratégies à moyen et long terme ; ensuite parce que le rôle de certains professionnels est remis en cause dans un contexte de pénurie de moyens ; et enfin parce que beaucoup d'entre eux ne sont pas en capacité d'intégrer les logiques du marché sous régional et international.

Il en résulte alors des besoins, inassouvis, de formation, d'accompagnement et d'information sur la filière *Musique* et ses métiers, sur les stratégies de développement, sur les outils de travail, sur les réseaux locaux, sous régionaux et internationaux, et sur le montage de plans d'affaires.

Conscientes de ces problématiques, les structures institutionnelles développent des politiques de soutien aux entrepreneurs privés et intègrent davantage les dimensions économiques de la culture dans leur stratégie d'intervention.

La mise en place d'une pépinière, offrant un pôle de services pour le développement et la structuration des acteurs du secteur de la musique, contribuerait ainsi à améliorer le fonctionnement de la filière dans son ensemble, en apportant une réponse à leurs besoins d'information et de formation pour la gestion et l'essor d'une entreprise.

La crise qui traverse la filière a forcé les acteurs à opérer un retour stratégique vers le *Spectacle vivant*.

Conclusion générale de la partie 2

Les contraintes des industries culturelles au Burkina Faso sont nombreuses mais nous pouvons les regrouper en quatre grands groupes : les problèmes économiques, les problèmes juridiques, les problèmes infrastructurels et enfin les problèmes organisationnels.

Les problèmes économiques

D'abord, ils se manifestent par la faiblesse du pouvoir d'achat et l'étroitesse du marché. En effet, l'évolution des marchés des biens culturels, au Burkina Faso en particulier et en Afrique de l'Ouest en général, est déterminée en partie par la croissance régulière de la demande audiovisuelle et musicale, ainsi que par l'amélioration des capacités de production dans ces filières. Cependant, la stagnation, la faiblesse du pouvoir d'achat et la faible taille démographique des marchés, l'insuffisance de ressources financières ainsi que les facteurs alourdissant les couts de production et de commercialisation, empêchent la production nationale de satisfaire la globalité de la demande de biens culturels. Trop chère et parfois de qualité artistique et technique insuffisante, celle-ci n'est, ni qualitativement compétitive comparée aux biens culturels occidentaux ni économiquement concurrentielle par rapport aux produits piratés, vendus à un prix accessible au plus grand nombre.

Outre la taille restreinte de la population et le faible pouvoir d'achat de ses consommateurs potentiels, les entreprises culturelles des pays du Sud comme le Burkina Faso sont

confrontées à une forte fragmentation linguistique et culturelle de leurs marchés. Le faible taux d'alphabétisation et de scolarisation limite le nombre de consommateurs potentiels de la filière de l'écrit, par exemple.

La filière *Cinéma* connait une baisse de la fréquentation des salles depuis les années 1990. Les conditions de réception des œuvres sont jugées non satisfaisantes par les consommateurs.

Cette étroitesse du marché explique le prix élevé des produits culturels, sans rapport avec le pouvoir d'achat des consommateurs. Il s'agit là d'un obstacle structurel qui facilite la pénétration de produits étrangers. Toutefois, cette pénétration ne remet pas toujours en cause le succès des œuvres produites localement.

Ensuite, les problèmes économiques se traduisent par des fiscalités souvent défavorables.

Les régimes fiscaux ne tiennent pas toujours compte des réalités des secteurs culturels et vont à l'encontre de leur développement. Par ailleurs, jusque-là, l'État burkinabè n'a pas su développer une politique fiscale incitative en matière d'investissement dans l'industrie de la culture. Les équipements musicaux et informatiques ne bénéficient ni d'exonérations ni de facilités destinées à favoriser l'investissement dans le secteur. Selon une étude de l'OIF, les taxes douanières sont prohibitives sur les intrants et les équipements et varient en montant entre 40 % et 110 %.

Enfin, les problèmes économiques se traduisent par des couts de production alourdis.

La production de biens, dans le cadre des industries culturelles, est caractérisée par l'utilisation de marchandises intermédiaires et de facteurs de production rarement fabriqués dans les pays en développement. L'importation d'intrants, à un prix souvent inadapté au pouvoir d'achat local, ainsi que les taxes, alourdissent les couts de production et pénalisent les filières du *Cinéma et audiovisuel*, de la *Musique enregistrée* principalement. Le cout de production des œuvres cinématographiques pour lesquelles le matériel utilisé est souvent loué en Europe est très élevé ; les techniciens de haut niveau sont souvent d'origine étrangère, ce qui élève d'autant les frais de production d'un film. Toutes ces contraintes tendent à décourager l'initiative locale.

Les problèmes juridiques et réglementaires

Nous avons d'abord relevé la faible culture du droit d'auteur et le téléchargement illégal au Burkina Faso. Le décalage est patent, entre les lois existantes et leur application, dû tant à l'ignorance de la législation en vigueur par les créateurs qu'au manque d'outils et de soutien public auxquels les bureaux de droits d'auteur sont confrontés. Ainsi, cette situation freine le développement de la production culturelle et artistique.

Nous estimons que neuf albums de musique sur dix sont contrefaits. Le marché de l'audiovisuel est aussi marqué par un piratage quasi systématique des œuvres ; le piratage des nouveaux films, la vente illégale de décodeurs numériques et de paraboles détournent les spectateurs des salles de cinéma. Au Burkina Faso, la vidéo-projection payante se développe dans le circuit informel et s'enracine dans les quartiers populaires. 90 % des films sur support vidéo disponibles sur ce marché sont piratés. On estime à 400 le nombre de points de projection à Ouagadougou, et à 800 dans tout le pays. Sur ce nombre, seule une vingtaine serait conforme à la réglementation mise en place pour maitriser leur développement. L'Association burkinabè des vidéo projectionnistes estime le chiffre d'affaires annuel de ce type d'activité à environ 1 milliard de francs CFA.

Ensuite, un statut d'artiste précaire et la pauvreté des artistes complètent l'analyse de la filière *Musique enregistrée*. Les artistes exercent souvent leur travail dans l'informel et bénéficient rarement d'une couverture sociale. Ils sont les plus soumis à l'instabilité de revenu. Cette situation constitue un véritable défi pour les pouvoirs publics, qui doivent mettre en place un dispositif sécurisant les ressources financières des artistes. Nous avons noté l'adoption au Burkina Faso d'un nouveau code de sécurité sociale, favorable au secteur de la culture et la signature d'un décret portant statut de l'artiste.

Cependant, nous observons, la faiblesse et l'instabilité des revenus des artistes et des opérateurs. La plupart sont contraints d'avoir d'autres activités plus lucratives pour pouvoir vivre : ils ne peuvent donc pas devenir professionnels à temps plein. La pauvreté des artistes les conduit à accepter n'importe quelle condition de travail et de rémunération et leur ôte la possibilité d'investir. Elle constitue également un frein à l'innovation car elle empêche la prise de risque et encourage la copie de produits déjà éprouvés.

Plus grave encore, la pauvreté peut orienter la production vers les marchés plus sûrs du tourisme, de la religion, de la propagande politique, de la dédicace… La pauvreté force à

privilégier les bénéfices à court terme, au détriment d'approches stratégiques à plus long terme. Elle pénalise actuellement l'éclosion de la création des jeunes artistes et favorise la piraterie.

Les problèmes de dispositifs d'accompagnement

D'abord, nous devons prendre en compte le déficit d'infrastructures culturelles. L'insuffisance des infrastructures culturelles constitue un frein important au développement de l'économie de la culture. En effet, après l'engagement public conséquent des années 70, les ajustements structurels et les crises économiques et sociales de ces trois dernières décennies ont fortement freiné l'implantation des infrastructures techniques, nécessaires au développement des industries culturelles. Les centres techniques et de ressources, les locaux de répétition, les salles ou lieux de spectacle, les salles de cinéma, les écoles et centres spécialisés de formation artistique et technique…sont fermés pour la plupart, ou en état de délabrement avancé.

Au Burkina Faso, les théâtres populaires, construits à l'époque de la Révolution sous le régime du Président Thomas Sankara, sont actuellement dans un état de délabrement. La plupart de ces infrastructures ont été rétrocédées aux collectivités locales, par manque de budget d'entretien.

Ensuite, il convient de relever la faible implication du secteur bancaire et de l'investissement privé. Les conditions d'accès aux crédits et aux subventions restent très difficiles pour les acteurs et les matières premières et fournitures subissent une fiscalité importante. Les difficultés d'accès aux ressources nationales réduisent les marges de manœuvre des professionnels et limitent leur capacité à répondre aux demandes des marchés locaux et internationaux. Ce phénomène les rend dépendants des financements extérieurs dont les critères et le montant peuvent fluctuer.

Les filières culturelles n'attirent pas d'importants investissements de la part du secteur privé. La nature aléatoire de la rentabilité des investissements dans le secteur culturel, au même titre que la prédominance de l'informel et sa difficile prévisibilité, rebutent le secteur bancaire. En outre, ces filières sont d'autant plus perçues comme dénuées d'intérêt qu'il n'existe pas de mesures fiscales pour inciter l'investissement privé à s'y engager. À cela s'ajoute la piraterie qui menace les retours sur investissement, ainsi que l'encadrement institutionnel et juridique qui demeure insuffisant.

Enfin, la gouvernance insuffisante du secteur reste insuffisante. Dans les années 60 et 70, les gouvernements n'étaient pas inertes. La puissance publique a posé les bases du développement culturel en construisant des infrastructures, en formant du personnel, en créant des fonds de soutien certes, insuffisamment dotés mais existants, voire en étant producteur de l'offre culturelle avec la création de festivals, de biennales et de semaines culturelles. Au Burkina Faso, plusieurs fonds de soutien accompagnent le développement de l'activité culturelle : le *Fonds de promotion des activités culturelles* datant de 1996 et le *Fonds de développement des activités cinématographiques* (opérationnalisé en 2017). Outre le *Fonds d'aide au cinéma*, et le *Fonds d'intervention pour l'action culturelle* créé en 2000, doté de 895 millions F CFA octroyés sous forme de prêts à 115 entrepreneurs culturels, l'État burkinabè vient de créer un fonds de soutien à la création artistique, alimenté par des taxes payées par les opérateurs de télécommunications. Mais la mise en œuvre, souvent défectueuse, de ces fonds, les a rendus éphémères et peu efficaces.

La gouvernance au niveau des acteurs culturels demeure faible, mal organisée et faiblement structurée. Le manque de régulation du secteur culturel explique que l'informel reste dominant. Le fonctionnement du secteur formel lui-même est peu réglementé. Les structures qui devraient aider les artistes et opérateurs à gérer divers aspects de leurs projets ou de leur carrière sont, soit inexistantes, soit inopérantes. Nous constatons un problème de représentation et de difficultés de mise en réseau, malgré les débuts d'une structuration impulsés par le programme ARPIC. En effet, les associations nationales de musiciens, d'artistes plasticiens, de producteurs, d'animateurs culturels, censées représenter les intérêts de diverses catégories d'intervenants, ne sont pas toujours efficaces ; elles ne bénéficient pas de supports technique et administratif suffisants pour défendre leurs intérêts.

Les problèmes d'organisation du secteur et des acteurs

D'abord, nous notons l'insuffisance d'information et les difficultés de circulation. Toutes les parties concernées par le développement et l'entrepreneuriat culturels restent, dans l'ensemble, très mal informées sur des questions aussi importantes que sont le potentiel des industries culturelles, les logiques de fonctionnement des filières, les conventions internationales que l'État s'est engagé à respecter, les droits d'auteur, les réglementations du travail, les formations disponibles, les sources de financement potentielles, etc.

Les difficultés de circulation des personnes et des œuvres constituent l'un des problèmes majeurs.

Par ailleurs, le personnel est peu à la hauteur des enjeux. Les ressources humaines sont insuffisantes et peu qualifiées, aussi bien au niveau de l'administration que des autres acteurs culturels. La question de la mise en place de formations adéquates reste cruciale. Car le développement culturel, tout comme la mise en œuvre de pépinières culturelles, demandent des compétences hautement qualifiées dans les domaines artistiques, techniques et du management. L'offre de formation reste encore très largement insuffisante (au regard des grands besoins) et souvent trop théorique parce que qu'il manque du matériel pour la pratique dans la plupart des écoles de formation.

En somme, trop de handicaps freinent le développement de la culture et en particulier des industries culturelles. L'importance des investissements financiers que requièrent les industries culturelles, l'absence de statut de l'artiste, la faible protection de la propriété intellectuelle, le développement de la piraterie, les couts de production et de commercialisation handicapants, l'accès difficile au crédit et au financement privé, une taille de marché réel insuffisante (dû au pouvoir d'achat faible entre autres) et des réseaux de distribution embryonnaires, voire défaillants, d'une part ; l'absence d'études systématiques rendant compte de la réalité économique de la culture et des industries culturelles dans le développement du pays, l'affirmation haut et fort d'une volonté politique, d'autre part, tout cet ensemble constitue en effet de sérieux handicaps auxquels il faudra remédier.

Malgré ces difficultés, notre enquête a permis de déceler des niches qui ne sont pas suffisamment explorées surtout par les acteurs du cinéma et de l'audiovisuel. C'est bien entendu l'offre cinématographique et audiovisuelle pour les enfants.

Nous pensons que les mutations, occasionnées par le numérique notamment, sont une opportunité pour les acteurs de rebondir sur l'épineuse question de la production, de la distribution et de la commercialisation des produits phonographiques et audiovisuels.

Les attitudes des acteurs ne laissent pas encore entrevoir une véritable stratégie de réorganisation de la production et de mise en marché des produits audiovisuels et phonographiques. La plupart ont adopté en effet une stratégie de repli qui ne saurait en effet résoudre les problèmes des deux filières étudiées.

Communauté
UNIVERSITÉ Grenoble Alpes

THÈSE

Pour obtenir le grade de

DOCTEUR DE LA COMMUNAUTÉ UNIVERSITÉ GRENOBLE ALPES

Spécialité : **Sciences de l'Information et de la Communication**

Arrêté ministériel : 25 mai 2016

Présentée par
Jacob Yarassoula YARABATIOULA

Thèse dirigée par **Bertrand CABEDOCHE et Benoit LAFON**

préparée au sein du **Laboratoire GRESEC-Groupe de Recherche sur les Enjeux de la Communication**
dans **l'École Doctorale Langues, Littératures et Sciences Humaines**

Industries culturelles et créatives au Burkina Faso

Analyse des filières au prisme des politiques et des stratégies d'acteurs

Volume II : III^{ème} partie, bibliographie & annexes

Thèse soutenue publiquement le **26 octobre 2018**,

devant le jury composé de :

Monsieur Bertrand CABEDOCHE
Professeur de Sciences de l'Information et de la Communication, Université Grenoble-Alpes (co-directeur)
Monsieur Benoît LAFON
Professeur de Sciences de l'Information et de la Communication, Université Grenoble-Alpes (co-directeur)
Monsieur Serge Théophile BALIMA
Professeur de Sciences de l'Information et de la Communication, Université Ouaga 1 Pr Joseph Ki-Zerbo (rapporteur)
Monsieur Pierre MŒGLIN
Professeur de Sciences de l'Information et de la Communication, Université Paris Nord (rapporteur)
Monsieur Bernard MIÈGE
Professeur émérite de Sciences de l'Information et de la Communication, Université Grenoble-Alpes (membre)
Monsieur Philippe BOUQUILLION
Professeur de Sciences de l'Information et de la Communication, Université Paris 8 (membre)
Monsieur Francisco Ayi D'ALMEIDA
Directeur général adjoint *Culture et Développement*, Grenoble (invité)

VOLUME II

PARTIE 3 : DES INDUSTRIES CULTURELLES AUX INDUSTRIES CREATIVES : STRUCTURATIONS DE FILIERES EMERGENTES ET RESTRUCTURATIONS DE FILIERES EXISTANTES 417

INTRODUCTION GENERALE DE LA PARTIE 3 417

CHAPITRE 5 : LA FILIERE *LIVRE* ET EDITION AU BURKINA FASO : DES POLITIQUES PUBLIQUES EN MANQUE DE COHERENCE ET DE PRAGMATISME 419

I. L'EDITION DU LIVRE ET DE LA PRESSE 424
II. LA DISTRIBUTION, LA DIFFUSION ET LA COMMERCIALISATION DU LIVRE 465
III. LA CONSOMMATION : REPENSER LES POLITIQUES DE LECTURE PUBLIQUE 478
IV. L'ECONOMIE DE L'INDUSTRIE DU LIVRE ET DE LA PRESSE AU BURKINA FASO 499

CHAPITRE 6 : LA FILIERE *JEUX VIDEO :* UNE INDUSTRIE CULTURELLE POSSIBLE POUR LE BURKINA FASO ? 516

I. LA FILIERE *JEUX VIDEO* : CARACTERISTIQUES ET ENJEUX 518
II. COMPRENDRE LA FILIERE *JEUX VIDEO* AUJOURD'HUI 525
III. L'ETAT DES LIEUX DE LA FILIERE *JEUX VIDEO* AU BURKINA FASO 540

CHAPITRE 7 : LES FILIERES *DESIGN* ET *MODE* AU BURKINA FASO : LA PRECARITE D'UN SECTEUR PORTEUR ET UN EFFET SIGNATURE A CONSTRUIRE 560

LA FILIERE *DESIGN* ET A*RTISANAT D'ART* 560

I. LES ENJEUX DE LA FILIERE *DESIGN* 562
II. ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT DE LA FILIERE 564
III. L'ECONOMIE ET LE MARCHE DE LA FILIERE *DESIGN* 574
IV. FORCES ET FAIBLESSES DE LA FILIERE *DESIGN* 581

LA FILIERE *MODE ET TEXTILE* 586

I. LES ENJEUX DE LA FILIERE *MODE* ET *TEXTILE* 587
II. ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT DE LA FILIERE 589
III. LES MARCHES DES PRODUITS DE LA MODE 599
IV. FORCES ET FAIBLESSES DE LA FILIERE 600

CONCLUSION GENERALE DE LA PARTIE 3 604

CONCLUSION GENERALE : SORTIR LES INDUSTRIES CULTURELLES ET CREATIVES DE LEUR CHRYSALIDE 607

TROISIÈME PARTIE

Des industries culturelles aux industries créatives : structuration de filières émergentes et restructuration de filières existantes

Partie 3 :
Des industries culturelles aux industries créatives : structuration de filières émergentes et restructuration de filières existantes

Introduction générale de la partie 3

Si la deuxième partie de notre travail a décrit et analysé les filières dites traditionnelles des industries culturelles (*Cinéma & audiovisuel et Musique enregistrée*), la troisième partie, quant à elle, essaie de comprendre l'organisation et la structuration actuelle des filières industrielle et créative (*Jeux vidéo*, *Design et mode*) émergentes et théoriquement porteuses d'emplois et de richesses.

Cette partie est donc composée de trois chapitres, en lien avec des filières émergentes et une filière renouvelée à la faveur des politiques éducatives des années 1990. Lesdites filières sont caractérisées en effet par une histoire relativement jeune et par un niveau d'organisation, et de structuration encore faible, voire inexistant.

D'abord, le cinquième chapitre traite de la question du livre et de l'édition de presse au Burkina Faso. C'est loin d'être une filière jeune ou nouvelle, mais c'est l'une des plus problématiques du fait des enjeux qu'elle présente et des nombreux défis qu'elle doit travailler à relever. C'est une filière qui a connu un renouvellement avec les politiques

éducatives engagées par l'État burkinabè au tournant des années 1990. Ces politiques touchaient notamment les questions de scolarisation (surtout celle des jeunes filles), d'alphabétisation et aussi les questions de lecture publique. Le chapitre, après avoir présenté les enjeux actuels de la filière livre, va revisiter la chaine de valeur pour déceler au fil de l'écriture les forces et les faiblesses de la filière en question. Ce chapitre aborde sans le dire expressément la force de la volonté politique, en s'appuyant de ce fait sur la problématique de l'édition du livre scolaire, dans la structuration des stratégies d'acteurs.

Puis, le sixième chapitre de notre travail décrit et analyse la filière des *Jeux vidéo* en tant qu'industrie culturelle numérique à part entière. C'est une filière dont l'histoire et le développement sont tout à fait récents au Burkina Faso. Tenant compte de cette jeunesse relative, le chapitre va donc relever les prémices de développement de cette filière en devenir, avec des éléments pris dans la dynamique mondiale du jeu vidéo. Le chapitre revient sur la chaine de valeur de ladite filière, pour en situer les maillons manquants ou faibles dans le contexte du Burkina Faso, par la suite.

Enfin le septième chapitre s'intéresse à la filière créative *Design & artisanat d'art* d'une part et la filière *Mode et textile,* d'autre part.

La filière *Design* est perçue comme option sérieuse, susceptible de construire une véritable alternative en matière de créativité et de diversité. Après avoir décrit la chaine de valeur de la filière *Design,* le chapitre va faire remarquer les faiblesses actuelles qui caractérisent les entreprises ou studios de production d'objets. Le chapitre fait cas aussi du marché actuel des objets du design burkinabè, ainsi que des acteurs-clés de la filière.

Le chapitre s'attarde sur les initiatives actuelles et les acteurs clés, en vue de comprendre les enjeux actuels de la filière, tant sur le plan économique, social que politique. En somme, la démarche de compréhension des filières de l'industrie créative, à partir des deux derniers chapitres de cette partie, permet d'articuler les changements et les enjeux de développement qui sont ceux de l'Afrique au Sud du Sahara, mais aussi étendre le débat non encore épuisé sur la distinction entre *industrie culturelle* et *industrie créative*.

La conclusion de la troisième partie posera de façon prescriptive (en lien avec l'engagement professionnel qui est le nôtre) les conditions pour un développement optimal des filières émergentes, même si la proposition programmatique et perspectiviste émarge des attributions générales du chercheur en sciences humaines et sociales.

Chapitre 5 :
La filière *Livre* au Burkina Faso : des politiques publiques en manque de cohérence et de pragmatisme

Introduction

L'industrie du livre et de la presse est sans doute l'une des plus anciennes au Burkina Faso. Même si le pays fut pendant longtemps une société de tradition orale, il a su recourir à l'écrit à diverses périodes de son histoire. C'est par exemple le cas de la période coloniale et post-coloniale à l'instar de ce que, par exemple, Jean-Chrétien EKAMBO rappelle pour le Congo belge, à partir de l'introduction d'une presse évangélisatrice par les missionnaires protestants de la fin du XIX^{e} siècle.[284] Ces périodes ont vu la publication d'auteurs nationaux comme Dimdolossom OUEDRAOGO dès les années 1928 et en 1962, l'édition du premier roman[285] de la littérature voltaïque par Nazi Boni. Pour ce qui est de la presse écrite, les premiers journaux datent des années d'indépendance avec des numéros comme *Carrefour Africain* en 1959 et plus tard en 1973 de *L'Observateur Paalga,* le premier quotidien privé[286].

284 Voir EKAMBO, Jean-Chrétien (2018), *Médias pionniers au Congo : Se Kukianga 1891 ; Minsamu Miayenge 1892*, Kinshasa et Paris, L'Harmattan, coll. "Médias d'hier"

285 Boni Nazi (1962). *Crépuscule des temps anciens : chronique du Bwamu, éditions Présence Africaine,* Paris.

286 C'est sans prendre en compte les écrits évangélistes, caractérisant un *protojournalisme,* né notamment de la concurrence entre les missionnaires catholiques et l'arrivée des protestants états-uniens et ayant eu comme conséquence, à l'origine imprévue eu égard à la loi de séparation de l'église et de l'État, une « alliance objective », entre l'administration coloniale, et les « politique religieuses positives » au début du XX^{e} siècle. Il est vrai que cette alliance est restée très fragile, n'incitant pas les Pères blancs à investir dans la chose publique et à s'inféoder systématiquement à la puissance coloniale. À la veille des Indépendances africaines, par ailleurs, il y eut cette fameuse concurrence entre le périodique *Réveil*, d'obédience marxiste et *Jeunesse d'Afrique*, laquelle dernière publication locale a, par exemple, accueilli la lettre pastorale sur le communisme en novembre 1948, rédigée par Mgr Thévenoud. Voir pour ce faire BOURON, Jean-Marie (2010, « Les Pères Blancs, acteurs du jeu colonial. Mission catholique et enjeux politiques en Haute-Volta au lendemain de la seconde guerre mondiale », *Histoire et*

Quand on considère alors la date de parution du premier roman voltaïque et celle de la presse écrite, on reconnait avec SANOU Salaka[287] que *« Le Burkina Faso est un pays émergent sur le plan littéraire ».*

Avec cette jeunesse relative, l'industrie du livre est encore balbutiante, avec une faible structuration de la filière et une organisation fébrile des acteurs. Plus d'une fois, ceux-ci ont été obligés de sursoir à leur volonté de s'unir pour reprendre chacun son propre chemin. Aux lendemains des indépendances en effet, les initiatives de regroupement des acteurs, à l'image de la *Société des écrivains voltaïques* (S.E.V), de Union des gens des lettres (UGEL) ou encore le Cercle des activités littéraires de Haute-Volta (CALAHV) et la volonté de structuration de l'édition (*trois séminaires organisés par le ministère de la Culture en 1985 à* Matourkou, puis 1993 à Ouagadougou et en 1997 à Bobo-Dioulasso, pour ne citer que ces dates-là) ont été initiées mais n'ont pas pu tenir longtemps pour des raisons multiples. Il a fallu attendre la deuxième temporalité, après un début timide, voire la troisième *temporalité* de l'histoire des industries culturelles au Burkina Faso, pour enregistrer plusieurs initiatives à caractère littéraire et entrepreneurial. C'est d'ailleurs ce que déclare SANOU dans un article publié en 2005 en ces termes : «*Tard venu sur la scène littéraire africaine, le Burkina Faso a connu une production en dents de scie jusqu'au début des années 80 qui va marquer la véritable éclosion de la littérature burkinabè ».*[288]

Le développement de la filière *Livre* et *Presse* au Burkina Faso, avec cette jeunesse qui la caractérise, révèle des enjeux d'ordre socioéducatif, politique et économique prégnants.

Méthodologiquement, le présent chapitre s'appuie sur des publications scientifiques et se nourrit d'ouvrages structurants de la filière. C'est notamment l'ouvrage du collectif PANIC portant sur « *culture numérique. Regards sur les industries créatives* » ; les données collectées au sein de l'administration publique et notre enquête de terrain.

missions chrétiennes,/2, n° 14, Karthala, pp. 59-81. De toutes ces publications ou titres, on remarquera que c'est véritablement le lancement de l'Observateur Paalga qui fonde le début d'une entreprise de presse au Burkina Faso.

[287] Salaka SANOU est professeur de sémiologie au département des Lettres de l'Université Ouaga 1 Pr Joseph Ki-Zerbo.

[288] SANOU, Salaka. 2005. « La problématique de l'édition littéraire au Burkina Faso ». *Langues & Littératures*, nº 9: 125-38.

Les enjeux éducatifs et culturels

Le droit de participer à la vie culturelle et de jouir du patrimoine mondial de l'Humanité, d'une part et celui d'user de la liberté d'expression, d'autre part, semblent des droits, voire des acquis, majeurs de notre monde, plusieurs fois réaffirmés dans les textes fondamentaux de la Haute-Volta au Burkina Faso. Ces acquis sont devenus, ou peuvent devenir, une réalité tangible beaucoup mieux qu'hier, lorsqu'ils sont portés par l'éducation, la science et la culture.

Il y a alors, nous semble-t-il, un enjeu aussi bien social que culturel à travers le développement de l'écrit. Sans aucune prétention d'engager un débat suffisamment documenté sur le lien qu'il y aurait entre *littérature et développement,* nous voulons rappeler que pour le Burkina Faso, après un demi-siècle d'indépendance, l'enjeu de promouvoir une industrie du livre est total. Quand on prend en effet en compte le besoin de ce pays de faire connaitre et reconnaitre sa plume, d'éduquer ses enfants par des récits et expériences endogènes d'une part et de traduire, par ses mots propres et dans sa (ses) langue(s), la vision qu'il a du monde ou du projet de société dont il est pleinement responsable, il y a largement de quoi considérer dans le livre et plus largement dans l'édition littéraire, un enjeu de développement. Du reste, cette mission de rayonnement a été clairement présentée par les premiers leaders ou élites de l'Afrique indépendante. Il s'agissait d'écrire pour éduquer, d'écrire pour sensibiliser et d'écrire pour revendiquer, protester, s'affranchir. Ce positionnement déclaratif marquera profondément les auteurs des périodes suivantes, par exemple Joseph KI-ZERBO.[289]

Dans le domaine éducatif précisément, l'enjeu n'est pas seulement l'enfant mais aussi l'adulte qui, après avoir assimilé un certain nombre de savoirs, de savoir-faire et savoir-être, doit être en mesure de vivre en symbiose avec son environnement et de cultiver le vivre-ensemble.

Dans cette optique, le livre, moyen d'expression et de communication, est un réservoir de savoirs, de savoir-faire et de savoir-être accumulés et transmissibles par la lecture dans le système éducatif. C'est dans cette perspective que les États qui ont cerné lesdits enjeux produisent et distribuent les produits de l'édition dans tous les ordres d'enseignement et d'apprentissage. C'est aussi dans cette optique que de grandes nations occidentales, malgré les crises, continuent d'éditer, de distribuer et d'inciter les publics à la lecture par des politiques publiques plus ou moins appropriées.

Dans le domaine culturel, le rôle du livre est essentiel dans la mise en écriture du patrimoine et sa transmission par la lecture. Sauvegarder et promouvoir le patrimoine est une mission qui

289 Cf. KI-ZERBO, Joseph (1972), *Histoire de l'Afrique noire, d'hier à demain*, Paris, Hatier.

incombe aussi aux acteurs de la filière du *Livre*. Aujourd'hui, avec sa soixantaine de langues, le Burkina Faso est conscient de la richesse et de la diversité de son patrimoine culturel et de ce fait, doit travailler à le porter politiquement et financièrement. Écrire et lire constituent donc un préalable. Les acquis de l'humanité doivent être conservés, renouvelés et augmentés. Une industrie du livre fonctionnelle et consciente de ces enjeux participe au développement tout court.

Les enjeux politiques

Dire comme Aristote que l'homme est un animal politique, à savoir qu'il ne peut s'épanouir que dans la *polis*, c'est-à-dire en société, on aura tout compris des enjeux du livre en la matière. Nous sommes censés vivre, désormais, dans une civilisation fondée sur l'écriture. L'écrit et le livre deviennent de ce fait la stratégie d'accès à la consommation des produits de l'édition.

Le recours à l'écrit pour l'orientation politique et la mobilisation des consciences collectives et individuelles est pour le moins incontournable de nos jours, peu importe le format et la forme du livre.

L'élaboration d'une vision par l'intelligence collective implique que le citoyen soit au même niveau d'information, ce qui est presque impossible aujourd'hui sans la maîtrise de l'écrit et de la lecture, instruments de franchissement de la distance et du temps.

L'industrie du *Livre* et de la *Presse* constitue un enjeu politique majeur depuis 1991, par l'exercice de l'état de droit et de la démocratie au Burkina Faso. La liberté d'expression et d'opinion est garantie par la constitution du pays et il faut travailler en permanence pour préserver et améliorer les acquis. La volonté politique de porter la littérature burkinabè et par ricochet, promouvoir les signatures nationales au-delà des frontières, reste à construire et à expliquer. Nous avons dans l'histoire de la littérature nationale quelques rares noms qui ont reçu des distinctions internationales pour la qualité littéraire de leurs œuvres et la pertinence des problématiques abordées dans leur ouvrage. Tels sont les exemples de M^{e} Frédéric Titinga PACERE et de Patrick G. ILBOUDO, pour ne citer que ces auteurs. En somme, l'enjeu politique de la filière *Livre* prend en compte la volonté nationale de promouvoir l'écrit et reconnait que la littérature et les auteurs sont des ambassadeurs et des moyens pour la nation en quête d'horizon meilleur.

Les enjeux économiques

Le livre au Burkina Faso constitue un enjeu économique, au même titre que les enjeux littéraire et politique. L'organisation et le fonctionnement de la filière montrent son côté industrie. Il n'a pas été difficile pour les acteurs à tous les niveaux de reconnaitre le livre comme une industrie culturelle parce qu'effectivement, son organisation et son fonctionnement le permettaient

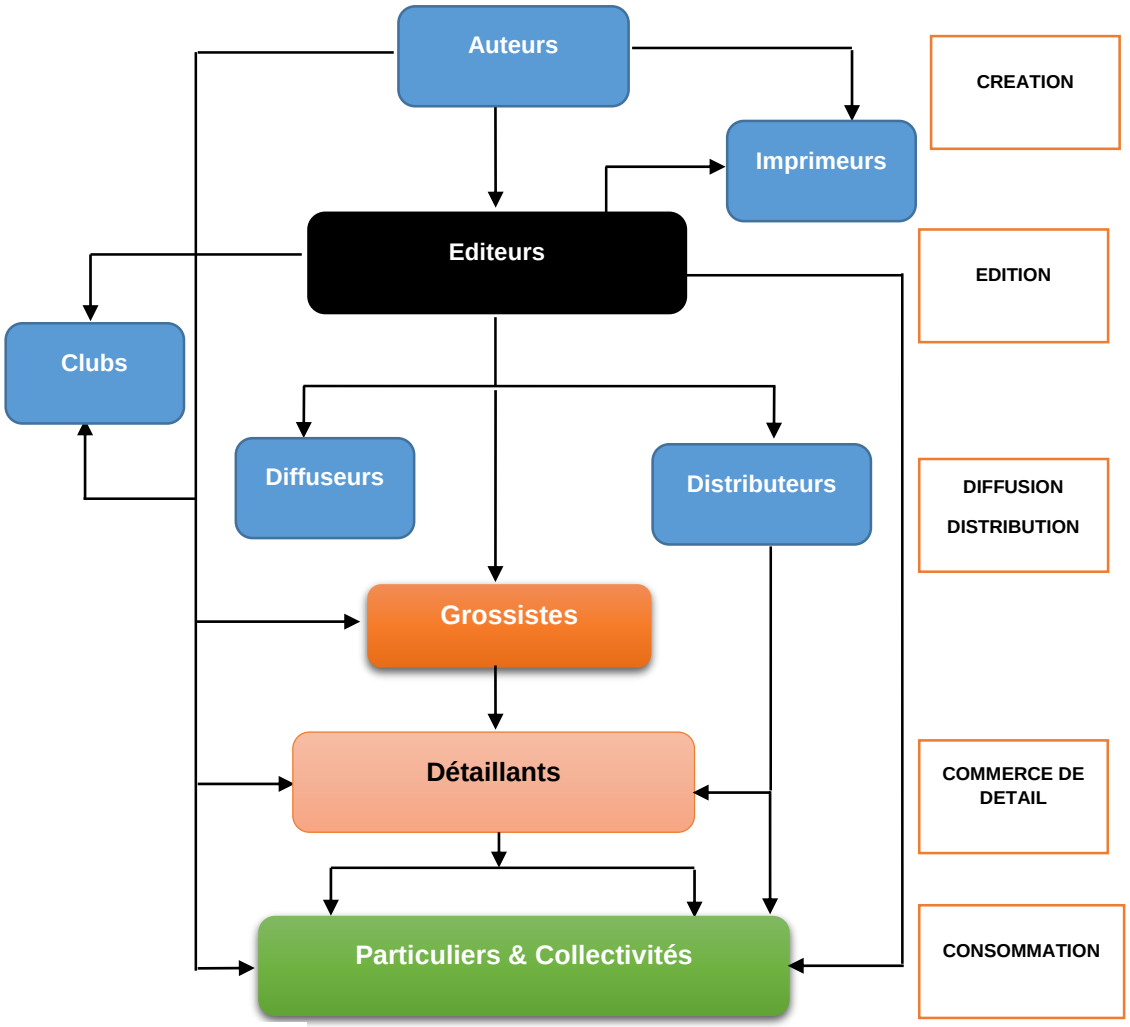
mieux que les autres filières créatives. Les enjeux économiques du livre peuvent donc se résumer aux facteurs de production, de distribution et de consommation des biens et services, en lien direct ou indirect avec le livre et la presse.

Selon l'étude d'impact réalisé au Burkina Faso en 2012, la filière a créé en 2009 plus de six mille emplois (6441), ce qui représente 0,07 % de la population active. En termes de création de richesses, la même étude révèle que l'industrie du livre et de la presse représente 0,29 % du PIB. Bien que les données de ladite étude sont sous-estimées, celle-ci donne néanmoins une idée du poids que représente ou pourrait représenter la filière *Livre* et *Presse*. C'est un poids relativement léger quand on considère le potentiel économique de la filière.

En définitive, il ressort, de l'exposé de ces enjeux, qu'après plus de cinquante années d'indépendance, au même titre que dans certains autres pays d'Afrique francophone, la filière du *Livre* et de la *Presse* est, pour le moins embryonnaire et peine à prendre son essor au Burkina Faso. La hauteur des enjeux reste ainsi explicative des politiques actuelles et structure les stratégies des acteurs de la filière.

Tout en reconsidérant tous ces enjeux à travers les maillons de l'édition, de la distribution et de la consommation, le chapitre présente et analyse les acteurs, le marché, les forces et les faiblesses et enfin les défis actuels de la filière du *Livre* et de la *Presse*.

Figure 12: description de la filière Livre au Burkina Faso



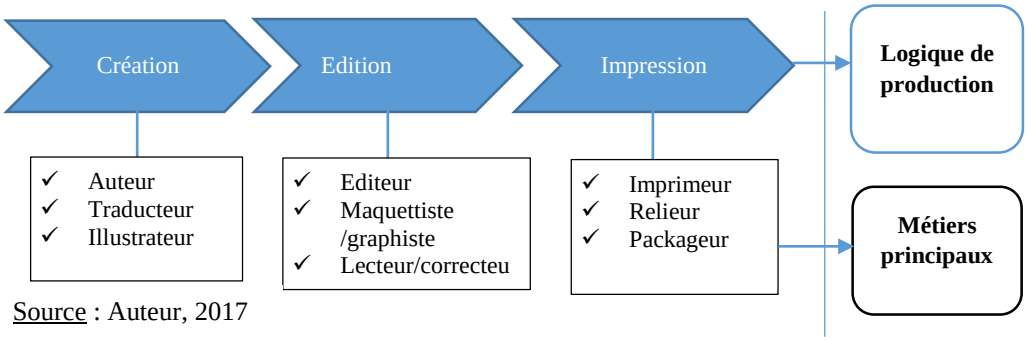
Source : Auteur, 2017

I. L'édition du livre et de la presse

A. Organisation de l'édition

Le schéma ci-dessous permet de visualiser l'organisation de la chaine de création-édition. Au Burkina Faso, tous les acteurs de ladite chaine existent à des degrés divers. Nous les passerons en revue avec une approche descriptive et analytique de l'état des lieux autour de ce maillon.

Figure 13: Description de la chaine d'édition du livre et de la presse



Source : Auteur, 2017

1. La création littéraire

La création est en amont de la chaine de production. C'est la phase de conception du manuscrit ou du tapuscrit. Même si tout le monde s'accorde à dire que le projet d'édition commence par le manuscrit, qui est l'œuvre d'un auteur, d'un traducteur ou d'un illustrateur…, et que le moteur de l'industrie du livre doit sa puissance et sa vitalité aux auteurs, il n'en demeure pas moins que c'est souvent la phase la plus cachée, parce que dominée par les acteurs de l'aval.

– *La diversification de la création*

La littérature burkinabè[290] touche aujourd'hui à tous les genres littéraires.

Cela n'a pas toujours été le cas, si on considère l'histoire de la production littéraire voltaïque avant les Indépendances. Cette période est caractérisée par le confinement de la production littéraire au théâtre et à la poésie. Ainsi, après les Indépendances et surtout pendant la *période de la révélation* qui se situe au tournant des années 1980 selon Salaka SANOU, les genres littéraires comme la poésie, le roman, la nouvelle, le théâtre et des spécialisations autour de la littérature pour enfants, les manuels scolaires ont commencé à éclore.[291]

Dans le domaine de la presse, la diversification ces dix dernières années est visible avec des numéros spécialisés dans l'investigation ou les grandes enquêtes et, tout récemment, des journaux spécialisés dans le traitement de l'information économique et scientifique. Malgré la pluralité des genres et des numéros de presse, force est de reconnaitre la faiblesse de la création, surtout en termes de quantité, d'abord et de qualité, ensuite.

– *Une création encore insuffisante*

Une chose est certaine, des œuvres littéraires et des écrivains existent bel et bien avec des trajectoires qui s'inscrivent dans l'histoire sociopolitique du pays. Depuis la période coloniale jusqu'aux Indépendances, le Burkina Faso a connu un dynamisme en dents de scie dans la création d'œuvres littéraires. Depuis la publication du premier roman en 1962 jusqu'à nos jours, le nombre d'auteurs et de créations littéraires a évolué certes, mais il reste toujours en deçà des potentialités et des attentes. Certains auteurs attestent disposer de manuscrits, même s'ils n'ont pas édité un seul de ces manuscrits.

290 Pour le débat théorique sur l'existence d'une littérature burkinabè, voir SANOU Salaka (2000), La littérature burkinabè : l'histoire, les hommes, les œuvres. Limoges, Ed. Presses Universitaires de Limoges.

291 Dans cette même période toute une génération de jeunes écrivains burkinabè a été découverte et révélée par concours. Cf. MADIÉGA Yénouyaba Georges, NAO Oumarou (2003), *Burkina Faso. 100 ans d'histoire*, tome1, Paris, Karthala, p. 1978.

L'enquête de terrain montre qu'il n'existe pratiquement pas de référence officielle en matière de production littéraire au Burkina Faso. Mais avec quelques recoupements de documents de l'administration publique et des acteurs privés de la culture, nous sommes arrivé à constituer les tableaux ci-dessous, qui montrent (partiellement) le niveau de la création littéraire au Burkina Faso.

Le tableau ci-dessous fait ainsi ressortir le nombre d'œuvres au concours littéraire dénommé le *Grand prix national des arts et des lettres* sur l'ensemble des éditions, donc de 1983 à 2016.

Tableau 104: Nombre de manuscrits d'œuvres littéraires reçu au GPNAL de 1983 à 2016

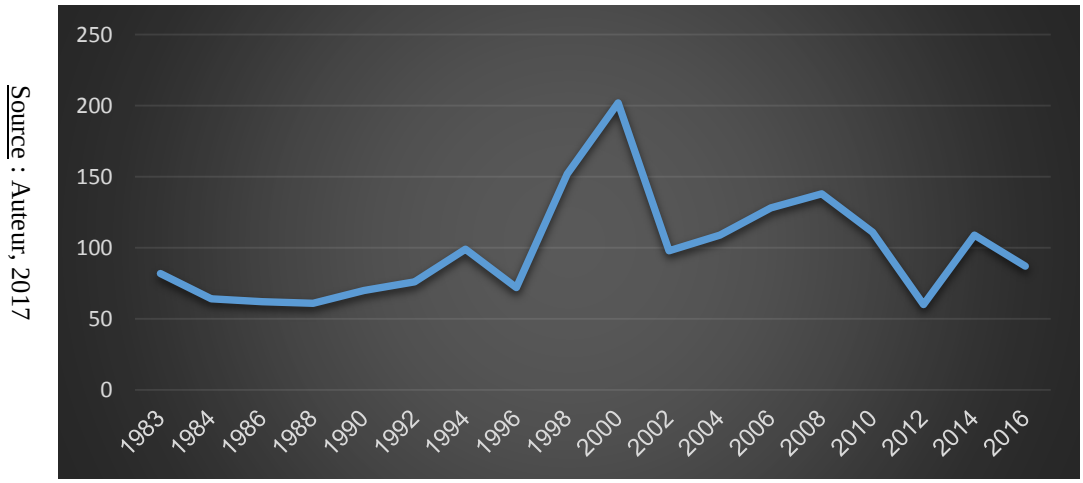
Année	*1983*	*1984*	*1986*	*1988*	*1990*	*1992*	*1994*	*1996*	*1998*	*2000*	*2002*	*2004*	*2006*	*2008*	*2010*	*2012*	*2014*	*2016*	*Total*
Roman	0	3	4	8	6	3	10	11	0	36	22	24	12	31	20	20	21	24	255
Nouvelle	13	15	17	12	23	27	27	12	37	53	40	23	45	33	34	17	37	30	495
Poésie	54	29	30	28	23	31	44	42	78	89	0	33	33	31	26	13	21	33	638
Théâtre	15	16	6	6	11	10	12	5	24	0	7	17	17	23	11	10	13	0	203
Conte	0	1	5	7	7	5	6	2	10	10	19	5	10	12	10	0	13	0	122
Bande dessinée	0	0	0	0	0	0	0	0	3	14	10	7	11	8	10	0	4	0	67
Total	82	64	62	61	70	76	99	72	152	202	98	109	128	138	111	60	109	87	1780

Sources : enquête de terrain faisant appel à plusieurs sources complémentaires.

Quand on considère en valeur absolue le nombre de manuscrits soumis au jury des GPNAL, on s'aperçoit que de 1983 à 2016 et en 18 éditions, la création n'a pas toujours été optimale. Au total, ce sont 1 780 œuvres qui ont été reçues en 33 ans. Même si nous savons que ce ne sont pas tous ceux qui écrivent qui soumettent leurs œuvres aux GPNAL, c'est tout de même un indicateur que nous jugeons opportun de faire intervenir, dans la compréhension de l'acte de création des œuvres au Burkina Faso.

La courbe ci-dessous laisse voir que la création littéraire a évolué au gré des années et des éditions de la *Semaine nationale de la culture* qui se présentent en dents de scie, avec des pics lors des aux éditions de 1998 et 2000. La tendance est à la baisse sur les deux dernières éditions, avec 109 œuvres reçues en 2014, contre 87 seulement reçues en 2016, soit une régression de -20 %.

Graphique 43: Nombre de manuscrits d'œuvres littéraires reçus au GPNAL

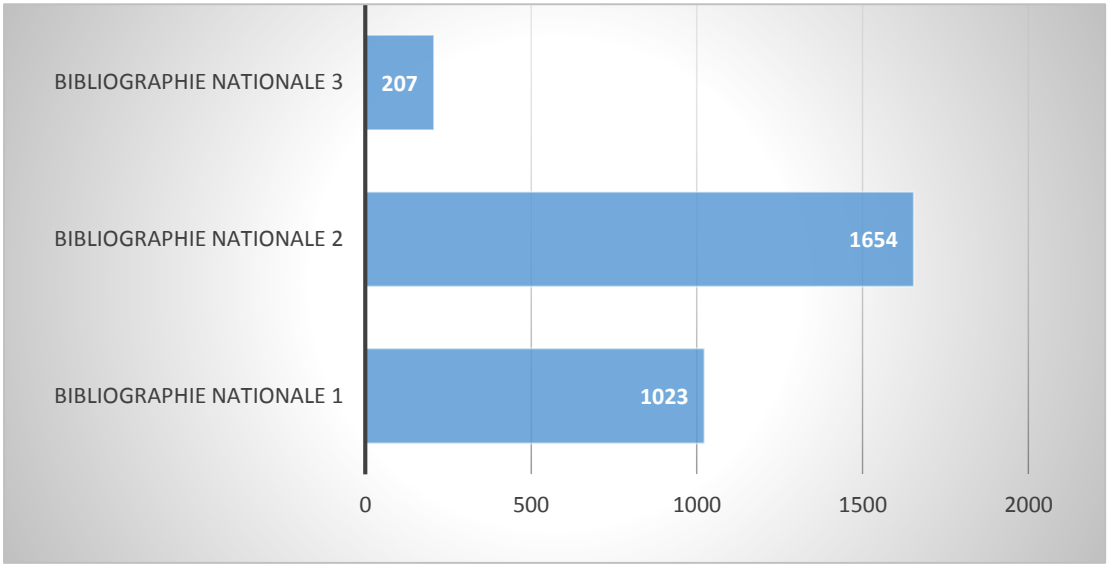


Source : Auteur, 2017

L'autre source d'information qui rend compte, de la dynamique de la création littéraire, bien que là encore, de manière parcellaire, c'est la bibliographie nationale. L'institution qu'est la *Bibliothèque nationale* (BN) a publié en tout 3 numéros de bibliographie nationale[292]. Pour certains numéros, il faut le faire remarquer, la Bibliothèque nationale a cumulé (sans précision des années trois années de bibliographies nationales pour en faire une seule édition, comme l'atteste l'avant-propos de la dernière bibliographie datant de l'année 2016 : « *le numéro 3 de la bibliographie nationale du Burkina Faso recense tous les livres édités au Burkina Faso et déposés au service du dépôt légal et de la bibliographie nationale entre 2013 et 2015* »[293].

Qu'à cela ne tienne, cette source montre qu'au total 2 884 titres ont été répertoriés à la Bibliothèque nationale[294] du Burkina Faso, laquelle gère aussi le dépôt légal.

Graphique 44: Nombre total de titres répertoriés dans les bibliographies nationales



Source : Auteur, 2017

[292] La première édition de la bibliographie nationale a été publiée en juillet 2008 ; la seconde l'a été en décembre 2014 et la dernière du genre en 2016. Pendant l'enquête, il nous a été dit que la quatrième édition a été finalisée et n'attendait que les moyens financiers pour son impression.

[293] Ministère de la Culture, des Arts et du Tourisme, *Bibliographie nationale* n°3, Ouagadougou, éd. Nouvelles éditions Pensée Africaine, 2016, 83 p.

[294] *« Enfin ! Pourrait-on dire. La première bibliographie nationale réalisée par une Institution nationale notamment la Bibliothèque nationale du Burkina »*, tels sont les propos du Directeur général de la bibliothèque nationale d'alors, Raphaël KOMPAORE, dans l'introduction du tout premier ouvrage présentant la bibliographie nationale. C'est dire combien il a été difficile de parvenir au premier numéro. Cette difficulté est toujours d'actualité car depuis 2016, l'Institution n'a plus accueilli de publication, faute de moyens financiers semble-t-il.

Les données du graphique ci-dessus sont à relativiser, d'autant plus que la date du dépôt légal n'est pas celle de la publication ni de l'écriture de l'œuvre et que les auteurs des œuvres déclarées au dépôt légal ne sont pas forcément des Burkinabè.

Ces données fournissent une idée de l'existence d'une création qui, certes, se diversifie mais reste encore faible, comparativement à d'autres pays de la sous-région (Bénin, Côte d'Ivoire) et d'Europe, comme la France en particulier. En 2015, au titre du dépôt légal en France, 76 300 titres ont été déposés à la Bibliothèque nationale de France et dans les bibliothèques régionales[295]

Enfin, la troisième source que nous avons considérée, c'est celle du droit d'auteur. Nous nous sommes dit qu'avec les enjeux financiers liés à la déclaration des œuvres au *Bureau burkinabè du droit d'auteur* (BBDA), nous aurions plus de chances de mesurer la dynamique de la création littéraire, en termes de quantité. Les données du tableau ci-dessous confirment l'idée selon laquelle, la création littéraire existe bel et bien au Burkina Faso et en même temps, elles confirment la faiblesse de cette création littéraire.

Tableau 105: Déclaration des œuvres littéraires de 2001 à 2016

Année	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Total
Total œuvres	149	130	137	182	96	96	253	434	248	151	567	1094	1571	1315	862	1220	8505

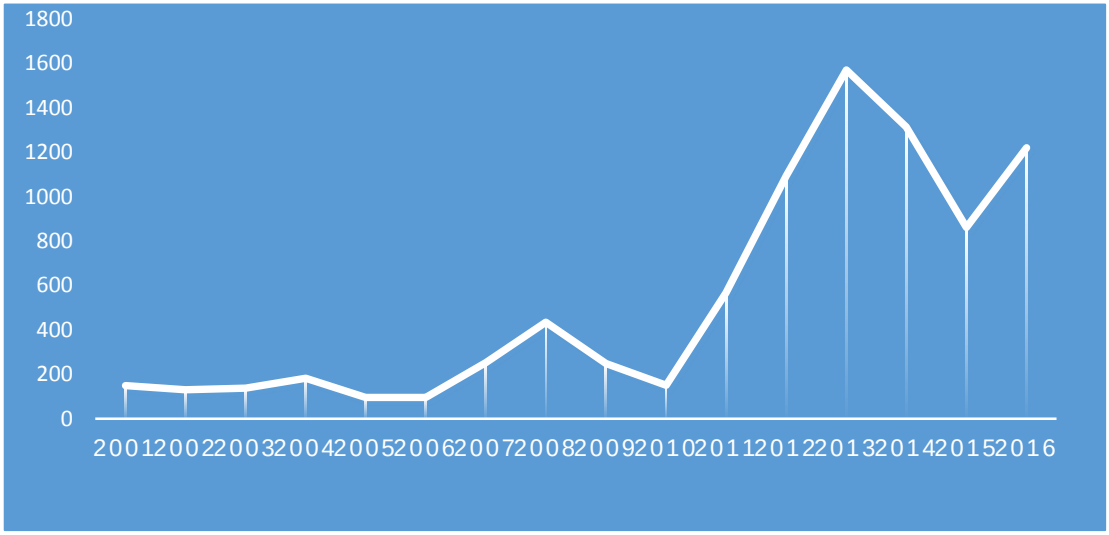
Source : BBDA, 2017

Sur les seize dernières années, nous avons constaté que le nombre d'œuvres écrites (publiées) et protégées par le droit d'auteur est de 8505. La figure ci-dessous révèle un début modeste dans les années 2000 avec une production moyenne de 100 ouvrages par an ; puis à partir de 2010, on assiste à une montée importante de la création littéraire[296] à la faveur des politiques publiques et de l'environnement global qui caractérisaient cette période.

295 DEPS. 2017. *Chiffres clés. Statistiques de la culture et de la communication 2017*. Paris, France: Ministère de la culture et de la communication.

296 Notons bien que l'année de déclaration d'une œuvre ne correspond pas forcément à l'année de son édition. Les messages de sensibilisation et d'information sur le droit d'auteur pourraient susciter des adhésions et des déclarations d'œuvres d'une certaine ancienneté et pour lesquelles l'auteur n'avait pas jugé nécessaire de déclarer. Ces cinq dernières années, avec la pleine mesure des enjeux (financiers) du droit d'auteur, les données présentées ici peuvent être plus proches des deux aspects de la déclaration (date de création et date de déclaration).

Graphique 45 : Déclaration des œuvres littéraires au BBDA de 2001 à 2016



Source : Auteur, 2017

En somme, de toutes ces trois sources devant nous instruire sur la création littéraire au Burkina Faso, il ressort que la production existe mais reste encore très faible par rapport au potentiel.

Les métiers, qui concourent à la réalisation de cette phase qui est en amont de l'édition, sont entre autres, les métiers d'écrivains, de traducteurs, d'illustrateurs de pédagogues et de rédacteurs pour le livre didactique.

Une fois la phase de création terminée (même si elle reste un processus qui traverse toute la chaine de production du livre), on passe à l'édition qui est une phase souvent imbriquée à celle de création, où un mouvement de va-et-vient caractérise les relations entre l'auteur et son éditeur.

2. L'édition littéraire

L'édition est une entreprise commerciale, mais aussi et surtout culturelle, chargée de transformer les manuscrits des auteurs en livre pour ensuite les distribuer et les diffuser. C'est bien pour cela qu'elle doit réunir un minimum d'organisation à l'image des entreprises classiques.

Certains, comme Philippe SCHUWER[297], assignent à l'édition les fonctions principales de découverte d'auteurs (de thèmes et les formules d'édition), de financement de la fabrication des ouvrages, de diffusion et distribution des produits de l'édition, puis de promotion du fonds éditorial. La démarche de l'éditeur est guidée essentiellement par le gain financier, même si finalement beaucoup d'entre eux estiment qu'ils ne sont des commerçants comme les autres et qu'ils ont des relations plus sociales que commerciales avec leurs « *clients* ».

[297] SCHUWER, Philippe, *Traité pratique de l'édition*. Paris : Edition du Cercle de la Librairie, 1994.

En effet, nous pouvons comprendre la complexité du métier d'éditeur, qui va finalement au-delà de la simple fabrication du livre. Dans le contexte burkinabè, la perception de l'éditeur littéraire est un peu écornée. Certains ne voient pas finalement son rôle et contournent ce dernier pour aller discuter directement avec l'imprimeur.

Or en réalité, le point de jonction entre l'auteur et le lecteur, c'est l'éditeur, qui organise dans les règles de l'art la rencontre autour d'un produit qui peut prendre plusieurs formes ou genres.

a. L'édition au Burkina Faso : un des maillons faibles

- *Les débuts marqués par une dynamique panafricaniste et nationaliste*

Avant les Indépendances, l'essentiel de l'édition littéraire était l'apanage des colons. Quelques initiatives panafricaines existaient cependant pour marquer la présence africaine (les éditions *Présence africaine*, par exemple). On constate qu'après les indépendances, les jeunes États indépendants ont éprouvé la nécessité de monter une maison d'édition à vocation panafricaine. C'est ainsi que la maison d'édition dénommée Le*s Nouvelles éditions africaines* est née. Mais rapidement, cet idéal s'effondre au profit de maisons d'édition nationales. En effet, ayant cerné les enjeux de l'édition littéraire, certains jeunes États ont créé des maisons d'édition à vocation nationale pour porter la littérature nationale et surtout répondre à un besoin local de littérature. C'est le cas des *Nouvelles éditions africaines du Sénégal* (NEAS), des *Nouvelles éditions ivoiriennes* (NEI), des *Éditions nationales algériennes* (ENA). C'est lors de ce tournant décisif que le Burkina Faso a manqué le rendez-vous avec l'édition littéraire. Aucune politique volontariste n'a été conduite et les nombreux problèmes qui se sont invités dans l'histoire de la jeune république n'ont pas facilité les décisions qui devraient être prises pour le développement de la littérature écrite de la Haute-Volta. Et dès lors, la production littéraire s'est retrouvée contrariée.

- *L'édition littéraire au Burkina Faso est jeune*

L'édition au Burkina Faso est relativement jeune. En tant qu'industrie culturelle, elle n'a véritablement pris ses marques qu'au tournant des années 2000 avec l'organisation de certains acteurs (voir les dates de création des maisons d'édition dans le tableau ci-dessous).

Tableau 106: Répartition des maisons d'édition selon l'année de création

N°	Maisons d'édition	Année de création
1.	Éditions Arc-en-ciel	2013
2.	Éditions CEPRODIF	2000
3.	Vital éditions	2015
4.	Sankofa et Guirli éditions	1995
5.	L'Harmattan international	2014
6.	Éditions JETHRO SA	2011

7.	Découvertes du Burkina	2003
8.	Éditions la Muse	1990
9.	Mercury Editions	2017
10.	Éduc Afrique	2013
11.	Éditions descendues du ciel	2009

Source : notre enquête de terrain, 2017

Toutes les réflexions, qui ont porté sur le livre au début des années 1980, n'ont pas suffisamment pris en compte la dimension édition. En effet, ce que tout le monde appelle aujourd'hui *Le séminaire de Matourkou,* la première rencontre du genre, a évoqué la question de la littérature burkinabè avec un diagnostic qui en fait le constat : la production littéraire en langue française est peu abondante et il n'existe pas de maison d'édition en 1985 dans le pays. Mais comme le relève Salaka SANOU (2005), ce séminaire n'a pas abordé de façon spécifique la question de l'édition.

Il a fallu attendre 1988, à l'occasion du premier colloque du genre organisé par le département de Lettres modernes de l'Université de Ouagadougou, pour voir deux communications porter sur l'édition. Une des communications relevait les difficultés de l'administration à publier les œuvres primées dans le cadre des GPNAL. L'autre communication a porté sur les problèmes de l'édition littéraire au Burkina Faso. L'auteur de cette dernière communication avait dressé les défis de l'édition littéraire, relevant l'absence d'une véritable entreprise d'édition (ce qui justifierait le recours aux imprimeurs) et la pratique plus ou moins systématique de l'édition à compte d'auteur...[298]

Dès lors, la situation de l'édition est restée quasiment la même jusqu'à la fin de la décennie 1980-1990. C'est le début des années 2000 qui a vu l'émergence de maisons d'éditions au Burkina Faso. Les pratiques avant 2000 en termes d'édition littéraire, passaient par le recours à l'État central pour les activités d'édition dans le cadre des GPNAL ou par les auteurs eux-mêmes, qui se débrouillaient pour imprimer leurs documents et en assurer la diffusion ; dans le meilleur des cas, les auteurs avaient recours à l'édition hors du pays, en Côte d'Ivoire, au Cameroun, au Sénégal ou en France, entre autres.

C'est donc à juste raison que ledit colloque universitaire a recommandé à la fin des travaux, entre autres, la création d'une maison d'édition au Burkina Faso digne de ce nom et qui aura pour mission d'accompagner la création littéraire nationale.

Un autre colloque organisé en 1993 sur les langues dans le système éducatif a pointé l'épineuse question de l'édition des textes en langues nationales. Le colloque a reconnu que le succès de l'introduction des langues nationales dans le système éducatif passe par la production de textes

298 Actes du Colloque : *Les langues nationales dans les systèmes éducatifs du Burkina Faso : état des lieux et perspectives.* Ouagadougou : DGINA-CRDI, 1994.

didactiques et de documents pour la lecture. C'est pourquoi, face à l'évidence, le colloque a recommandé que la résolution de la question de l'édition des ouvrages en langues nationales prenne en compte la question globale de l'édition. En considérant les périodes pendant lesquelles toutes ces réflexions ont été menées et en prenant en compte les difficultés de mise en œuvre de certaines recommandations, on peut expliquer la jeunesse de l'édition littéraire au Burkina Faso. La réflexion est jeune, tout comme les entreprises de maisons d'édition.

- *Les premières initiatives d'entreprises éditoriales*

C'est donc après cette phase de réflexion et de balbutiement qu'à partir des années 1990-2000, les acteurs se sont constitués, soit en entreprise, soit en association pour tenter de résoudre la question de l'édition littéraire.

En effet, plusieurs types d'entreprises ont vu le jour, soutenues par l'État central et les partenaires au développement. Il s'agit d'initiatives à caractère associatif, comme la *Muse* et *Centre d'édition, de production, de distribution et de formation* (CEPRODIF), mais aussi d'initiatives individuelles, c'est-à-dire que des personnes privées ont financé leur entreprise sur fonds propres. Ce fut le cas des éditions *la Mante, ABC*, des éditions *Kraal* des éditions *Descendues du ciel*, etc. Il s'agit par ailleurs de la création de sociétés anonymes, comme les éditions *Hamaria* (dont le capital était détenu à 51 % par des nationaux et à 49 % par *Beauchemin* au Canada), des éditions *L'Harmattan Burkina*, de *Jethro SA*, etc. On a connu aussi la création d'entreprises d'édition satellite, côtoyant une activité commerciale principale comme l'Import-Export. Ce fut le cas des éditions *Graphic Technic International (*G.T.I.).

Enfin, il nous faut aussi compter les éditions « *institutionnelles* » qui ont fait un grand travail de production de documents. Parmi cette catégorie, on peut noter les ONG publiant des livrets de vulgarisation agricole, de sensibilisation, de formation des adultes et d'ouvrages parascolaires. Tels sont toujours les cas de *INADES-Formation*, l'ONG *Tintua, Faso livres, Elan-développement*, *Promo-langues*, etc. Certains services publics de l'État offrent des structures de publication comme les *Presses universitaires de l'Université de Ouagadougou* (PUO) ; le *Centre national de manuels et fournitures scolaires* (CNAMAF) pour les manuels de l'enseignement secondaire ; la *Direction générale de la recherche, des innovations éducatives et de la formation* (DGRIEF) du MENA pour les manuels du primaire et la production de manuels didactiques destinés à *l'Alphabétisation et à l'éducation non formelle* (AENF) pilotée par la *Direction de la recherche et des innovations en éducation non formelle et en alphabétisation* (DRINA) ; la *Direction de la promotion de l'encadrement de la petite*

enfance (DPEPE) du ministère de l'Action sociale et de la solidarité nationale (MASSN) pour les manuels de la maternelle, pour ne citer que ces initiatives d'édition.

L'enquête de terrain montre qu'aujourd'hui, beaucoup d'entre elles connaissent une telle léthargie qu'il est difficile de les considérer comme des entreprises d'édition littéraire. Parallèlement, une nouvelle génération d'éditeurs est en train de naitre. Nous avons rencontré de jeunes éditeurs et aussi des personnes qui préparent le lancement de leur propre maison d'édition. Certains acteurs voient dans cette nouvelle génération, constituée de jeunes (en âge) entrepreneurs ayant fait des études de commerce et autres, un espoir de professionnalisation et de développement du secteur.

Si l'on s'en tient à une vision professionnelle de l'édition, on peut dire que le paysage éditorial actuel est constitué de ceux exerçant pleinement le métier ; de ceux qui, ayant tenté de l'exercer, l'ont abandonné pour plusieurs raisons ; et enfin de ceux ayant la volonté ou l'intention d'entreprendre dans ledit secteur.

- *Les formes d'édition littéraire au Burkina Faso*

Il y a en tout trois, voire quatre formes d'édition littéraire qui sont pratiquées au Burkina Faso. D'abord l'édition dite *à compte d'auteur ; dans ce type d'édition*, l'auteur du tapuscrit prend en charge toutes les questions financières de l'édition de l'œuvre. La maison d'édition joue dans ce cas un rôle technique. Ensuite, le Burkina Faso connait la pratique de l'édition *à compte d'éditeur* : dans ce cas précis, l'auteur confie de bout en bout la fabrication du livre à l'éditeur qui accepte de supporter tous les frais relatifs. Par ailleurs, l*'autoédition* se pratique de plus en plus. Dans ce cas d'espèce, l'auteur se charge et des aspects techniques du livre et des aspects financiers de l'édition. L'enquête a permis de remarquer que l'autoédition est née de la volonté de certains auteurs, qui en plus d'être écrivains, ont créé eux-mêmes leur maison d'édition dans le but de publier leurs propres livres.

Ces dernières années, enfin, on assiste à une forme intermédiaire entre l'édition *à compte d'auteur* et l'édition à *compte d'éditeur*. Dans cette formule, l'auteur et l'éditeur se partagent les charges. C'est le cas des frais forfaitaires (variables d'une maison d'édition à une autre), allant de deux-cent mille à trois cent mille francs CFA[299] par titre et qui correspondent aux frais de dépenses faites en amont de l'impression (montage ou graphisme, impressions pour lecture et correction). Les choix des auteurs (en dehors de ceux qui ont leur propre maison d'édition) oscillent entre les trois formes d'édition, en fonction des opportunités.

[299] Rappel, 1 € est égal à 655,957 F CFA.

- *Le nombre de maisons d'éditions*

À partir de plusieurs sources, nous nous sommes rendu compte qu'il est pratiquement impossible d'avancer un chiffre sur le nombre des maisons d'édition au Burkina Faso. Chaque jour, on assiste à la création de nouvelles entreprises de maisons d'édition et, paradoxalement, à la disparition d'autres.

Le *Groupe des réseaux associatifs de la société des acteurs du livre* (GRAAL) dans une correspondance datée du 22 juillet 2016, adressée à monsieur le directeur du livre et du développement éditorial, listait 22 maisons d'édition fonctionnelles.

L'étude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique du Burkina Faso (2012) avançait le chiffre de 15 maisons d'édition. L'entretien que nous avons eu avec le président de l'ASSEDIF révèle un nombre plus bas encore :

> *« Notre association a recensé à la date d'aujourd'hui une dizaine de maisons d'édition fonctionnelles. Je ne parle pas des maisons d'édition fantômes ou créer circonstanciellement pour capter de l'argent. Je parle de celles qui ont un minimum d'organisation de leur entreprise et là, ça ne dépasse pas 10 maisons d'édition ».* [300]

En France, juste à titre de mise en perspective sans aller au-delà de la comparaison, l'édition de livre compte 4 300 entreprises en 2014 selon les *chiffres clés 2017*.[301]

De l'observation du terrain, nous avons remarqué que les maisons d'édition suivantes sont les plus actives : CEPRODIF (manuels scolaires) ; *l'Harmattan Burkina* ; *Faso Livres*, *Educ'Afrique*.

En somme, si l'on dénombre plus d'une vingtaine de maisons réclamant le statut d'éditeur, rares sont celles qui disposent d'une organisation minimum faisant d'elles une entreprise constituée ; très peu ont un service d'édition ou service littéraire, un service artistique et de fabrication, un service commercial, un service comptable. Les activités de tous ces services sont fusionnées et concentrées au niveau d'une seule et même section. Au lieu de fonctionner avec un statut d'entreprise à part entière, certaines maisons d'édition évoluent avec un statut d'association qui, du reste, limite les possibilités en termes de gestion et rentabilité.

300 Entretien réalisé avec JBS, Président de l'ASSEDIF, le lundi 11 octobre 2017 de 11h20 à 12h40 dans le bureau de l'enquêté au quartier Nagrin dans la ville de Ouagadougou.

301 Ministère de la culture et de la communication, DEPS. 2017. *Chiffres clés. Statistiques de la culture et de la communication 2017*. Paris, France: Ministère de la culture et de la communication.

- *La capacité de production*

Tout ce qui précède pèse sur les capacités intrinsèques des entreprises d'édition à produire des produits en quantité et en qualité. Le tableau ci-dessous révèle une densité de production éditoriale relativement faible, avec une moyenne de publication de cinq ouvrages l'an.

Tableau 107: Répartition des maisons d'édition par rapport au nombre total d'ouvrages édités

N°	***Maisons d'édition***	***Nombre total de titres***
1.	Éditions Arc-en-ciel	25
2.	Éditions CEPRODIF	174
3.	Vital éditions	3
4.	Sankofa et Guirli éditions	100
5.	L'Harmattan International	100
6.	Éditions JETHRO SA	97
7.	Découvertes du Burkina	100
8.	Éditions la Muse	15
9.	Mercury éditions	4
10.	Éduc Afrique	10
11.	Éditions descendues du ciel	12

Source : notre enquête de terrain, 2017

L'âge relativement jeune des entreprises d'édition littéraire explique cette faiblesse, mais les quelques maisons d'édition dites pionnières, créées avant les années 2000, n'ont pas autant produit que les jeunes éditeurs. Alors, en plus de la jeunesse de ces maisons d'édition, d'autres contraintes sont des facteurs de la faible production au Burkina Faso.

En outre, la complexité de l'entreprise éditoriale, qui exige, au-delà de la vocation et de la conviction, des ressources humaines et financières importantes, rend la production assez faible. À propos des ressources humaines, la plus grande entreprise d'édition que nous avons rencontrée ne comptait en 2017 que dix permanents, avec des qualifications souvent sans lien avec le métier d'éditeur. Par ailleurs, en ce qui concerne les aspects artistiques, la fabrication et même l'impression des livres, les techniciens d'appui n'ont pas, tous, la qualification requise.

Quand on observe le tableau précédent, on se rend compte de la grosse faiblesse de production. Il existe des maisons d'édition qui laissent passer une année, souvent jusqu'à cinq pour certaines, sans éditer un seul ouvrage.

b. L'édition de presse

Contrairement à l'édition littéraire, l'édition de presse depuis la IV^{e} République en 1991 a connu ce qu'il convient d'appeler « *le printemps de la presse écrite* ». Une poussée remarquable du nombre de titres de presse privée a été constatée depuis cette période à nos jours. Autour des années 2010, le Burkina Faso comptait quatre quotidiens. Aujourd'hui, il en compte onze, soit plus du double en moins de cinq ans. L'histoire politique du pays et l'émergence d'une nouvelle

génération de journalistes et hommes d'affaires expliquent cette croissance numérique. *A contrario*, c'est aussi dans la même période que des cessations de parution de certains numéros ont été enregistrées. L'évolution du contexte politique (avec le changement de régime) a contribué à faire disparaitre certains titres. Au tournant des années 2010, avec l'arrivée de la presse en ligne et la généralisation de la télévision avec les antennes paraboliques, beaucoup de journaux ont eu de la peine à s'adapter au nouvel environnement.

On dénombre près de 100 titres aujourd'hui, comme l'indique le tableau ci-dessous.

Tableau 108: État du nombre de titres de la presse écrite

Presse écrite	**Nombre**
Quotidiens	11
Hebdomadaires	11
Bimensuels	18
Mensuels	20
Bimestriels	01
Journaux institutionnels et spécialisés	20
Total	**81**

Source : Rapport 2015 du CSC, 2017

Aujourd'hui, en effet, l'Internet facilite l'émergence d'un autre type de presse, la presse en ligne qui compte en 2015, selon le rapport annuel du CSC, vingt-cinq médias, et perturbe en même temps le modèle économique de la presse classique.

3. La fabrication du livre

L'imprimeur organise l'ensemble des techniques permettant la reproduction d'un texte ou d'une illustration par mode d'impression. Elle est en charge de la fabrication matérielle du produit, suivant des matériaux spécifiques adaptés au livre. La fabrication inclut l'impression et le façonnage, jusqu'à la livraison du produit à l'éditeur ou auteur. Cette branche requiert beaucoup de techniques, liées aux standards et normes que doivent revêtir les œuvres. À cet effet, on dénombre des équipements lourds pour la prépresse, l'impression et la finition. Les imprimeries en pointe ont sensiblement le même niveau d'équipement en impression *offset*.

Présentement, la plupart des imprimeries recourent encore à des techniciens étrangers pour résoudre des problèmes de maintenance. D'énormes besoins s'expriment en formation du personnel pour l'accueil, la gestion de stocks, la maîtrise des couts, etc.

- *Le paysage de l'imprimerie au Burkina Faso*

Le paysage burkinabè compte plus d'une trentaine d'imprimeries, installées en majorité dans les grands centres urbains, notamment Ouagadougou et Bobo-Dioulasso et qui ne sont organisées ni en association, ni en groupement d'intérêt économique. Les premières imprimeries sont celles de l'État pour les besoins de l'administration publique. Puis progressivement, le

secteur s'est vite libéralisé avec la création et l'organisation de plusieurs secteurs d'activités aux lendemains des indépendances.

– *De nouvelles techniques d'impression*

On constate ces cinq dernières années l'installation sur le sol burkinabè de groupes libanais et français. Avec du matériel de dernière génération, les nouveaux venus sont en train de révolutionner le métier d'imprimeur, avec surtout l'impression numérique. Si dans un passé récent, les acteurs avaient systématiquement recours aux services des imprimeurs de la sous-région ou de la France, de la Chine, de l'Inde, etc., aujourd'hui il est possible de réaliser presque tous les travaux d'impression sur place. Cependant, il est difficile de trouver des imprimeries ayant les capacités et les compétences réelles pour fabriquer des livres en grandes quantités et selon les normes et les délais requis. L'un des problèmes, c'est la question des couts, donc des facteurs de production encore lourds.

La phase de fabrication mobilise principalement le métier d'imprimeur, avec de nombreux tâches et métiers connexes.

Cette section nous a présenté quelques aspects et réalités du maillon *édition littéraire* qui prend en compte la phase de création et aussi la phase technique de fabrication du livre, œuvre de l'esprit. C'est une phase déterminante dans la chaine du livre car elle compte dans la promotion, la vente et la consommation des produits de l'édition littéraire.

B. Les acteurs de l'édition littéraire au Burkina Faso

1. Les auteurs

a. Les auteurs de la Haute-Volta au Burkina : la même mission

L'auteur est un individu qui, sous l'inspiration, écrit ou conçoit des ouvrages littéraires, d'art, de science ou à caractère documentaire. Son travail, qualifié *d'œuvre de l'esprit*, est le point de départ de l'industrie du livre. Le travail de l'auteur est protégé par le droit d'auteur, mettant ainsi en avant la personne de l'auteur (contrairement au *copyright* qui confère à l'éditeur ou producteur l'essentiel des droits pour avoir pris le risque financier).

Les auteurs au Burkina Faso peuvent être regroupés en plusieurs catégories, voire spécialisations :

- les auteurs d'œuvres littéraires de la langue française ;
- les auteurs de livres en langues nationales ;
- les auteurs de manuels scolaires ou parascolaires ;
- les auteurs de manuels didactiques en alphabétisation et éducation non formelle ;

- les traducteurs ;
- les illustrateurs ;
- les auteurs de contenus numériques.

Il arrive que les auteurs s'attachent les services d'un agent littéraire. Dans le cas précis du Burkina, ce métier d'agent littéraire est plus que marginal.

En parcourant la littérature et la presse des années d'Indépendance, nous avons réalisé que le rôle de l'auteur voltaïque était assez circonscrit et ceci, en lien avec l'histoire sociopolitique du pays. Des articles de presse, assignent aux auteurs, aux lendemains de la liberté politique retrouvée, le devoir d'écrire pour sensibiliser, conscientiser, instruire les masses et valoriser le patrimoine national ; le devoir écrire pour ne pas disparaître et défendre leur « *négritude* ». En somme, ils devraient écrire pour raconter, par leurs propres mots, leur histoire et tracer leur futur dans la marche globale du monde.

– *Le nombre d'auteurs littéraires*

Nous avons entrepris le projet de dénombrer les auteurs littéraires tous genres confondus. Mais nous devons le reconnaitre, ce fut une aventure fastidieuse. Nous sommes allé voir les responsables d'associations littéraires et l'administration culturelle ; nous avons aussi essayé de parcourir systématiquement toute la littérature à notre disposition pour en dégager enfin un chiffre sur le nombre d'auteurs. Mais comme il fallait s'y bien attendre, notre démarche n'a pas été suffisamment concluante. Tout de même, quelques chiffres, découverts çà et là, peuvent nous donner un ordre de grandeur.

Un document datant de 2009, intitulé *Répertoire des auteurs burkinabè. Liste alphabétique mise à jour*, répertorie 416 auteurs burkinabè en mars 2009. Ce premier chiffre de 416 auteurs nous a semblé en deçà de la réalité et nous avons alors poussé notre investigation en recourant au registre du *Bureau burkinabè du droit d'auteur*. En procédant à l'addition des droits d'auteurs enregistrés au Burkina Faso sur les 32 dernières années de la vie de la société collective chargée de la gestion des droits d'auteurs, nous avons trouvé au total 874 auteurs, comme l'indiquent les deux tableaux ci-dessous.

Tableau 109: Adhésion des auteurs littéraires de 1985 à 2000

Adhésion	1985	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	Total
Total Auteurs	0	2	2	13	7	11	22	16	34	40	47	17	16	0	0	9	236

Source : BBDA, 2017

Tableau 110: Adhésion des auteurs littéraires de 2001 à 2016

Adhésion	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Total
Total Auteurs	14	16	25	26	27	19	15	18	16	31	54	90	96	64	48	79	638

Source : BBDA, 2017

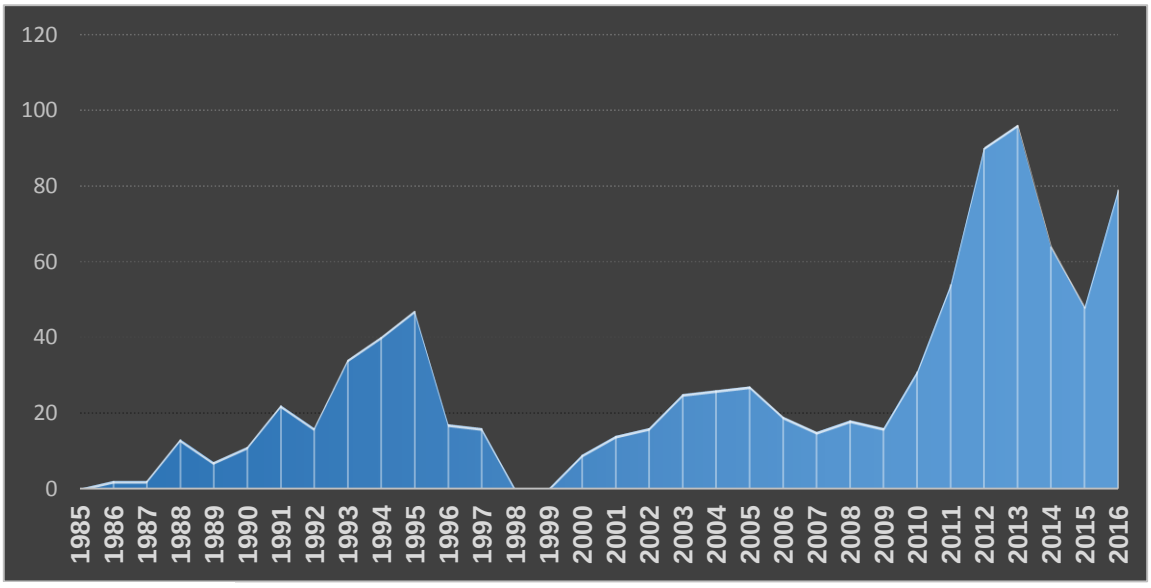
Même si le tableau ne révèle pas tout le potentiel en termes de nombre d'auteurs dont le pays regorge, il nous permet d'estimer entre 400 et 700 le nombre d'auteurs littéraires au Burkina Faso. Une fois encore, la comparaison avec la France, loin d'être équitable, nous donne une idée de ce qui est possible. En effet, l'*enquête Emploi* de l'INSEE dénombre 13 900 auteurs littéraires en 2014. C'est-à-dire, des personnes qui déclarent cette profession comme leur activité principale. Selon les *Chiffres-clés 2017*, en 2014, on dénombrait 2 200 écrivains, 1 600 illustrateurs et 1 000 traducteurs, affiliés à l'organisme de sécurité sociale des auteurs, l'AGESSA[302].

– *Le nombre d'auteurs a évolué en dents de scie*

Le nombre d'auteurs a fluctué dans le temps, comme l'indiquent toujours les chiffres du BBDA. En 2016 en effet, le nombre total d'adhésions était de 79 auteurs contre 48 en 2015, soit une progression de 64,58 %.

Une forte adhésion d'auteurs burkinabè au BBDA est observable entre 2012 et 2013, respectivement avec 90 et 96 nouveaux auteurs, comme l'indique la figure ci-après.

Graphique 46: Evolution du nombre d'auteurs au Burkina Faso

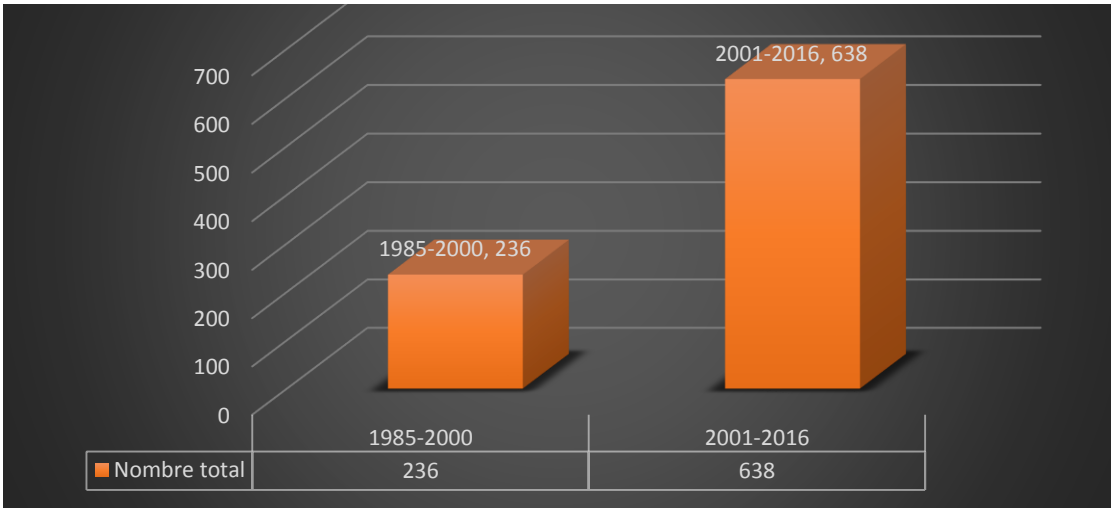


Source : Auteur, 2017

[302] *L'association pour la gestion de la sécurité sociale des auteurs* a été créée en 1978 et assure la protection sociale des écrivains, photographes, auteur-compositeurs de musique, auteurs d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles…

Quand on analyse les mêmes données, on peut s'apercevoir que le nombre d'auteurs a été plus important dans la deuxième moitié des 32 ans de la vie du BBDA, comme l'indique bien le graphique ci-dessous, confirmant ainsi l'hypothèse selon laquelle le renouveau littéraire amorcé dans les années 1980 n'a connu son *printemps* qu'au début du siècle avec la poussée d'entreprises d'éditions littéraires.

Graphique 47: Evolution du nombre d'auteurs dans le temps



Source : Auteur, 2017

– *Quelques caractéristiques sociologiques des écrivains burkinabè*

L'enquête de terrain a permis de déceler que le métier d'écrivain est fortement dominé par les auteurs de sexe masculin avec 87 % et 13 % de femmes.

Même si la tendance a fortement changé en nombre absolu, l'écriture et le pouvoir de publier un livre restent globalement un attribut masculin. Sans nous livrer à une explication d'une telle réalité sociale, retenons que la femme a été longtemps en marge de plusieurs métiers et fonctions. L'une des variables sérieuses de cette situation pourrait être la faible scolarisation des filles au Burkina Faso.

En dehors du sexe qui caractérise l'identité des écrivains burkinabè, l'âge détermine les différentes générations d'écrivains.

Les travaux de Salaka SANOU, qui ont porté sur un échantillon de 45 écrivains répertoriés (SANOU 2000), organisent l'âge des écrivains selon les trois repères suivants : ceux né avant 1950, ceux nés entre 1950 et 1960 et enfin ceux nés après 1960. Aujourd'hui, le découpage peut même s'élargir à quatre repères, pour prendre en compte les auteurs nés à partir des années 1980 et qui constituent la nouvelle génération d'écrivains burkinabè.

Malgré la faiblesse de l'échantillon, le travail de Salaka SANOU a déjà permis de s'apercevoir que les Voltaïques ont fait une apparition tardive sur la scène littéraire. En effet, le premier auteur de la Haute-Volta, en l'occurrence Nazi BONI, n'a publié son roman, le premier, qu'à

l'âge de 53 ans. Les principaux auteurs, que nous avons évoqués en introduction au présent développement, se sont manifestés après l'âge de 30 ans. Ainsi en est-il de M[e] Frédéric Titinga PACERE, auteur à 33 ans, Roger NIKIEMA à 32 ans et le regretté Somé Augustin COULIBALY à 41 ans. Même si elle n'a pas profondément changé, la tendance aujourd'hui montre que ce sont de plus en plus des jeunes, avec une moyenne d'âge comprise entre 30 et 40 ans, qui s'essaient.

En plus de l'âge et du sexe des écrivains burkinabè, nous avons remarqué autre caractéristique, significative, des auteurs burkinabè : la majeure partie d'entre eux résident à Ouagadougou. La situation socioprofessionnelle explique en partie cette concentration urbaine. C'est ce qu'affirme Salaka SANOU :

> *« Il semble exister un lien étroit entre la situation socioprofessionnelle et le lieu de résidence des écrivains burkinabè. En général, ceux-ci font partie des classes des élites (sociales et intellectuelles), ce qui peut être une raison suffisante de leur résidence à Ouagadougou ».*[303]

b. Organisation des auteurs

Face à toutes les difficultés de création, les auteurs se sont organisés dès les années 1960, pour promouvoir la littérature écrite et défendre leurs intérêts. Comme le fait remarquer fort bien Salaka SANOU, les grandes étapes de l'évolution de la littérature du pays :

> *« … coïncident avec les grands événements qui ont marqué la vie socio-politique du pays : la littérature a vu le jour presque en même temps que l'indépendance de la Haute-Volta ; les grands bouleversements politiques du pays seront ressentis tant au niveau des écrivains qu'au niveau de la pratique littéraire elle-même ».*[304]

- *Le CALAHV, première forme d'organisation des écrivains voltaïques*

La première des structures, qui, historiquement, devait servir de rampe à ces objectifs, est le le *Cercle d'activités littéraires et artistiques de Haute-Volta*. Fondamentalement inscrit dans la voie de la « *négritude* », le CALAHV, créé le 27 décembre 1966 à Ouagadougou, s'est fixé comme objectif la recherche des valeurs de la culture africaine pour le rendez-vous des civilisations et des peuples. Le CALAHV a été créé par les pionniers de la littérature voltaïque, du reste la première élite intellectuelle post-coloniale, qui sont Lompolo KONE, Sékou TALL, Augustin Sondé COULIBALY, Nazi BONI et Roger NIKIEMA[305].

303 SANOU, Salaka (2000), La littérature burkinabè… p.180

304 SANOU, Salaka (2000), La littérature burkinabè… p. 47.

305 Une vingtaine de membres composait la structure à sa création, toujours d'après le travail de Salaka SANOU.

Cette structure a très vite mis en place des outils pour l'atteinte des objectifs. L'un des premiers outils est le *Grand Prix CALAHV*, attribué aux meilleures œuvres artistiques et littéraires de l'année. D'après Salaka SANOU, dès 1967, la première édition a lieu dans les cinq sections du CALAHV ; la participation au concours littéraire a été très importante car 70 textes (poèmes, pièces de théâtre, nouvelles, récits et romans) ont été enregistrés.

Le second outil est le lancement d'une revue dénommée *Visages d'Afrique*. C'est le porte-voix de la jeune structure à l'international. Cette revue va aider à révéler aux yeux du monde de jeunes talents littéraires, comme Jean-Hubert BAZIE plusieurs fois lauréat des GPNAL. Le CALAHV a disparu au cours de l'année 1974.

- *L'UVAC et les tentatives de l'État d'avoir une mainmise sur le privé*

Puisque le CALAHV n'a pas survécu, une disparition liée à des problèmes de leadership mais aussi la situation sociopolitique marquée par le coup d'État du 8 février 1974 qui a vu l'avènement du gouvernement du *Renouveau national,* l'*Union voltaïque des associations culturelles (UVAC)* lui a été substituée, le 27 juillet 1975, avec beaucoup plus d'actions orientées vers les A*rts du spectacle*. En 1974, le département de la culture est rattaché au ministère de la Jeunesse et des Sports et c'est depuis lors que l'Administration a tenté de fédérer les associations culturelles sous son égide et son contrôle. Selon le *livre blanc sur la culture, « cette concurrence entre l'Administration et la société civile aboutira à la disparition du CALAHV sans que l'UVAC parvienne à lui survivre longtemps. L'Administration s'est posée en concurrente de la société civile au lieu d'en stimuler les efforts ».*[306]

D'après les archives que nous avons pu consulter, les écrivains sont restés sans une structure organisée jusqu'en 1981, donc plus de 7 ans.

- *La SEV et les problèmes de gouvernance*

La naissance de la *Société des écrivains voltaïques,* le 27 septembre 1981 à Ouagadougou, est venue combler le vide laissé par la CALAHV et dans une certaine mesure l'UVAC. C'est ainsi que la SEV s'est donné pour objectifs d'assurer la défense et l'illustration des valeurs culturelles voltaïques et africaines ; d'instaurer le dialogue entre écrivains et de défendre les intérêts matériels et moraux de ses membres.

306 Ministère des Arts et de la culture. 2001. *Livre blanc sur la culture*. Ouagadougou, Burkina Faso : Découvertes du Burkina, p.42.

Mais comme les précédentes organisations, la SEV sombrera dans la léthargie en raison des problèmes de leadership et de gouvernance. Le bureau n'arrivait pas à se réunir convenablement, pour des raisons….

> *« … de conflit de compétence entre le président et le secrétaire général, ce qui va créer un blocage de l'association : l'enthousiasme et la motivation de départ des militants tomberont bien vite, conduisant à une démobilisation mortelle »*[307]

- *L'APB pour consolider l'idéologie révolutionnaire*

Il a fallu encore attendre le 18 novembre 1984, aux lendemains de la Révolution d'août 1983, pour voir naitre l'*Association des poètes burkinabè*, dont les objectifs sont dans « *l'ère du temps révolutionnaire* » : regrouper l'ensemble des poètes burkinabè et rechercher les voies et moyens qui permettent aux poètes et récitants de mettre leurs plumes et leurs voix au service des masses populaires ; tenir haut le flambeau de la poésie burkinabè pour mieux participer à la revalorisation du patrimoine national et à l'élévation de la culture burkinabè au niveau international.

La durée de vie de la structure aura été très courte, puisque l'APV disparaitra en 1985, l'expérience des regroupements montre que les mêmes réalités, donc les mêmes sorts, caractérisent la vie des associations et corporations diverses de la filière.

- *L'UGEL pour repartir de plus belle ?*

On peut dire que la création de l'*Union des dens de lettres du Burkina*, l'UGEL, le 25 octobre 1985 à Ouagadougou, est le fruit d'une prise de conscience et d'un compromis des leaders des anciennes structures qui ont survécu. Tout en s'inscrivant dans l'idéologie révolutionnaire, l'UGEL et ses membres ont opté pour ce qu'il convient d'appeler une *littérature engagée*.

Comme nous le rapporte encore Salaka SANOU, l'UGEL est née dans la douleur, douleur de la rupture avec un passé récent, fait de querelles de personnes et d'ambitions non réalisées. Cette rupture, accompagnée d'une certaine nostalgie, a entrainé certains ainés de la littérature burkinabè à ne pas y adhérer. Cependant, la douleur de la naissance n'a pas été gratuite : elle a donné le jour à un nouveau-né dont le dynamisme de départ a surpris plus d'un.[308]

En effet, en deux ans seulement d'exercice, l'UGEL, comme le rapporte Salaka SANOU, a offert à la littérature burkinabè une considération et un respect véritables sur la scène internationale.

307 SANOU, Salaka (2000), *La littérature burkinabè…*, p. 184.
308 SANOU, Salaka (2000), *La littérature burkinabè*…, p.186.

Mais (une fois encore) depuis 1988, l'UGEL, selon les termes de Salaka SANOU, s'est retrouvée paralysée, en partie avec la disparition de son Secrétaire général, Babou Paulin Bamouni, lors des évènements tragiques du 15 octobre 1987. Et malgré les multiples tentatives depuis, comme le souligne Salaka SANOU, la structure a disparu de la scène littéraire burkinabè, décevant tous ceux qui, à l'intérieur comme à l'extérieur du Burkina Faso, avaient fondé de réels espoirs en elle.

- *La MUSE, pour résoudre la problématique de l'édition littéraire*

La *Mutuelle* pour *l'union et la solidarité des écrivains* (MUSE) est née le 13 septembre 1990 à Ouagadougou, avec pour objectifs d'organiser au mieux les écrivains, de promouvoir la culture et les écrivains par l'édition et la diffusion des œuvres littéraires, de défendre la liberté d'écrire et de publier.

La MUSE est née pour combler le vide de l'édition littéraire : tout en n'étant pas éditeur, elle se positionne comme un intermédiaire entre les auteurs et les imprimeries. Elle avait mis en place un comité de lecture chargé d'apprécier les manuscrits avant leur publication. De nos investigations, il ressort quelques publications grâce au soutien de l'UNICEF et de CODE, une organisation canadienne pour l'éducation au service du développement. La disparition de son président Patrick G. ILBOUDO en 1994 va provoquer un refroidissement dans les actions de la MUSE. Celle-ci va cependant tenter plusieurs fois de se refaire une santé organisationnelle mais difficilement. Aujourd'hui, la MUSE se résume à une seule personne qui essaie de garder « *le produit* », quoique dans une léthargie perceptible. Elle continue de représenter les écrivains burkinabè au sein du Conseil d'administration du BBDA[309].

- *La SAGES, pour combler le vide constaté*

Depuis que la MUSE vivote, de jeunes écrivains ont cependant commencé à émerger et donc à éprouver les méfaits du vide organisationnel face aux défis de développement littéraire. C'est ainsi que, finalement, en 2011 à Ouagadougou, la *Société des gens de l'écrit et des savoirs*, (SAGES) est née, avec à sa tête l'écrivain Dramane KONATE. Depuis cette date, un travail de communication a été entrepris pour poser les jalons d'une société organisée.

À entendre les membres fondateurs parler des objectifs de la structure, on est en droit de penser que ce sont les mêmes motivations qui expliquent la mise en place de nouvelles structures :

[309] Une représentation qui suscite des contestations, avec comme raisons, la représentativité de la MUSE. Pour beaucoup d'acteurs, la MUSE est morte et ne saurait représenter les auteurs au sein d'une structure comme le BBDA.

combler le vide laissé par les défuntes structures, promouvoir la littérature et l'auteur burkinabè, accompagner les jeunes écrivains, réaliser ce qu'ils ont appelé *la maison de l'écrivain.*

Les textes de la SAGES ont été révisés en août 2017, avec des modifications de taille dans les statuts et règlement intérieur. Il s'agit de la limitation à deux mandats des fonctions de président puis des conditions d'adhésion, lesquelles ne sont plus d'office liées au fait d'être auteur d'une œuvre mais, condition supplémentaire désormais, à une démarche d'adhésion ou d'inscription au registre de l'association.

Nous pouvons nous réjouir de voir cette première transition[310] se mettre en place au sein de l'association, présageant d'une gouvernance démocratique.

Ce que nous savons, c'est que, depuis la mise en place de cette structure, plus de 100 dédicaces d'œuvres littéraires ont été systématiquement organisées par la SAGES ou auxquelles elle a été associée. Elle a également été très active dans la mise en place de la fédération littéraire dénommée GRAAL.

- *Le GRAAL, la volonté de fédérer et de former une société civile littéraire*

Les concertations ont abouti à la création de la faitière des acteurs du *Livre*, le GRAAL, *Groupe des réseaux associatifs de la société des acteurs du livre*, en septembre 2013. C'est une structure faîtière, censée prendre en compte les aspirations de tous les acteurs de la chaine du livre.

Malheureusement, en quelques années d'existence, le GRAAL semble être frappé des mêmes maux que les structures qui l'ont précédé : contestations du leadership, mésententes intestines, impossibilité de tenir des rencontres statutaires, absence de moyens de fonctionnement…Ce qui a fait dire à un acteur de la filière *Livre* : *« le GRAAL est un échec ! »*.

Comme nous venons de le constater avec le rappel historique et l'existant, les organisations d'écrivains ont connu des fortunes diverses, avec cependant des objectifs et des ambitions bien nobles. Les associations ont toutes vu le jour dans des contextes sociopolitiques précis et ont été animées par des hommes témoignant d'un engagement politique avéré. Lequel engagement politique, selon Salaka SANOU, a été souvent la cause de la dislocation des associations, les divergences politiques apparaissant parfois en filigrane des querelles de personnes.

Les connaissances sur les auteurs manquent cruellement. Depuis le travail systématique de Salaka SANOU (2000) sur la littérature burkinabè dans une approche bio-biographie, nous ne connaissons plus rien des hommes et de leurs œuvres. Or, une connaissance sur le profil des

310 L'Assemblée générale d'août 2017 a permis de porter DAO Aboubacar, Inspecteur de français, à la tête de la SAGES pour un mandat de 2 ans renouvelable une fois.

auteurs d'hier et d'aujourd'hui apporterait un plus dans la formulation des politiques de développement de la filière *Livre* en mutation.

2. Peut-on vivre de sa plume au Burkina Faso ?

Si les auteurs sont les moteurs de l'industrie du livre, ils en sont souvent, pour la plupart, les plus démunis.

Pour les quelques écrivains que nous avons rencontrés, très peu vivent de leurs livres. D'une part, ils sont généralement mal payés par leur éditeur, lequel souhaite d'abord avoir un retour compensateur sur les fonds investis. Les contrats d'édition sont bien souvent défavorables aux auteurs. D'autre part, l'étroitesse du marché et toutes les autres faiblesses qui seront évoquées *infra* dans ce chapitre expliquent la « *pauvreté* » des écrivains. Au Burkina Faso, il n'y a aucune pratique professionnelle d'agent littéraire, telle que pratiquée par exemple en Europe et aux États-Unis.

Certains, sinon la majeure partie des auteurs, ont pallié ces problèmes en devenant eux-mêmes éditeurs. Ils ne s'en sortent pas nécessairement avec cette option mais ils ont la possibilité de s'investir dans la promotion et d'avoir un certain contrôle de la situation de vente.

Des auteurs ont adopté pour stratégie de créer ponctuellement une maison d'édition littéraire pour éditer et publier leurs propres œuvres. C'est le cas actuellement de la *MUSE*, qui édite les œuvres de son responsable ; c'est aussi le cas des éditions *Educ'Afrique* et c'est enfin le cas de *CEPRODIF*. Et la pléthore des maisons d'édition est consécutive aux problèmes de rentabilité. Pour réduire le nombre d'intermédiaires, les auteurs optent presque spontanément pour la création de leur maison d'édition et dans le meilleur des cas pour la solution de l'édition à compte d'auteur.

En plus de cette stratégie qui est conjoncturelle et structurelle, les auteurs déclarent exercer d'autres métiers en plus de l'écriture, laquelle est plutôt pour eux une passion qu'une activité « *alimentaire* ». Ainsi, on y rencontre des fonctionnaires, des enseignants, des salariés du privé, des étudiants et élèves, des hommes de tenue (gendarmes, militaires, policiers…).

En 2016, le droit d'auteur a distribué 21 660 028 F CFA (32 476 euros) aux 79 membres inscrits pour la même période. Ce chiffre représente ce que deux écrivains français perçoivent au titre des droits d'affiliation à l'AGESSA.

En effet, en 2014, un écrivain sur deux, affilié à l'AGESSA, percevait au moins 17 610 euros par an de revenus au titre de la création ; un illustrateur sur deux percevait un revenu d'auteur d'au moins 18 900 euros ; et le revenu médian des traducteurs s'élevait à 19 200 euros[311].
Ces chiffres éloquents sont à considérer dans leur contexte certes, mais nous donnent une bonne idée du fossé entre les deux aires géoculturelles.

La situation des auteurs demeure précaire et la plupart sont obligés d'avoir un emploi dans un autre domaine pour gagner leur vie. Aucun auteur ne se présente comme écrivain de profession. Les tirages, qui sont souvent faits des ouvrages publiés, peuvent confirmer un tel état. Les éditeurs, ou encore les auteurs-éditeurs, ne parviennent à présenter que des tirages qui oscillent entre 200 exemplaires et 500 exemplaires. Dans le meilleur des cas, ils atteignent 1000 exemplaires. Avec ces tirages faibles, on s'imagine comment il est difficile de vivre de ses œuvres littéraires.

3. Les éditeurs

a. Le profil d'un éditeur burkinabè

En plus de l'engagement financier qu'il consent, l'éditeur est la personne qui, en dernier ressort, choisit les textes à éditer, qui négocie les droits et qui participe activement à la mise au point définitive de l'œuvre, sous ses différents formats. L'éditeur, c'est celui qui réalise, publie et commercialise une œuvre. Il est l'homme-orchestre qui organise les comités de lecture et relecture, d'une part et celui qui négocie les termes de contrat avec les auteurs, les distributeurs et les diffuseurs, d'autre part. C'est un métier très exigeant, qui demande des compétences en management, en gestion et marketing-communication pour ne citer que celles-là, auxquelles il faut ajouter l'intuition.
Nous ne disposons pas d'assez d'informations quant au profil des éditeurs du Burkina Faso. Mais la cartographie que nous avions réalisée sur les acteurs des industries culturelles (1re partie) montre un profil de personnes d'un niveau supérieur, mais sans formation professionnelle en lien direct avec leur fonction d'éditeur ou d'entrepreneur culturel. Cette situation générale caractérise aussi bien les éditeurs du Burkina qui, pour la plupart d'entre eux (sinon tous), sont arrivés au métier d'éditeur « *par passion et vocation* » pour le livre et la littérature en général. Sur la douzaine de maisons d'édition fonctionnelles que nous avons répertoriée, l'ensemble des responsables de ces entreprises ont un niveau supérieur. Tous sauf

[311] Ministère de la culture et de la communication, DEPS. 2017. *Chiffres clés. Statistiques de la culture et de la communication 2017*. Paris, France: Ministère de la culture et de la communication, p.196.

un (qui en réalité fait de l'imprimerie sa première activité) exercent le métier d'éditeur comme seconde occupation professionnelle. L'enquête de terrain révèle, en effet, que ce sont des fonctionnaires en exercice, des cadres de la fonction publique à la retraite, des universitaires. Par ailleurs, ils sont tous installés en milieu urbain (Ouagadougou et Bobo-Dioulasso). Ainsi s'est régulièrement posée la question de la maitrise du métier d'éditeur et de la gestion, voire du management, de l'ensemble des éditeurs.

À partir de ce profil succinct, nous nous apercevons donc que la question de l'esprit global d'entreprise, c'est-à-dire, l'obligation de résultat financier, de rigueur dans la gestion, d'outil managérial, ne se pose que pratiquement *extra muros* de ces entreprises ou associations.

b. Les ressources de l'éditeur

L'enquête de terrain a montré qu'en dehors de quelques éditeurs, la majorité d'entre eux ne bénéficie pas de ressources humaines en quantité et en qualité. Les éditeurs s'entourent très souvent de leurs amis ou anciens collègues pour assurer la lecture des manuscrits ; le personnel vit dans la précarité et se révèle prêt à partir à tout moment quand de nouvelles offres d'emploi se présenteraient à eux. Les éditeurs eux-mêmes n'ont pas de salaires, n'ont pas de siège et n'ont pas de personnel permanent. Le président de l'ASSEDIF s'exprime à cet effet : « *…vous savez, le métier d'éditeur n'est pas porteur. Ce n'est pas comme une quincaillerie ou un maquis qui brassent des milliers de francs. Les charges de l'éditeur sont nombreuses et en retour le marché est difficile ».*[312]

c. La polémique autour de qui est ou n'est pas éditeur : le vide juridique

Face au vide réglementaire sur le métier d'éditeur, les entreprises se créent et disparaissent au gré des moyens et des intentions. Aujourd'hui, beaucoup d'acteurs pensent que c'est un secteur sans cadre précis. Ils font souvent allusion au sous-secteur de l'imprimeur, qui lui, est plus réglementé.

La poignée d'éditeurs ayant un début d'organisation administrative et financière s'offusquent contre les « *éditeurs opportunistes et clandestins* », ceux qui présentent leur entreprise tout entière, concentrée dans *un sac à main*.

Un texte en cours d'adoption devrait bientôt corriger et mettre de l'ordre dans le secteur d'activité de l'édition, afin de lui permettre réellement de contribuer à la création d'emplois et

[312] Entretien avec JBS, Président actuel de l'ASSEDIF, entretien réalisé le 9 octobre 2017 à 11h20 dans son bureau au quartier Nagrin de la ville de Ouagadougou.

de richesses. C'est donc dans un contexte de confusion du statut d'éditeur que *l'Association des éditeurs du Burkina Faso* a vu très tôt le jour.

d. L'organisation des éditeurs

- *L'ASSEDIF*

Contrairement aux écrivains, les éditeurs n'ont pas pléthore de corporations. En dehors de certaines structures comme la *MUSE* historiquement, qui, en plus de la promotion de l'écrivain, voulait assurer la publication des œuvres des écrivains burkinabè en étant des intermédiaires entre les auteurs et les imprimeurs, il n'y avait pas d'organisation spécifiques des éditeurs.
Face au vide organisationnel et aux difficultés rencontrées, les acteurs de l'édition ont mis en place une organisation professionnelle dénommée ASSEDIF, *Association des éditeurs du Burkina Faso*. Cette association a été créée en juin 1998 avec l'appui financier de l'OIF.

> *« La subvention de l'OIF a permis de mener des actions sur le terrain mais à la fin de la subvention, les activités se sont aussi arrêtées. Chaque fois c'est d'ailleurs comme ça. La fin du financement correspond à la fin des initiatives ».*[313]

D'après les textes fondateurs de ladite structure, c'est considérant l'importance du livre comme moyen de préservation et de promotion de la culture, de transmission du savoir, et comme support de recherche sociale et scientifique, de protection de l'héritage national et d'amélioration de la vie des citoyens, d'une part et considérant le besoin des professionnels du livre de se réunir en association de coordonner les activités des éditeurs au Burkina Faso, d'autre part, que les éditeurs ont décidé de se regrouper au sein d'une association nationale.
Le but de l'Association est de contribuer à la promotion et au renforcement des maisons d'édition, par la défense des intérêts professionnel, économique et social de ses membres.
Plus spécifiquement, l'ASSEDIF poursuit comme objectifs de :

- collecter et échanger des informations sur les activités du secteur de l'édition au Burkina Faso ;
- favoriser la promotion du livre et des habitudes de lecture ;
- publier et diffuser l'information à ses membres et au public ;
- favoriser la formation et le recyclage du personnel de la profession ;
- trouver les moyens de faciliter l'édition du livre ;
- favoriser les services de promotion ;

313 JBS, Président actuel de l'ASSEDIF, entretien réalisé le 9 octobre 2017 à 11h20 dans son bureau au quartier Nagrin de la ville de Ouagadougou.

- fournir les services conseils.

De notre entretien avec le président actuel de l'Association, il ressort que c'est effectivement une dizaine de membres qui payent leurs cotisations et participent aux rencontres statutaires.

- *LA SEP*

La *Société des éditeurs de presse* (SEP) est la faitière des entreprises de presse. La SEP poursuit comme objectifs :

- aider à l'acquisition d'intrants (achat de papier en gros) ;
- défendre les intérêts moraux et matériels de ses membres ;
- former et aider au développement des entreprises de presse ;
- défendre la liberté de la presse et la professionnalisation du métier de journaliste ;
- travailler à la mise en place de la carte de presse ;
- participer à des formations à la gestion d'entreprise de presse.

L'action de la SEP a travaillé dans la dernière décennie à l'instauration d'un fonds de soutien à la presse, à l'adoption des textes réglementaires de la fonction d'éditeur de presse.

- *Les autres éditeurs*

Les éditeurs scolaires sont l'administration publique et quelques privés, qui n'ont pas encore le monopole face à l'État. Au moins trois niveaux sont à considérer : les éditeurs des manuels scolaires du ministère des Enseignements secondaire et supérieur ; les éditeurs des manuels scolaires de l'éducation nationale et enfin les éditeurs des autres documents de l'administration publique.

- *Les multinationales*

Au Burkina Faso, on note l'intervention dans le marché du livre, surtout celui du livre scolaire, des maisons d'édition qui sont des multinationales à l'image de *Hachette, Nathan* et EDICEF. Ce sont ces entreprises qui raflent tous les marchés des manuels scolaires du secondaire et du supérieur, au prétexte qu'il n'y a pas d'éditeur national compétent pour assurer la rédaction et l'édition des manuels.

Une autre maison d'édition d'importance se révèle la maison d'édition *l'Harmattan*. Notre enquête a révélé deux types de sociétés distinctes mais qui ont une même histoire. Depuis 2014, il convient en effet de distinguer *Harmattan Burkina* et *L'Harmattan International*[314].

4. Les imprimeurs

L'imprimeur organise l'ensemble des techniques permettant la reproduction d'un texte ou d'une illustration par mode d'impression. L'imprimerie est l'établissement, le lieu où l'on imprime des livres, des journaux. Concernant l'imprimerie, la situation est mitigée. Le secteur a connu un certain développement depuis la naissance de l'imprimerie nationale en 1963. Certains opérateurs économiques se sont dotés d'équipements numériques mais la majorité des acteurs manquent de savoir-faire, surtout lorsqu'il s'agit d'ouvrages autres que les commandes liées aux travaux de ville et l'impression de journaux. Si les résultats sont acceptables, la finition du livre demande encore davantage de compétences et de programmes de formation adaptés, pour les professionnels de ce secteur.

- *Le profil des imprimeurs*

En général, les imprimeurs sont des entrepreneurs comme tous les autres, motivés par le gain. Ils développent leur activité autour de la demande et de l'offre d'impression. Peu sont les imprimeurs qui ont une sensibilité particulière pour la littérature et la presse.

Les expatriés ont occupé et occupent encore le marché de local. Pour bénéficier d'une impression avec du matériel de dernière génération, il est de notoriété publique que ce sont les Libanais qui en détenaient le secret. Aujourd'hui, cependant, de petites unités d'impression, installées dans les quartiers, sont gérées par des Togolais, Béninois et surtout Nigérians. Les nationaux ont des unités d'impression de taille moyenne, qui rivalisent avec les imprimeurs étrangers, notamment français et libanais.

Les ouvriers qui participent à la fabrication du produit sont formés sur le tas. Les ouvriers qualifiés se font rare, du fait de la défaillance du système éducatif qui ne forme pas des techniciens qualifiés pour les différents corps de métiers. Les imprimeries que nous avons observées procèdent souvent par des stages pratiques qu'elles accordent aux « *jeunes* », lesquels au bout de 6 ou 12 mois, acquièrent des réflexes pour exécuter des travaux précis. Par conséquent, la main-d'œuvre est moins chère et peu qualifiée. Certains responsables avaient

[314] Le représentant de l'Harmattan international que nous avons eu au téléphone, explique que c'est suite à des problèmes de gestion et d'abus de confiance que le gestionnaire d'alors a préféré lancer sa propre maison d'édition qu'il a baptisé *l'Harmattan Burkina.*

même considéré comme atout le fait d'avoir des ouvriers non scolarisés et recrutés sur le tas, pour la confidentialité des documents imprimés. Mais aujourd'hui, les centres de formation technique installés dans quelques villes et soutenus financièrement et matériellement pas la Coopération taiwanaise, sont en train d'offrir au marché des ressources humaines qualifiées.

– *Les imprimeurs et leur localisation géographique*

On dénombre au Burkina Faso plus d'une soixantaine d'imprimeries, installées en majorité dans les grands centres urbains, notamment Ouagadougou et Bobo-Dioulasso (Imprimerie *Presses africaines*, Imprimerie de la *Savane*, *Imprimerie nationale*, pour les plus anciennes).

– *L'organisation des imprimeurs*

L'enquête de terrain ne nous a pas permis d'identifier formellement une organisation en association, ni en groupement d'intérêt économique autour du métier d'imprimeur.

5. Les autres acteurs

– *Le droit d'auteur*

L'un des acteurs dans le maillon de la création et de l'édition, c'est aussi le *Bureau burkinabè du droit d'auteur* (BBDA). Il soutient les projets de création et d'édition de ses membres, à travers des appels à projet. En effet, le *Fonds de développement culturel et touristique* (FDCT) permet à des écrivains ou à des éditeurs de bénéficier d'un accompagnement financier pour publier leurs ouvrages.

– *Les structures de formation*

L'Université de Ouagadougou forme des étudiants en lettres et en journalisme. C'est l'UFR-LAC des Universités Ouaga 1 Professeur Joseph KI-ZERBO et l'IPERMIC (Institut panafricain d'étude et de recherche sur les médias, l'information et la communication) qui assurent cette formation, en tant que structures publiques. Au sein de l'Université de Koudougou existe encore une filière littéraire. L'État forme également des ressources humaines dans les métiers du livre à l'École nationale d'administration et de magistrature (ENAM). Depuis 2011, à l'ENAM, une formation est ouverte au personnel de l'État dans quelques métiers du livre et de l'information documentaire. Dans le domaine du journalisme, l'État bénéficie aussi de l'ISTIC (Institut des sciences et techniques de l'information et de la communication), qui assure la formation des professionnels de la communication et du journalisme.

C. L'analyse de l'édition littéraire et les stratégies d'acteurs

1. Les forces et les faiblesses de la création

a. La liberté d'écrire et de publier

Au Burkina Faso, la Constitution reconnait le droit et la liberté de chacun dans les domaines de la culture et des arts. En effet, en ses articles 18 et 28 respectivement, la Constitution du Burkina Faso[315] garantit la création artistique et scientifique et protège la propriété intellectuelle, notamment à travers la loi n° 32 99/AN du 22 décembre 1999.

Mais avant cette période, la presse comme les auteurs littéraires étaient confinés dans leur démarche artistique. Beaucoup ont eu recours aux tracts pour s'exprimer ou simplement se sont exilés. Un des livres d'avant 1990, année qui consacre le retour à la république et à la démocratie, et caractéristique des difficultés de la liberté d'expression, c'est bien le livre du journaliste d'investigation Norbert Zongo, *Le parachutage* édité en 1988. Salaka SANOU (2005) révèle un pan de cette histoire dans la notice biobibliographique de l'auteur :

> *«…au bout de deux ans de formation à Lomé, il est expulsé pour raison de subversion, le manuscrit de son roman Le parachutage, envoyé aux éditions CLE de Yaoundé, ayant été intercepté par la sécurité togolaise : son contenu est jugé comme une insulte au président de la République. Accueilli (pour ne pas dire cueilli) par la gendarmerie nationale burkinabè, il goûtera à la vie des cellules de cette institution ».*[316]

Mais finalement le livre paraitra par la suite aux éditions ABC en 1988.

Au niveau de la presse, même s'il est permis de considérer qu'aujourd'hui elle est une réalité, cette liberté de l'expression a toujours été l'objet d'une grande lutte des acteurs, particulièrement au passage du 3e millénaire.

Les acteurs de la presse ont travaillé au respect de la liberté de la presse, souvent au prix fort. On notera la mort de journalistes pour l'expression publique de leur opinion et souvent l'exercice de l'autocensure dans les médias publics et autres presses acquises à la cause d'un parti politique ou du gouvernement. Les missions du *Conseil supérieur de la communication* ont souvent contraint certaines presses à la suspension de leur parution. Cela a été le cas, par exemple, de *l'Evènement* en 2016, suspendu pour un mois…

---

315 Constitution de 1991, Art. 18. : L'éducation, l'instruction, la formation, le travail, la sécurité sociale, le logement, le sport, les loisirs, la santé, la protection de la maternité et de l'enfance, l'assistance aux personnes âgées ou handicapées et aux cas sociaux, la création artistique et scientifique constituent des droits sociaux et culturels reconnus par la présente Constitution qui vise à les promouvoir.

316 SANOU, Salaka, 2000. *La littérature burkinabè: l'histoire, les hommes, les œuvres*. Francophonies. Limoges: Presses Universitaires de Limoges, p.165-166.

Dans le classement de la liberté de la presse 2018[317], le pays occupe le rang de 41e sur 180 pays du monde. Il est classé premier en Afrique francophone et cinquième en Afrique. Mais globalement, les acteurs pensent qu'il existe une liberté d'expression au Burkina Faso, même si celle-ci est fragile[318].

En somme, la liberté de création littéraire et la liberté de presse ou de publication constituent une force qui profite à la création artistique et aux acteurs, tant en amont qu'en aval de l'édition. Consacrée par la loi fondamentale du pays, la liberté de création encourage les écrivains, les illustrateurs à penser justement les maux et les défis du présent et à imaginer, sans censure, le futur des peuples. Cette liberté s'exprime aujourd'hui avec les poèmes, les pièces de théâtre écrites, les nouvelles et les romans. Ces trois dernières années ont vu naitre des œuvres, en lien avec l'actualité sociopolitique du pays. Beaucoup d'écrivains ont toujours des manuscrits dans leurs tiroirs, qui n'attendent que des opportunités d'édition et de publication.

Face à cette disponibilité des Burkinabè, se pose de plus en plus la question du rapport des jeunes à l'écrit. En effet, les anciens reprochent aux jeunes de ne pas aimer le livre et donc de ne lire que très peu. Nous verrons *infra* que la question de la lecture est au centre des politiques du livre mais tous les acteurs reconnaissent que le gout de la lecture baisse, avec pour conséquence le découragement des auteurs à écrire. *« Ça sert à quoi si tu écris et personne ne te lit. Quand même la fierté d'un écrivain réside dans l'idée qu'il est lu »*. Ce sont ces propos que nous avons entendus, de la part des écrivains pendant l'enquête.

Quoiqu'il existe des écrivains très attachés à la pratique d'écriture, il y a de quoi s'inquiéter, avec les mutations actuelles qui caractérisent la filière du *Livre* et les pratiques de lecture. Les jeunes sont beaucoup plus tournés vers des pratiques numériques qui allient son, image et textes courts. Aujourd'hui, il faut imaginer des outils et méthodes pour capter l'intérêt des lecteurs potentiels, *via* les technologies nouvelles.

317 Classement annuel de *Reporters sans frontières*.

318 Cette situation est partagée par *Reporters sans frontières* en ces termes : « Le Burkina Faso se classe parmi les réussites du continent africain en matière de liberté de la presse, avec un paysage médiatique dynamique, professionnel et pluraliste. La transition post Blaise Compaoré s'est déroulée sans répression majeure des médias et la diffamation a récemment été dépénalisée. Toutefois une certaine pression demeure : les cas de diffamation, notamment, sont passibles de lourdes amendes pouvant mener à la fermeture pure et simple des médias concernés. Par ailleurs, la suspension soudaine du journal d'investigation *L'Evènement* en février 2016, *« pour diffusion d'informations relevant du secret militaire »* relatives au putsch manqué, et les menaces recensées cette année contre des journalistes critiques du président, montrent à quel point la liberté de l'information au Burkina Faso reste fragile ». https://rsf.org/fr/burkina-faso consulté le 21 mai 2018.

b. L'organisation des acteurs

Un autre constat mérite d'être relevé, c'est l'organisation actuelle des acteurs, autour des structures comme la SAGES et le GRAAL. Même si elle n'est pas parfaite, l'organisation actuelle permet aux créateurs de trouver un cadre d'expression et de création.

La faiblesse constatée de ces structures réside, dans un premier temps, dans la gouvernance et le leadership ; dans un second temps, réside dans les moyens, humains, matériels et financiers, nécessaires au fonctionnement des structures associatives ou faitières. Cela fait plus de cinq ans que les acteurs nourrissent l'idée de créer ce qu'ils ont appelé la *maison de l'écrivain*, mais sans y parvenir, faute de moyens.

La plupart des acteurs sont arrivés aux métiers par passion pour le livre et la littérature en général et n'ont donc pas eu forcément une formation d'éditeur. Alors, la question se pose régulièrement de la maitrise du métier d'éditeur et de la gestion, voire du management de l'ensemble des éditeurs.

Face à ces difficultés, les acteurs de la filière ont mis en place des organisations professionnelles, dont les plus représentatives sont *l'Association des éditeurs du Burkina Faso* (ASSEDIF), la *Société des éditeurs de presses* (SEP), *l'Association des éditeurs et publicitaires de journaux en langues nationales* (AEPJLN).

c. La maitrise des techniques rédactionnelles

La formation et la maitrise des genres littéraires constituent l'autre difficulté de la création littéraire. Lors des compétitions comme les GPNAL, les rapports de jury font ressortir les confusions de genres chez les candidats. Les genres fréquemment en cause sont la nouvelle et le roman. Quelques acteurs ont tenté, sans jamais poursuivre les initiatives, de mettre en place des formations sous forme d'ateliers et de résidences d'écriture à l'intention des jeunes auteurs. C'est de notre avis une piste intéressante pour une maitrise parfaite des genres et donc de la qualité des œuvres.

On peut dire à cette étape qu'une évolution est en marche en quantité dans la création des œuvres et que la formulation en termes *crise d'écriture* est inappropriée, malgré tous les enjeux du numérique. Les auteurs continuent d'écrire, de s'exprimer, de traduire leur vision du monde par des œuvres inédites.

Mais ce qui constitue un problème dans la création littéraire, c'est la faiblesse du soutien à la création. Plusieurs années peuvent s'écouler en effet sans qu'on ait des ateliers, ni de séminaires, encore moins des résidences de créations organisées.

– *La formation des auteurs*

Puisque le profil socioprofessionnel des écrivains est varié, la question de la formation s'apprécie à plusieurs niveaux. Il y a ceux qui ont un niveau universitaire et en lettres et ceux qui n'ont eu de formation sur l'écriture littéraire. Nous avons constaté que c'est l'auto-formation qui est la pratique courante pour se former à l'écriture. De temps en temps et en fonction des moyens des associations littéraires, des ateliers de quelques jours sont organisés au profit des jeunes écrivains en quête de connaissances et de reconnaissance.

– *Les auteurs-pédagogues*

Sans verser dans un débat inépuisable, il nous a été dit à plusieurs reprises, lors de l'enquête de terrain, que le Burkina Faso n'avait pas suffisamment formé ses pédagogues, pour qu'ils soient capables de rédiger des manuels au profit des différents ordres d'enseignement :

> *« Comment rédiger pour qu'un apprenant devant son livre soit capable de comprendre la leçon et bien traiter l'exercice, voilà tout le problème que nous avons. Nous n'avons pas de rédacteurs qualifiés. Une fois nous avons réuni des professeurs de philosophie pour rédiger un manuel et ils nous ont produit un document de 700 pages. Vous voyez ? Ce n'est pas possible. ».*[319]

Globalement, la stratégie des auteurs, c'est l'édition à compte d'auteur ou la coédition ou l'autoédition qui se pratique :

> *« Au moins j'arrive à publier mes propres manuscrits sans avoir affaire à des éditeurs aux conditions difficiles d'accès »*[320]

2. Les forces et les faiblesses de l'édition

a. Politique de soutien à l'entreprise éditoriale

L'édition littéraire burkinabè est, peut-on dire, à la croisée des chemins. Les contraintes de développement de la filière du *Livre* au Burkina Faso sont en effet nombreuses et tenaces. Luc PINHAS faisait remarquer que plus de quarante ans après l'Indépendance, cinquante ans peut-on dire aujourd'hui, l'édition africaine n'a pas encore réussi à prendre son envol souhaité.

L'essentiel des livres importés de l'Occident, notamment de la France, de la Belgique et du Canada-Québec dans une moindre mesure, représente au Burkina Faso plus de 90 % des ventes surtout, quand on considère le volet du livre scolaire. Or, il est reconnu que le secteur du livre

319 Entretien avec le directeur général du CENAMAFS, le lundi 02 octobre 2017 à 11h dans son bureau au quartier Patte-d'oie, à Ouagadougou.

320 Entretien avec le président de *Educ'Afrique*, dans son bureau à Zogona, le mardi 24 octobre 2017 à 15h.

scolaire structure le développement de l'industrie éditoriale, et du commerce en détail, qui va avec le développement de l'édition.

Quand on évoque le Burkina Faso, on a de la peine à le fixer sur la carte éditoriale de l'Afrique au Sud du Sahara, tellement la production est faible et les contraintes nombreuses. La faiblesse des structures, qui sont du reste de petites entreprises, est qualitative et quantitative et porte sur les capacités à mobiliser les ressources, à organiser les producteurs et à maitriser les performances desdites entreprises par la maitrise des facteurs de production.

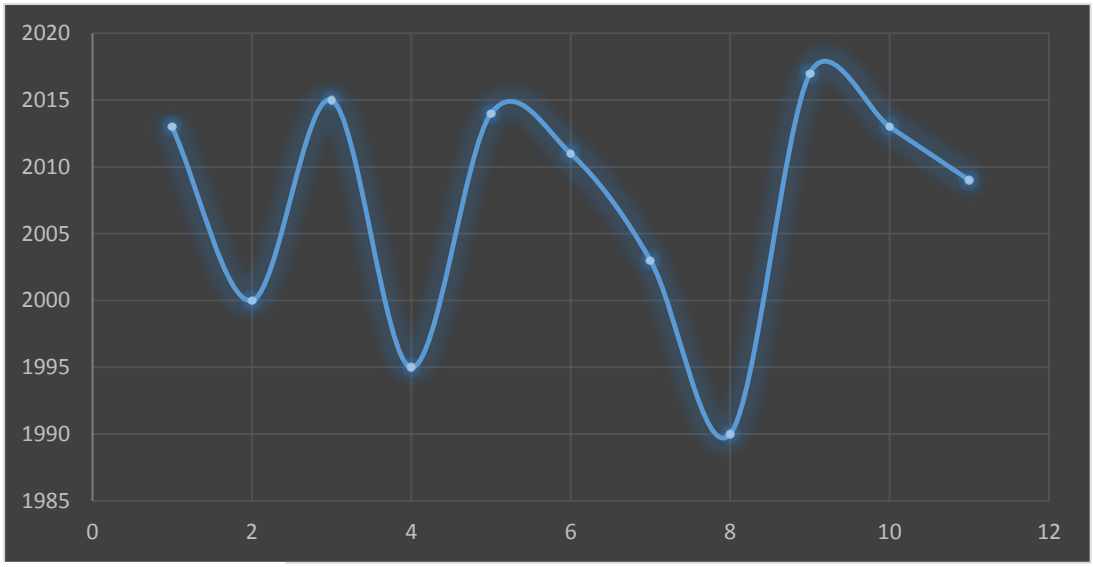
Il n'existe pas formellement une politique claire de développement d'une édition nationale ou de développement d'entreprises éditoriales privées. D'ailleurs la politique de développement de la filière *Livre* peine à être adoptée. L'État observe sans intervenir, à propos des énormes difficultés que rencontrent les initiatives privées en matière d'édition au Burkina Faso. Les maisons d'édition se créent et meurent au même rythme. Puisque l'imprimerie semble pallier le déficit, personne, y compris une bonne partie des acteurs de la filière, ne voient aucune urgence à ce que soit créée une maison d'édition professionnelle, financièrement capable de faire face à la demande (qui existe) et de proposer au marché local et régional des produits de qualité et à moindre cout.

b. Une édition très jeune et fragile

Si aux lendemains des indépendances, certains pays ont créé de telles maisons ou entreprises éditoriales, ce ne fut pas le cas du Burkina Faso qui n'a vu ses premières vraies maisons d'édition naitre qu'au tournant des années 2000, donc pas même encore après un quart de siècle d'expérience. En observant le graphique ci-dessous, nous nous rendons compte, en effet, que presque toutes les créations de maisons d'édition fonctionnelles aujourd'hui se situent après l'année 2010. Beaucoup de celles qui sont nées entre 1990 et 2000 vivotent dans une telle léthargie, qu'on ne peut pas parler d'elles comme étant de véritables maisons d'édition. Cette période des années 2000 est caractérisée, rappelons-le, par la mise en place du Programme de *l'Union européenne*, le PSIC, lequel programme a permis à nombre d'acteurs de lancer leur entreprise (souvent dans la précipitation et sans étude de marché préalable). Puisque le Programme a pris fin, conséquemment, les initiatives ont aussi périclité.

Par ailleurs, certains certaines maisons d'édition ont disparu avec la disparition physique de leur fondateur. Les premiers acteurs, qui ont pris à bras-le-corps la question de l'édition au tournant de l'année 1980 et 1990, étaient pour la plupart d'entre eux, malheureusement, déjà d'âge avancé. Aujourd'hui, beaucoup sont décédés ou à la retraite. D'où le renouvellement actuel des éditeurs et leur jeunesse relative.

Graphique 48: Répartition des maisons d'édition selon l'année de création



Source : Auteur, 2017

c. De jeunes éditeurs mais ambitieux

Les nouveaux éditeurs (qui n'ont pas 50 ans pour la plupart d'entre eux), dynamiques, mieux formés aux métiers d'entreprise, portent l'espoir d'un développement de l'édition au Burkina Faso. Ces jeunes éditeurs sont cependant fragiles, car le marché interne est exigu du fait du faible pouvoir d'achat et de la concurrence des maisons du Nord, lesquelles peuvent se prévaloir d'une longue expérience, d'une réelle expertise, des capacités financières et des moyens techniques de production avérés et décisifs en termes d'avantage concurrentiel.

Ces jeunes éditeurs ont la volonté et le sens des affaires mais manquent cruellement d'expérience. Si la jeunesse de l'éditeur est un atout pour le dynamisme qu'elle peut susciter, elle peut aussi se présenter handicapante par moments. Les banques ne leur font pas systématiquement confiance, à cause de ce peu d'expérience de leur affaire et souvent, à cause de la jeunesse en âge, qui caractérise doublement l'entreprise et l'éditeur lui-même.

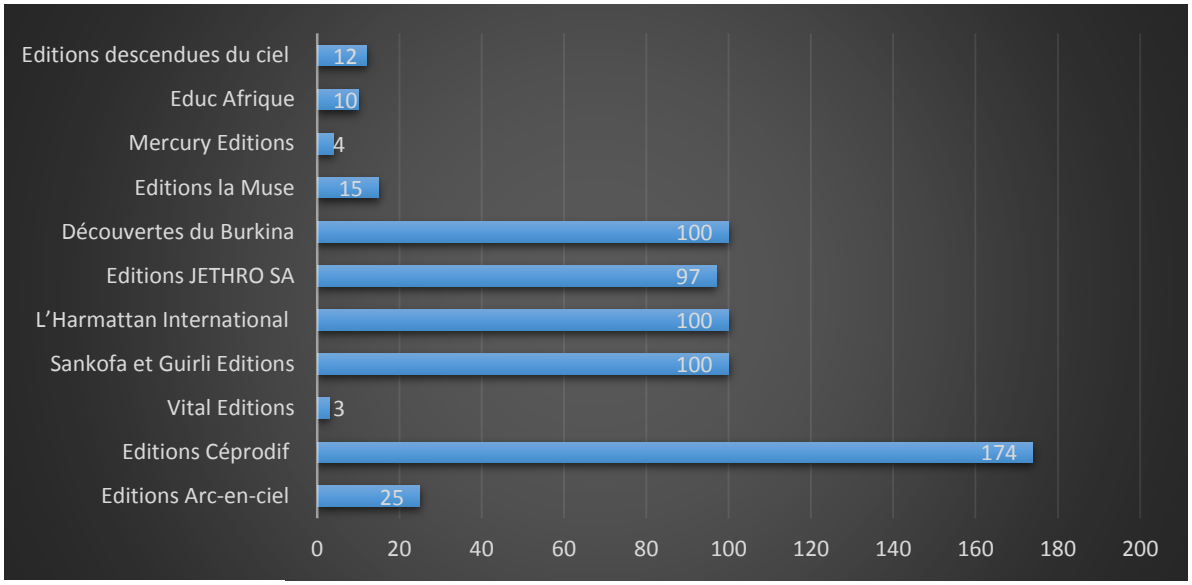
Voilà une dynamique jeune qui peut être considérée comme une option susceptible de constituer l'alternative sur le terrain de l'édition littéraire pour le pays, si des politiques de soutien accompagnent de façon appropriée ladite dynamique. Mais force est de constater que la politique locale du *Livre* (qui n'existe pas formellement, mais de fait) reste cantonnée à des vœux pieux et peine à trouver un début d'application. Le manque de moyens ayant été indexé comme facteur premier de ces difficultés de développement, il convient donc de travailler à trouver une solution au financement des entreprises éditoriales.

À notre avis, le handicap de la filière *Livre* est constitutif de la quasi-absence de politique publique du *Livre*. Les acteurs au Burkina Faso, notamment l'État, ont bien lancé des projets

de lecture publique, mais sans se soucier de l'édition nationale. Du coup, la demande est assouvie par les grandes maisons d'édition du Nord, lesquelles d'ailleurs sont les partenaires desdits projets de lecture publique.

d. La faiblesse de la production

Graphique 49: Répartition des maisons d'édition selon le nombre total de titres édités



Source : Auteur, 2017

La production d'œuvres est caractéristique des faiblesses de l'édition au Burkina Faso. Comme l'indique le graphique ci-dessus, la production moyenne est faible. Pendant l'enquête, certains éditeurs étaient à un titre édité et d'autres étaient sur des projets d'édition, sans certitude d'en éditer concrètement avant la fin de l'année 2017. Avec le phénomène de l'autoédition pratiquée par les auteurs en lien avec les imprimeurs, il existe des éditeurs qui peuvent laisser passer 2 à 3 ans sans éditer un seul titre.

La faiblesse de la production d'œuvres est par ailleurs liée au cout élevé des facteurs de production lié aux taxes sur les intrants. Les autres problèmes de production sont : le manque de financement ; le développement anarchique de l'autoédition d'ouvrages pédagogiques dont les contenus ne sont pas vérifiés ; l'insuffisance en quantité et en qualité des ressources humaines et le faible niveau d'encadrement des acteurs ; l'absence d'infrastructures et d'équipements logistiques et matériels des services ayant le livre en charge ; l'absence d'une véritable entreprise d'édition, ce qui conduit les imprimeurs à suppléer à cette carence ; la pratique courante de l'édition à compte d'auteur comme palliatif à cette situation.

L'enquête montre que les éditeurs, non seulement, ont très peu de titres à éditer par an mais qu'en plus, les tirages sont des plus faibles. Les meilleurs tirages jusque-là atteints, tournent

autour de 2000 exemplaires ; sinon les tirages pratiqués oscillent entre 100, 200 et dans le meilleur des cas, 500 exemplaires.

> *« Moi je fais tirer 200 ou 300 exemplaires à la demande de l'auteur ; et si ça marche bien on peut faire un deuxième tirage et atteindre le chiffre de 500. Tu vois avec la faible consommation du produit, tu vas tirer l'ouvrage à des milliers d'exemplaires pour quel public et surtout comment rentabiliser ? »*[321]

e. La piraterie comme problème

La conséquence directe de la faible production et du faible tirage est la piraterie sous toutes ces formes. Les photocopies sont mal règlementées et avec les intrants recyclés comme les cartouches d'encre, le photocopiage est bien développé.

Le piratage se pratique aussi par la reproduction frauduleuse des ouvrages tout entiers. Des manuels scolaires sont régulièrement saisis entre les mains de commerçants pour contrefaçon. Les reproductions se développent parallèlement dans certains pays voisins où les couts d'impression sont largement moins chers.

Alors, la persistance de la piraterie, du non-respect du droit d'auteur ou du *copyright* et de l'accord de Florence, constitue un véritable obstacle au développement de l'édition littéraire.

Toutefois, le dynamisme constaté des acteurs du secteur ces dernières années, ainsi que l'engagement des décideurs à mettre en œuvre une politique culturelle, laissent entrevoir que ces risques pourraient être surmontés si les conditions favorables se retrouvent enfin réunies.

f. La règlementation du secteur

Aujourd'hui, le secteur de l'entreprise éditoriale n'est pas assez bien réglementé, ce qui laisse libre cours à qui veut créer une entreprise sans un minimum de cadrage. Une loi de développement du livre est en cours de lecture au sein de l'Assemblée nationale qui pourrait, à terme, régler ce flou administratif et règlementaire. Nous pensons qu'il y a lieu d'assainir le secteur, tout en promouvant l'initiative privée.

g. Les opportunités au niveau régional

En dehors des faiblesses, des opportunités se présentent au niveau régional et international, qui peuvent être saisies par les jeunes entreprises éditoriales.

Au niveau régional, on se souvient qu'en janvier 1990, s'est tenu à Ibadan, au Nigéria, sous l'égide de la CEDEAO, un séminaire sur l'évaluation des plans de développement du livre.

[321] Honoré OUEDRAOGO, Directeur général des Editions Jethro, entretien téléphonique du 26 octobre 2017.

Quelques recommandations fortes constituent des opportunités à saisir par le Burkina Faso, dans le cadre de l'élaboration de sa stratégie de développement du livre :

- les États membres de la sous-région ne devraient pas prélever de taxes sur les matériels et équipements strictement destinés à l'industrie éditoriale. Les éditeurs et imprimeurs de telles taxes devraient être remboursés en conséquence ;
- les gouvernements des États membres de la CEDEAO doivent accorder au secteur privé la possibilité de s'assurer une plus grande autosuffisance au plan national, dans l'offre de livres scolaires pour tous les niveaux d'éducation ;
- les éditeurs nationaux devraient mettre au point des accords de co-publication et/ou de codistribution avec leurs homologues afin d'accroitre la coopération entre les États membres de la sous-région en matière de développement du livre.

Au *niveau international, l*e congrès mondial du livre de l'UNESCO, tenu en 1982, avait, entre autres, émis des recommandations pour l'élaboration de stratégies nationales de développement du L*ivre*, ainsi que pour l'adoption de mesures appropriées par les États membres pour contribuer à résoudre les problèmes liés à la promotion de la chaîne du *Livre*.

Le contexte de mondialisation a conduit l'institution mondiale en charge de l'éducation, de la culture et de la science à formuler les nouveaux enjeux des « *politiques pour la créativité* », de sorte à permettre à chaque État membre de procéder à la planification, à l'animation et à la gestion de sa politique sectorielle. L'émergence d'une véritable économie du livre, soutenue par une industrie éditoriale efficace et efficiente, demeure l'enjeu principal de la chaine de production et de diffusion.

En outre, avec l'adoption en 2005 de la *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*, ratifiée par le Burkina Faso en 2006, le *Livre* occupe une place privilégiée dans la société mondiale de l'information et du savoir.

3. Les forces et les faiblesses de l'impression

Une nette amélioration du nombre d'entreprises d'imprimerie et aussi de la qualité d'impression des ouvrages est enregistrable, même si le cout d'une meilleure impression est encore loin de la portée de plusieurs éditeurs ou entrepreneurs de presse.

a. La formation

Une étude réalisée en 1997 par le *Programme d'appui canadien à l'éducation de base* (PACEB) fait ressortir le faible niveau de qualification du personnel des imprimeries ; seuls 5 à 10 % ont reçu une formation spécialisée. En général, la formation dans les diverses branches de métiers

spécifiques se fait sur le tas. Il n'existe pas de cadre de formation préparant les ouvriers aux différents corps de métiers de l'imprimerie au Burkina Faso.

La plupart des imprimeries font appel à des techniciens étrangers pour résoudre les problèmes de maintenance. D'énormes besoins en se présentent encore pour la formation du personnel à l'accueil, la gestion de stocks, la maîtrise des couts. Avec les centres de formation professionnelle qui s'ouvrent dans les différentes régions du pays, l'espoir renaît, quant à la disponibilité d'une main d'œuvre en qualité.

b. Les équipements

Les imprimeries au plan national se caractérisent, à quelques exceptions près, par leur faible niveau d'équipement. Les couts des machines sont souvent inaccessibles pour la plupart des acteurs, or, ces derniers ne pensent pas à la constitution d'un GIE dans le secteur de l'imprimerie. Puisque l'équipement est onéreux, la spécialisation et la mise en commun des efforts techniques faciliteraient et accélèreraient la production à notre avis.

Par ailleurs, de nombreuses imprimeries sont sous-équipées en matériels de finition : massicot, encolleuse, couseuse, plieuse, gaufreuse, emballeuse. Cela se ressent dans la qualité finale du produit, qui laisse souvent à désirer. Plusieurs ouvrages sont vendus avec des feuilles qui se détachent au premier usage. Avec les conditions climatiques particulièrement chaudes par moments, le livre perd de son éclat (la couverture) et de sa résistance (reliure) au contact avec le soleil. On n'a pas donc une impression qui s'adapte au contexte particulier du pays (soleil de plomb et poussière, notamment).

Aujourd'hui, on dénombre quelques imprimeries de pointe, qui présentent sensiblement le même niveau d'équipement en impression *offset*, capables d'exécuter des travaux dont les formats varient de 32 cm x 46 cm à 71 cm x 102 cm, et dont les vitesses maximales, en nombre de pages imprimées, oscillent entre 3 500 et 12 000 pages/h. Les prestations sont d'une couleur par page pour la plupart, mais quelques unités de fabrication parviennent désormais à imprimer deux couleurs par tour ou du *recto-verso*, ce qui constitue déjà un progrès. Aujourd'hui, quelques imprimeries ont réussi l'installation d'équipements pour des impressions numériques, avec donc une qualité hautement supérieure et une netteté satisfaisante. L'option numérique est aussi un facteur de gain en temps. Les travaux, qui prenaient autrefois une semaine, sont maintenant réalisés en 24h.

Certains travaux d'impression, cependant, restent exécutés hors du pays, faute de moyens techniques et de personnel qualifié pour le faire : c'est le cas des bandes dessinées, avec des

couvertures cartonnées et des livres de luxe. Pour certains travaux en effet, les clients se tournent vers la Coré du Sud, l'Inde et la Chine, où le rapport qualité-prix est sans pareil.

c. L'approvisionnement en intrants

Sur le continent, il n'y a que l'Afrique du Sud qui possède une unité rayonnante de fabrique de papier. Or, les imprimeries consomment une grande quantité de papier selon les différents grammages, teintes et espèces. La position d'enclavement du Burkina Faso entraine des couts supplémentaires très élevés en matière d'importation de papier : transport, transit, assurance, longs délais de livraison, paiement de traites avant consommation, taxes de douane élevées (29 à 46 %). Il en va de même pour les autres intrants, entrant dans la fabrication du livre. La *Société des éditeurs de presse* (SEP) avait négocié avec l'État pour lever certaines taxes sur le papier journal afin de permettre à la presse burkinabè de subsister. Mais il reste encore trop de contraintes dans l'approvisionnement des intrants de qualité.

d. La faiblesse de la production

Presque toutes les unités de fabrication existent finalement pour la réalisation des commandes publiques. L'investissement est une préoccupation de l'imprimeur qui se soucie de la qualité, voire de la perfection. Toutefois, l'opération se présente à gros risques au Burkina Faso, car la clientèle n'est pas fixe et les quantités à imprimer en matière de livres sont peu importantes. C'est dire que l'opportunité de disposer d'importants marchés de fabrication de livres appellerait l'investissement dans les équipements techniques et par là, pourrait être à même d'améliorer les quantités de la production.

Les stratégies adoptées par les imprimeurs sont essentiellement orientées vers les marchés publics de l'État et les ONG installées au Burkina Faso.

Pour la qualification technique des agents, c'est souvent de la sous-traitance qui est mise en avant. Les imprimeurs récupèrent le marché et le sous-traite avec des imprimeries plus qualifiées, installées sur le territoire national ou souvent, au-delà des frontières (la sous-traitance crée plus de charges aux clients et aux éditeurs).

Encadré 20: Etude de cas portant sur les possibilités d'une édition privée

L'étude de cas suivant porte sur le *Centre d'édition, de production, de distribution et de formation* (CEPRODIF). C'est l'un des pionniers en matière d'édition scolaire, depuis voilà 17 ans. CEPRODIF a été officiellement crée le 1er janvier 2000, sous le régime juridique d'une entreprise individuelle.
À ce jour, le Centre gère trois structures liées à son domaine d'intervention. Il s'agit : de CEPRODIF *formation*, qui est le centre de récupération et de préparation des élèves de 3e et de terminale D en situation d'échec scolaire au BEPC et au Bac (il est situé à Kamsonghin), du *Lycée privé Novus*, situé au secteur 44 vers l'Hôpital pédiatrique Charles de Gaule et des *éditions CEPRODIF* situées au quartier Nagrin. Les deux structures de formation avec le pool d'enseignants et d'encadreurs fonctionnent comme un laboratoire d'où sortent les projets d'édition des livres scolaires à éditer. Aujourd'hui, en plus du livre scolaire, CEPRODIF parvient à éditer de nombreux livres de littérature générale (romans, poésies, théâtres, nouvelles, etc.).

Atouts de l'organisation
CEPRODIF a du personnel qualifié aux postes essentiels d'une entreprise (comptable, gestionnaire…) et des partenaires avec lesquels il sous-traite certaines activités. CEPRODIF dispose d'un vaste réseau de distribution, composé fait d'alimentations, de librairies, d'écoles, et de revendeurs indépendants, etc. À ce sujet, il a signé deux conventions de distribution [ont été signées], l'une avec TOTAL et l'autre avec *Shell* pour procéder à des dépôts vente de ses livres dans les boutiques des stations d'essence.
Avec ses 17 ans d'expérience, CEPRODIF a produit en tout 169 titres, dont 53 titres de littérature générale. Il dispose d'un siège construit sur un espace de 5000 m2 situé à Nagrin, un quartier à la périphérie de Ouagadougou. C'est la seule maison d'édition qui dispose d'un siège et d'une adresse géographique propre. CEPRODIF dispose également d'une petite unité d'impression qui lui permet de réduire les couts de production de ses livres. CEPRODIF en effet, assure sur place le montage des ouvrages, procède au tirage puis confie l'étape de finition aux imprimeries qualifiées installées dans la ville de Ouagadougou.

Les capacités financières et humaines
La surface financière de CEPRODIF en 2016 est d'un peu moins de 100 000 000 (cent millions) de francs CFA (toutes activités confondues) dont 24 059 488 F CFA, pour CEPRODIF édition. Malgré tout, depuis 17 ans, CEPRODIF a toujours fonctionné normalement sans rupture, toutes les charges ont toujours été honorées.
Les ressources humaines au nombre de 11 permanents, dont 2 à CEPRODIF formation, 3 au *lycée privé Novus* et 6 aux éditions CEPRODIF, travaillent à l'atteinte des objectifs. Ce personnel permanent est accompagné par de nombreux partenaires prestataires (vigiles, agents de surface, cuisinière, illustrateurs, maquettistes, etc.).
CEPRODIF a pour projet d'éditer dix mille livres de SVT pour les classes de 6e et dix mille livres de SVT pour les classes de 5e ; d'acquérir un dupli-copieur, qui permettra d'imprimer (pour les productions moyennes, jusqu'à 2000 exemplaires) à cout réduit et à tous les formats de livre. Ses projets s'évaluent à 22 489 115 F CFA.

Le cas de CEPRODIF en trois leçons
En étudiant le cas de CEPRODIF, nous sommes arrivé à tirer trois leçons [parvenu à dégager trois enseignements]. La première leçon est liée au modèle économique de l'édition littéraire. Le contexte fait que la plupart des acteurs sont obligés de diversifier leurs activités tout en gardant une cohérence d'ensemble. Par exemple, CEPRODIF par exemple a créé des établissements d'enseignements secondaires, avec le double objectif d'éduquer et se faire de l'argent dégager du bénéfice. Dans ce cadre, il teste les manuels scolaires produits par la maison d'édition.
La deuxième leçon est en lien avec l'organisation ou la formalisation de l'entreprise. Celle-ci est gage de succès, beaucoup plus que l'informel.
Enfin, la troisième leçon, c'est qu'il est bien possible de développer l'édition scolaire avec un peu de volonté politique. L'exemple de CEPRODIF montre que cela est bien possible.

De façon générale, on constate que les structures d'édition ne sont pas très stables (par exemple ABC qui appartenait à Norbert ZONGO a disparu après la mort de celui-ci le 13 décembre 1998), plusieurs d'entre elles n'ont pas de siège ou d'adresse et certaines peuvent aligner plusieurs années successives sans enregistrer la moindre nouvelle publication.

Par ailleurs, certains semblent bien ne pas bien maitriser toutes les règles en matière d'édition. Tout cela fait qu'en fin de compte, on retrouve sur le marché du livre des ouvrages n'obéissant pas à toutes les normes requises : ouvrage sans n°ISBN, sans mention de collection, etc.

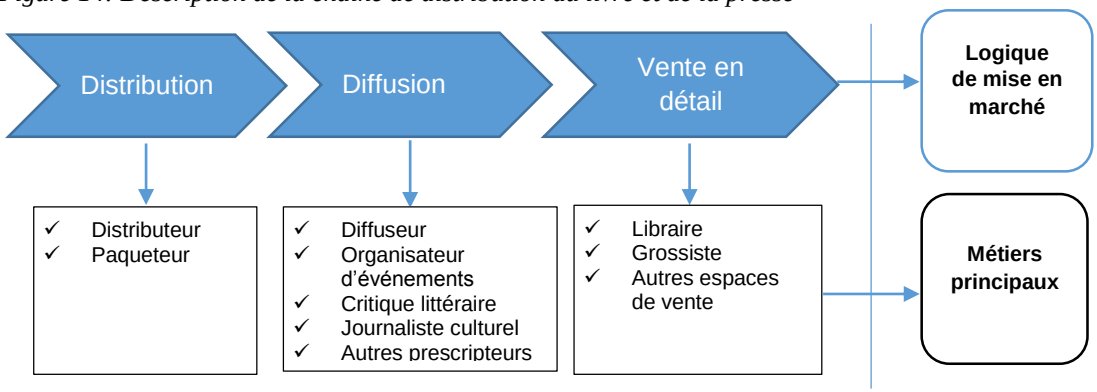
Toutes ces insuffisances montrent à quel point l'édition locale est en construction. Il lui faut arriver à surmonter des obstacles techniques et financiers non négligeables, pour d'abord se positionner sur le plan national et ensuite sur le plan international. Cependant, en dépit de toutes ces contraintes, il est encourageant de relever que, bon an mal an, certains éditeurs parviennent à faire vivre leur structure et c'est ce qu'il faudrait encourager avec une stratégie de développement de l'édition qui s'appuierait sur les initiatives venant du secteur privé.

II. La distribution, la diffusion et la commercialisation du livre

A. Organisation de la distribution

Le schéma ci-dessous reprend les phases de la mise en marché des produits de l'édition, qui passent par l'organisation matérielle de la distribution, la diffusion et la vente en détail. Une fois donc le produit créé, il doit être acheminé au consommateur final. Et compte tenu de la nature symbolique du livre, c'est-à-dire le fait qu'il est considéré comme un bien d'expérience, celui-ci doit faire l'objet de promotion pour susciter l'intérêt de l'acheteur potentiel. La commercialisation ou la vente en détail vient comme une conséquence des efforts de distribution et de promotion.

Figure 14: Description de la chaine de distribution du livre et de la presse



Source : Auteur, 2017

1. La distribution des produits de l'industrie du livre

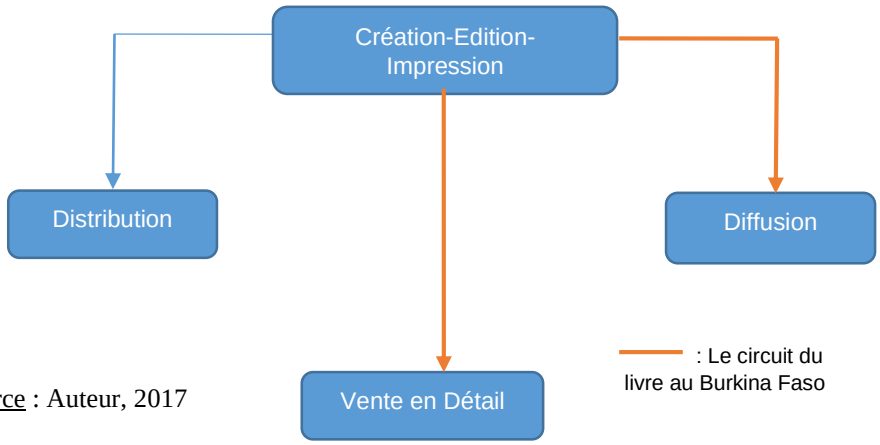
Ce secteur d'activité désigne l'ensemble des structures et opérations mises en œuvre par les éditeurs pour mettre les produits éditoriaux à la disposition des clients. La distribution désigne l'activité de stockage des livres, le traitement de la commande et de la livraison des ouvrages aux grossistes et détaillants.

La distribution regroupe les tâches physiques nécessaires pour faire parvenir le livre au client. Elle comprend : l'emballage, le stockage, le transport, la facturation et l'encaissement (LEGUÉRÉ et STERN 2000). Dans le meilleur des cas, la distribution concerne les nouveaux titres (de l'année) ou, comme c'est le cas au Burkina Faso où la production est faible, l'ensemble des livres disponibles. Dans certains cas (dépôt-vente), la distribution intègre, en plus, la gestion des retours liés à l'inflation de titres nouveaux pour le cas de l'Europe et dans le cas particulier du Burkina Faso et même de l'Afrique sub-saharienne, liés à la mévente tout court.

Les services de distribution peuvent être intégrés à l'édition ou être confiés à une structure indépendante.

Au Burkina Faso, la distribution du livre se fait rarement par des structures spécialisées. La figure ci-dessous montre le circuit actuel du livre au Burkina Faso. Les distributeurs servent d'intermédiaires entre les éditeurs et les différents points de vente du livre. Ils permettent d'assurer l'acheminement des produits et de l'information vers les détaillants.

Figure 15: Circuit courant du livre et de la presse au Burkina Faso



Source : Auteur, 2017

La distribution consiste par ailleurs à susciter la commande des acheteurs par l'intermédiaire d'un réseau de représentants, lesquels agissent pour le compte d'un ou plusieurs éditeurs.

La distribution rassemble toutes les fonctions logistiques liées à la circulation physique du livre et la gestion des flux financiers qui y sont liés.

Il est fréquent que l'éditeur vende son produit directement aux détaillants ou que l'auteur se charge de distribuer lui-même son livre, faute de spécialisation dans le domaine de la distribution et d'organisation des acteurs de la chaine. La pratique courante, c'est le dépôt-vente.

2. La diffusion des produits de l'industrie du livre

Dans le domaine de l'édition, la diffusion est l'ensemble des structures et opérations commerciales et marketing, mises en œuvre par les éditeurs (ou les auteurs-éditeurs) pour créer et approvisionner les différents réseaux de vente. Selon les cas de figure, elle peut être intégrée dans les services de la maison d'édition ou confiée à une structure ou à des personnes qui se consacrent exclusivement à cette activité. En somme, à l'image des délégués médicaux, le diffuseur sert d'interface entre l'éditeur et les gros clients, susceptibles d'acheter et de vendre les produits éditoriaux, en leur communiquant les informations sur les nouvelles parutions et en leur fournissant des «livres-témoins ». La diffusion ou promotion des produits de l'édition se fait essentiellement à travers les clubs, les foires et les autres événements périodiques ou circonstanciels. Le livre est promu auprès des intermédiaires que sont les critiques et, plus généralement, l'ensemble des prescripteurs. C'est une approche basée sur la construction d'un réseau de relation avec les médias en particulier. Le livre est aussi promu par l'activité de diffusion auprès des détaillants. Cette approche est basée sur l'identification des points de vente importants. Le livre, enfin, est promu par des activités de promotion, qui passent par des événements culturels ou non pour présenter le produit aux participants réunis. Cette dernière approche est la plus usitée, dans la promotion des produits de l'édition, par rapport aux deux précédentes.

3. La commercialisation des produits de l'industrie du livre

La commercialisation ou la vente en détail, c'est l'étape de la mise en vente ou de la mise à disposition du livre aux consommateurs. La variété des détaillants et la densité du réseau des points de vente demeurent au Burkina Faso très faibles et constituent l'une des difficultés majeures de la filière. La commercialisation se fait à travers les librairies. Ailleurs, elles sont spécialisées mais ici, au Burkina Faso, quelques-unes seulement le sont véritablement. C'est le cas de la librairie universitaire et des librairies à vocation religieuse. Par contre, en matière de genre littéraire, il n'existe pas une librairie spécialisée dans la *Bande dessinée*, la littérature de jeunesse, d'ouvrages scientifiques, etc. Les librairies cumulent les spécialisations pour ainsi dire, donc sont des généralistes.

Une part importante de la commercialisation est constituée de la vente aux institutions. Du côté de la vente aux particuliers, et dans le souci d'atteindre le plus large public possible, les acteurs développent, dans des conditions difficiles, des initiatives pour occuper les différents espaces de rencontres : la librairie spécialisée dans la vente du livre, le commerce non spécialisé constitué des grandes surfaces (supermarchés), des kiosques à journaux, des pharmacies, des stations d'essence, des boutiques de quartier, etc., sont autant de lieux que les acteurs investissent pour espérer écouler leurs produits littéraires. Les autres formes de ventes, qui sont la vente directe faite à travers les clubs, les événementiels culturels et la vente par correspondance (rarement pratiquée au Burkina Faso), sont aussi à noter, malgré le faible recours à certaines formes d'entre elles.

Les espaces de commercialisation sont numériquement faibles, à l'image de la production littéraire elle-même. Le tableau ci-dessous montre que l'ensemble du pays totalise une douzaine de points de vente des produits de l'édition littéraire. Beaucoup de librairies ont existé par le passé (Librairie ATTIE, Librairie ESY, Librairie SOCIFA…) mais beaucoup n'ont pas résisté à l'épreuve du marché et ont disparu.

Tableau 111: Liste des librairies fonctionnelles

N°	*LIBRAIRIES*	*ADRESSE*
1.	DIACFA-LIBRAIRIE	OUAGADOUGOU
2.	JEUNESSE D'AFRIQUE	OUAGADOUGOU
3.	MERCURY LIBRAIRIE	OUAGADOUGOU
4.	LIBRAIRIE UNIVERSITAIRE	OUAGADOUGOU
5.	LIBRAIRIE PROVINCIALE DU FASO	OUAGADOUGOU
6.	LIBRAIRIE CROISADE DU LIVRE CHRETIEN (CLC)	OUAGADOUGOU
7.	LIBRAIRIE FLAMME	OUAGADOUGOU
8.	LIBRAIRIE EGLISE CENTRALE	OUAGADOUGOU
9.	LIBRAIRIE CENTRE INTERNATIONAL D'EVANGELISATION	OUAGADOUGOU
10.	DIACFA-LIBRAIRIE	BOBO-DIOULASSO
11.	MERCURY BOBO	BOBO-DIOULASSO
12.	SOCIETE BALAIRA	BOBO-DIOULASSO

Source : notre enquête de terrain, 2017.

Au Burkina Faso, on peut distinguer des librairies de premier et de second niveau avec des modes de commercialisation plus ou moins différents.

La librairie professionnelle : Le réseau des librairies est constitué en majorité de petites et moyennes entreprises, associant la vente des livres à celle de fournitures diverses : papiers et matériel de bureau. Les modes d'approvisionnement varient selon la nature des ouvrages :

Le fournisseur exclusif de manuels scolaires du primaire est le ministère de l'Education nationale et de l'Alphabétisation, à travers la Direction de l'allocation des moyens spécifiques aux écoles (DAMSE) ; quant à celui des manuels du secondaire, c'est le ministère des

Enseignements secondaire et supérieur, à travers le *Centre national des manuels et fournitures scolaires* (CENAMAFS).

Pour les autres types d'ouvrages, c'est l'affaire des libraires-grossistes qui ont les moyens pour en assurer l'importation ou l'achat auprès des auteurs ou éditeurs, notamment pour ce qui est de la littérature générale ou religieuse.

La majeure partie des librairies (tableau ci-dessus) sont relativement jeunes, sauf quelques-unes comme la *librairie Jeunesse d'Afrique* (1976).

La librairie informelle ou « l*ibrairie par terre* » est spécialisée dans la vente de livres de seconde main. Elle est le fait de petits revendeurs, très appréciés par les usagers dont le profil a évolué dans le temps. Même si les acteurs de la « *librairie par terre* » sont spécialisés dans la vente de livres d'occasion, il arrive qu'on retrouve sur leurs étals, surtout à la rentrée scolaire, des ouvrages neufs acquis auprès des libraires grossistes. Certaines « *librairies par terre* » sont directement associées à des librairies professionnelles, qui leur fournissent des manuels à vendre en période de pointe, moyennant une certaine marge bénéficiaire comprise entre 20 et 30 %.

Encadré 21: Economie du livre en France en quelques chiffres

En France au 1er janvier 2014, on compte quelque 3700 entreprises relevant du code 47.61Z de la nomenclature des activités françaises et exerçant le commerce de détail de livres en magasin spécialisé. Parmi celles-ci, 556 librairies sont labellisées « de référence », dont 514 sont des librairies indépendantes au 1er janvier 2016. Parmi ces librairies labellisées qui se distinguent par la diversité de leur offre, l'importance de leur fonds et la qualité de leur conseil, 432 sont des librairies générales et 124 des librairies spécialisées, notamment dans la bande dessinée et les livres pour la jeunesse pour respectivement 38 % et 31 % d'entre elles…En 2015, les librairies concentrent encore 22 % des ventes de livre, les grandes surfaces culturelles 24 %, tandis que la part de marché des grandes surfaces alimentaires recule légèrement.

Source : DEPS, Chiffres clés 2017

Les vendeurs ambulants d'œuvres littéraires : c'est une nouvelle pratique qui ressemble à celle des « *librairies par terre* ». Seulement, cette forme consiste à déambuler à travers la ville et aux postes de péage à la sortie de la ville avec des livres neufs (le plus souvent) ou d'occasion, à la recherche de clients potentiels. À travers la ville de Ouagadougou, on a maintenant l'habitude de voir les vendeurs d'œuvres littéraires aux feux tricolores, sur les artères de la ville les plus fréquentées. Ce sont les mêmes qui passent dans presque tous les « *maquis-restaurants* », ces lieux de restauration et débits de boissons pour proposer leurs produits à ceux qui les fréquentent. Ces vendeurs ambulants achètent les œuvres en gros et les revendent, avec une marge bénéficiaire souvent fixée à la tête du client.

D'autres points de commercialisation des œuvres auxquels les éditeurs ou auteurs ont recours pour des dépôts-vente notamment, sont les grandes surfaces (supermarchés), les pharmacies, les boutiques de quartier, les stations d'essence, les centres culturels, etc.
Malgré les mutations imposées par Internet, aucune expérience de vente en ligne d'ouvrages numériques burkinabè n'a pour l'instant été tentée. L'édition nationale et les éditeurs ne sont pas encore parvenus à créer des plateformes ou à utiliser des plateformes de vente en ligne, pour commercialiser et promouvoir leur catalogue.

La vente en ligne des œuvres littéraires burkinabè reste donc un chantier totalement en friche. Cela ne veut pas dire cependant qu'il n'existe pas de livres écrits par des Burkinabè en vente sur Internet. Il en existe bel et bien mais auprès des éditeurs hors des frontières du pays. Les auteurs, qui ont pu se faire éditer par des groupes comme *L'Harmattan*, bénéficient de la vente en ligne (y compris pour la version numérique du livre). Mais aucune stratégie développée par les éditeurs nationaux n'existe encore.

Que vendent les librairies ? On est en droit de se poser cette question au regard de la pratique en cours dans les librairies, quels que soient leur importance, leur manière de s'approvisionner et les produits mis en vente.

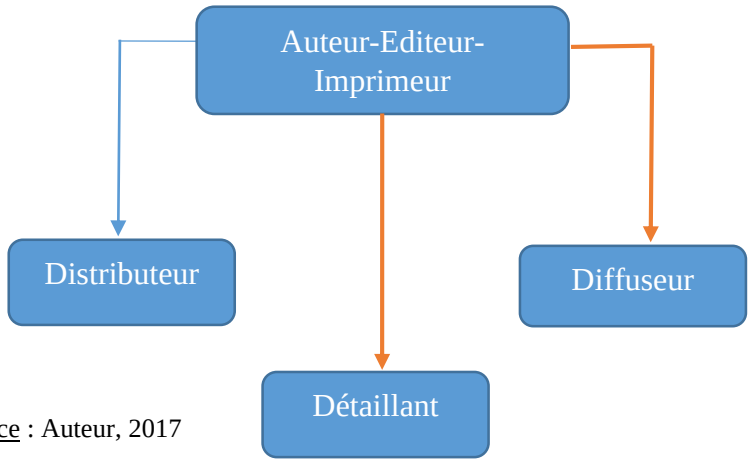
Presque toutes sont des librairies-papeteries. En plus des livres, elles vendent de la papeterie et des articles de bureau. Beaucoup de libraires sont obligés d'associer des articles qui n'ont aucun rapport avec la librairie. Mais de l'avis des libraires, ils ne vendraient que des livres qu'ils tomberaient sitôt en faillite.

En plus de la papeterie qui fait fonctionner les librairies, les manuels scolaires occupent la principale force de vente des librairies, surtout en période de rentrée scolaire.

B. Les acteurs de la distribution-diffusion, de la promotion et de la commercialisation

1. Les distributeurs et diffuseurs littéraires

Figure 16: Les acteurs du livre et de la presse au Burkina Faso



Source : Auteur, 2017

Le rôle du distributeur est de rendre le produit physique disponible en créant et en approvisionnant des points de stockage. Le diffuseur, s'il en existe dans la chaine, sert d'intermédiaire entre l'éditeur et le libraire. Certaines maisons de distribution bien structurées jouent bien souvent le même rôle, en allant au-delà des aspects techniques et logistiques de la fonction de distributeur.

Notons-le, il n'existe pas de distributeur professionnel ni d'organisation de ce corps de métier du livre au Burkina Faso. Il n'existe pas non plus de diffuseur professionnel constitué, servant d'intermédiaire.

Face à ce vide, des initiatives de promotion du livre se sont développées tant bien que mal. Les acteurs « *se débrouillent* » pour distribuer le livre à travers le pays en faisant eux-mêmes (éditeurs et auteurs) la démarche vers les points de vente possibles, tels que les supermarchés, les stations d'essence et autres lieux stratégiques dans les grandes villes, comme énoncé dans la section précédente. Les libraires prennent eux aussi l'initiative de démarcher les éditeurs étrangers pour acquérir certains livres (surtout les manuels scolaires).

En plus de ces acteurs de la distribution qui se confondent à la commercialisation, il y a au Burkina Faso une place prépondérante qui est attribuée aux acteurs de la diffusion. Sans eux, en effet, beaucoup d'œuvres et d'auteurs n'auraient jamais être connus du public.

– *La Foire internationale du livre de Ouagadougou*

La FILO est pratiquement la seule manifestation d'envergure nationale dédiée au livre. Elle est née en novembre 2000, de la volonté de l'État qui cherchait à combler le vide mais surtout à donner enfin un cadre institué aux acteurs (auteurs, lecteurs, éditeurs et promoteurs) pour leur permettre de se retrouver. La FILO en est à sa 14e édition (en 2017). Elle était annuelle jusqu'en 2013. Ce n'est qu'en 2015 que le cycle biennal a été décidé, pour permettre, semble-t-il, une meilleure organisation en amont des éditions sur les plans financier, humain et matériel. L'édition de 2015 a investi 40 millions F CFA[322] dans l'organisation.

– *La Semaine nationale de la culture*

La *Semaine nationale de la culture* est une biennale dont la première édition s'est tenue en 1983 à Ouagadougou, avant de se fixer définitivement à Bobo-Dioulasso à la 5e édition. Les objectifs de la SNC sont, entre autres, de faire découvrir et de valoriser le patrimoine culturel national ; de stimuler la création littéraire et artistique ; de créer un cadre d'échanges entre les artistes burkinabè et les artistes d'ailleurs. Tout comme les éditions précédentes, la 19e édition (du 24 au 31 mars 2018) donne une fois encore l'occasion aux acteurs de prendre part aux GPNAL, mais aussi de promouvoir les œuvres littéraires publiées depuis la dernière édition (2016 en l'occurrence), à travers les cérémonies de dédicaces et les actes de ventes directes.
C'est donc une tribune de diffusion des œuvres littéraires non négligeable, au regard du nombre de festivaliers, estimé selon les éditions à des millions de personnes.

2. Les vendeurs des produits de l'édition

Les libraires sont essentiellement les spécialistes de la vente des produits de l'édition littéraire. Au Burkina Faso, on en rencontre très peu qui ne font que ça. On distingue donc des professionnels comme *Mercury*, *Jeunesse d'Afrique*, la *Croisade du livre chrétien* (CLC) et *Diacfa-Librairie*, d'une part et des amateurs, d'autre part, qui font de la librairie un acte simple de vente-achat.
À côté des professionnels et des amateurs, on dénombre un millier de « *libraires par terre* », spécialisés dans la vente de livres d'occasion.

a. L'organisation des libraires

Le métier de libraire renvoie à l'étape de mise en vente ou de mise à disposition du livre aux consommateurs. Il est en charge de la relation avec le client ou du consommateur final.

[322] Rappel 1 € est égal à 655,957 F CFA

Organisés par le passé (1985-1990) en *Groupement d'intérêt économique*, les libraires constituaient une force de progrès pour le développement du secteur du livre au Burkina Faso. Mais depuis les années 90, l'organisation a cessé de vivre, laissant la place à des actions individuelles peu efficaces.

Depuis 2012, les acteurs du secteur ont mis en place le GRAAL, qui est censé fédérer tous les acteurs pour une synergie d'actions.

Nous avons aussi lu à travers la presse qu'il existe une association des petits libraires. Ces derniers ont organisé une sortie médiatique à l'orée de la rentrée scolaire 2017, pour dénoncer les pratiques des grossistes libanais.

b. La jeunesse des libraires et de leur expérience

Des librairies de référence ont été identifiées dans les années d'après Indépendance mais les libraires qui tiennent encore le coup sont en majorité de jeunes entreprises, elles-mêmes managées par de jeunes entrepreneurs. En dehors de *Jeunesse d'Afrique*, de *Diacfa-Librairie*, toutes les autres qui sont en état de fonctionnement aujourd'hui ont moins de vingt ans !

c. La prédominance des libraires par terre

C'est plus d'un millier de « *libraires par terre* » que l'on dénombre dans la ville de Ouagadougou, Bobo-Dioulasso et autres villes moyennes du Burkina Faso. Ils n'ont pas d'activités fixes, ce qui fait qu'on a souvent de la peine à les qualifier de libraires mais plutôt de papetiers. Ils vendent tout ce qui « *marche* », c'est-à-dire tous les produits susceptibles d'intéresser la clientèle.

Nous avons constaté que ces dernières années, les « *libraires par terre* » s'intéressent, non plus seulement aux livres d'occasion, mais aussi aux livres neufs et aux manuels scolaires. Les éditeurs locaux ou les auteurs s'appuient sur le réseau des « *libraires par terre* », pour la diffusion de leurs œuvres.

Mieux organisés, les « *libraires par terre* » pourraient être l'option pour constituer l'alternative pour l'épineuse question de la distribution et diffusion des œuvres littéraires au Burkina Faso.

3. Les autres acteurs

a. Les médias : des émissions littéraires difficiles à porter dans la durée

Les médias constituent aujourd'hui un outil de diffusion et de promotion à grande échelle des œuvres littéraires. Ils permettent aux libraires, auteurs et éditeurs de vendre ou de promouvoir leurs produits auprès des publics de la télévision, de la radio et de la presse écrite. Pendant notre travail d'enquête, nous avons remarqué que dans presque tous les organes de presses (télé et

radio), il est consacré une émission dite culturelle. C'est le cas de « *C'est écrit* » de la Télévision nationale. Il est à faire remarquer que des initiatives d'émissions littéraires, certes, il y a toujours eu des initiatives pour des animations d'émissions littéraires, mais aucune n'est arrivée à s'inscrire dans la durée et du même coup, toutes peinent à fidéliser les téléspectateurs.

b. Les bloggeurs et les réseaux sociaux : une tendance à prendre en compte

C'est une pratique qui pourrait prendre une place importante dans la promotion ou la diffusion des œuvres littéraires burkinabè avec le développement de l'Internet. Aujourd'hui, ils sont certes, rares à avoir un blog et à l'animer, mais les auteurs (surtout les jeunes) ont des pratiques qui tendent vers l'usage systématique des outils numériques. Les réseaux sociaux restent l'un des moyens de diffusion utilisés par les auteurs et les maisons d'édition. Les sorties de livres, les cérémonies de dédicaces et certains visuels promotionnels sont relayés par les plateformes des réseaux sociaux.

C. L'analyse de la distribution-diffusion-promotion-commercialisation

1. Les forces et les faiblesses de la distribution-diffusion

a. Les forces et les atouts actuels

Les principales forces de la distribution résident dans la volonté actuelle des acteurs à améliorer la situation. En plus de la volonté de mieux prendre en considération les questions de distribution et de diffusion, l'une des forces en cours est certainement la création d'écoles de formation aux métiers du livre au Burkina Faso qui, sans doute, contribuera (dans les années à venir) à professionnaliser les acteurs. La formation a été et est toujours le point de faiblesse parce qu'au départ, comme le souligne le Directeur général en charge du livre au ministère de la Culture, pour avoir donc des notions en bibliothéconomie, il fallait nécessairement se rendre à Dakar, à l'Université Cheik Anta-Diop ou carrément aller en France ou bien pour les ainés, se rendre en Union soviétique ou au Canada. Depuis 2005, l'ouverture de l'ISTID[323], l'Institut des sciences et de technique de l'information documentaire permet une offre de formation locale pour des bibliothécaires, des documentalistes et des archivistes.

C'est à partir de 2010-2011 que la filière à l'ENAM a été ouverte aux fonctionnaires de l'État pour la formation professionnelle et continue. Mais dans cette filière, ne sont formés que des archivistes : archivistes d'État, aide-archivistes et conservateurs d'archives.

[323] L'ISTID forme des élèves au niveau du BEP, Brevet d'Etude Professionnel pour les gens qui ont le BEPC. Il forme également en BTS pour les bacheliers. Elle forme enfin les licences, les étudiants qui ont le niveau licence.

Parallèlement, en 2011, s'est ouverte la filière *Sciences de l'information documentaire* à l'Université de Koudougou, devenue *Université Norbert-ZONGO*. Toutes ces initiatives de formation sont à saluer, quand on mesure le besoin de professionnels pour le secteur. Le Directeur du livre fait cependant remarquer qu'à...

> *« …l'Université de Koudougou, on forme jusqu'au niveau de licence. Mais pour aller plus loin, il faut aller en France ou à Dakar. Même à Dakar on se limite toujours au niveau Master. Pour faire le doctorat dans le domaine de la formation documentaire vous avez le choix soit d'aller en France ou au Canada ».*[324]

À l'image de l'organisation de la foire du *Livre* (FILO), de l'organisation de la *Semaine nationale de la culture* et de l'organisation de la rentrée littéraire, le foisonnement des cadres de diffusion constitue des atouts pour la filière *Livre*.

b. Les faiblesses actuelles

Les faiblesses cependant sont nombreuses. Mais l'une des plus visibles c'est...

> «*… qu'il n'y a aucun circuit de distribution ; ainsi, l'auteur est-il obligé de placer lui-même ses œuvres auprès des revendeurs, moyennant un pourcentage sur le prix de vente. Il n'existe que des libraires de taille moyenne à Ouagadougou et Bobo-Dioulasso et de nombreuses installations de bouquinistes du secteur informel appelées librairies par terre »*[325].

– *Les voies d'accès et le trafic routier*

Les infrastructures existantes en termes de routes et transports interurbains sont encore loin de faciliter le travail d'un entrepreneur dans le secteur de la distribution. C'est ce qui explique la concentration de l'activité de diffusion dans les seules grandes villes du pays.
Le développement des infrastructures routières et du trafic routier pourrait vraisemblablement aider à encourager des initiatives privées.

– *Le financement des entreprises*

Puisque la distribution demande d'importantes ressources en termes de moyens de transport, de voies de communication praticables, d'entrepôts, et d'un personnel commercial compétent et crédible, il semble que les entrepreneurs doutent de la rentabilité d'un tel investissement. La réticence et la faiblesse des financements bancaires n'encouragent pas non plus un projet dans la distribution littéraire.

324 Entretien avec le DG du livre, le 14 mars 2017 à Ouagadougou dans son bureau de 17h à 18h30.
325 Ministère des Arts et de la Culture. 2001. *Livre blanc sur la culture*…p. 89.

En somme, la distribution et la diffusion sont les maillons les plus fragiles de la chaine du livre, à côté de la faible production littéraire. Cet état de faits est dû à l'insuffisance et l'inadéquation des réseaux de diffusion et de distribution du livre, d'une part et à l'accès difficile aux financements, d'autre part. Consentie par l'ensemble des acteurs (éditeurs et libraires), une mutualisation des moyens pourrait donner lieu à une entreprise spécialisée (du type GIE) dans la distribution et la diffusion.

2. Les forces et les faiblesses de la promotion

a. Les forces actuelles de la promotion

À l'instar des activités de distribution et de diffusion, la promotion connait des initiatives sporadiques, qui ne survivent pas longtemps à la disparition de leur concepteur. Les initiatives ne sont pas régulières et manquent de professionnalisme dans leur implémentation.

La seule vraie opportunité de promotion des produits de l'édition reste la FILO, encore aujourd'hui.

On peut considérer par ailleurs le développement numérique des radios et télévisions comme une opportunité de promotion des œuvres littéraires. Des temps sont dédiés à la culture dans les programmes des radios et télévisions, que les acteurs de l'édition peuvent bien exploiter pour la promotion de leurs produits. Cependant, on note que les initiatives des médias, souvent liées au profil littéraire des animateurs, peinent à s'installer dans la durée. Une observation des émissions littéraires qui ont périclité, tant à la télévision qu'à la radio, montre que lesdites émissions ont disparu avec le départ à la retraite de l'animateur ou sa mutation à d'autres postes de responsabilité, etc.

Autre force que nous pouvons relever, c'est le faible cout des moyens de promotion qu'offrent les nouveaux médias (Internet, téléphone portable…). Même si les moyens classiques restent indétrônables, les réseaux sociaux actuels ouvrent une seconde voie pour les acteurs de se faire connaitre au moyen de la toile.

On peut noter aussi l'action du *Conseil Supérieur de la Communication*, qui, à travers une signature de cahier des charges, oblige les médias à contribuer à la promotion de la culture burkinabè.

b. Les difficultés de promotion littéraire

Les principales difficultés de la promotion, cependant, sont liées à l'accès des acteurs aux médias pour la promotion des œuvres littéraires. Certains médias n'ont pas d'intérêt affiché pour la littérature et comme la production est faible globalement, les émissions sont aussi

sporadiques et insuffisantes pour fidéliser des auditeurs ou téléspectateurs. Le cout de la publicité est, jusque-là, hors de portée pour les éditeurs et les auteurs. C'est souvent avec les cérémonies de dédicaces qu'un auteur ou un éditeur peut espérer une couverture médiatique plus ou moins gratuite. À part ces astuces, il faut payer le cout du spot de promotion, lequel varie entre 70 000 F CFA et 150 000 F CFA la diffusion.

Enfin, l'élaboration tardive de la politique du livre (processus en cours) ne facilite pas la clarification des métiers et fonctions.

3. Les forces et les faiblesses de la commercialisation : l'exiguïté du marché

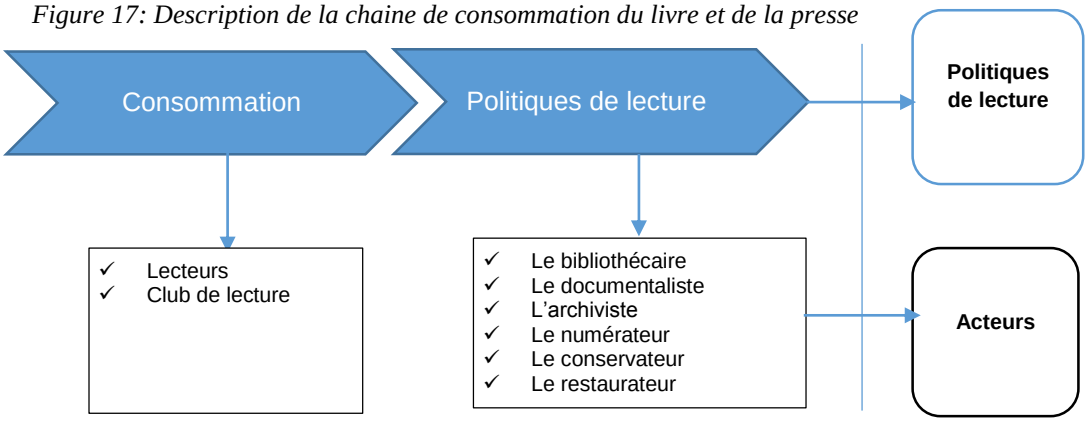
Les forces et les opportunités de la vente des produits éditoriaux sont dans les possibilités d'élargissement du marché, avec comme indicateurs sérieux, le taux d'alphabétisation ou de scolarisation en hausse croissante. Cette force ne vaut que si le livre scolaire devient l'apanage des éditeurs nationaux. Quant aux faiblesses, l'étroitesse du marché du livre, liée à la faiblesse numérique du lectorat et au pouvoir d'achat des publics, constitue un handicap majeur. Le marché local ne saurait lancer à lui seul la filière, d'où la nécessité d'explorer la sous-région et l'espace francophone.

Par ailleurs, le caractère informel des acteurs de la commercialisation et le faible réseau de vente constituent une faiblesse qui entrave le développement de la filière du livre. S'y ajoute le prix du livre relativement élevé, sérieuse entrave à la commercialisation. La cherté du prix, en effet, est liée à la faible maitrise des frais fixes et des frais variables. Les frais fixes sont ceux liés à la phase de prépresse, c'est-à-dire à toutes les opérations de conception de l'ouvrage : saisie, corrections, révision, maquette, mise en page, films, etc. Quant aux frais variables, ils sont essentiellement ceux de la phase de la fabrication du livre : papier, autres intrants, montage, impression, façonnage, etc. Le montant de cette seconde catégorie de frais dépend du format du livre, de la qualité du papier choisi, du nombre de couleurs que comporte l'ouvrage, du nombre d'exemplaires à tirer, etc.

Les acteurs de la presse ont lutté pour avoir des prix préférentiels dans l'importation du papier journal, en vue de réduire les couts des facteurs de production. Malgré tout, les intrants restent chers dans les facteurs de production. Les éditeurs de journaux ont relevé à 300 F CFA le prix du journal (au lieu de 200 F CFA), mais avouent ne pas toujours s'en sortir.

III. La consommation : repenser les politiques de lecture publique

Figure 17: Description de la chaine de consommation du livre et de la presse



Source : Auteur, 2017

A. État de la consommation des produits du livre et de la presse

Le livre n'existe qu'à partir du moment où il est lu, dit-on. La consommation des œuvres littéraires constitue le dernier maillon de la chaine de production de la filière *Livre et Presse*. C'est l'acte final d'un processus impliquant de nombreux acteurs en amont. L'achat d'un livre touche l'ensemble des acteurs de la chaine car l'acte d'achat rapporte en effet de l'argent aux éditeurs, qui peuvent ainsi réinvestir et de la satisfaction aux auteurs, qui peuvent ainsi se sentir motivés à écrire. Le consommateur peut être une personne physique (lecteur-ménages) ou une institution (bibliothèque).

Que lisent les Burkinabè ? Quelles sont les raisons de lire ou de ne pas lire ? Quel est le budget des ménages alloué à l'achat des livres ? Ce sont autant de questions qui ne seront pas traitées dans cette section mais qui restent totales dans le contexte burkinabè.

1. La consommation des particuliers

La consommation des particuliers peut se faire de plusieurs manières: par l'achat personnel ou par la possession d'un ouvrage ou par emprunt d'un ouvrage au sein d'une institution spécialisée comme une bibliothèque.

La consommation des produits de la littérature générale (hormis la consommation des ouvrages didactiques) est globalement faible quand on considère, entre autres, le faible taux d'alphabétisation et de scolarisation. Certains auteurs pensent qu'*«…au Burkina Faso, la*

lecture pose un certain nombre de problèmes. Ces problèmes sont d'ordre historique, sociologique, économique et culturel »[326].

Il est courant en effet d'entendre dire qu'avec sa longue tradition orale, le Burkina Faso aurait des problèmes de ce fait avec l'écrit. Cette thèse populaire n'explique pas tout le problème du rapport à l'écrit. Par exemple, au Congo belge, où la tradition orale était tout aussi forte, Jean-Chrétien ÉKAMBO nous a montré comment, avec la presse missionnaire, les populations locales se sont rapidement ouvertes à la scribalité, y compris certaines femmes[327]. La tradition de lecture est, de fait, liée à l'histoire des peuples et aux opportunités offertes à eux pour se familiariser avec l'alphabet et le produit écrit (peu importe la matière ou le support).

Les variables de la consommation des produits de l'édition littéraire sont donc nombreuses et complexes. C'est le niveau d'études, la catégorie sociale, le revenu des ménages qui expliquent globalement le problème de la lecture, sachant que l'ensemble de ces variables sont interdépendantes.

L'industrie du livre s'appuie moins sur la consommation individuelle ou des ménages que sur celle des institutions.

2. La consommation des espaces de lecture

La consommation des livres se fait par ailleurs à travers les institutions que constituent les espaces de lecture publique ou privée.

On entend par « *bibliothèque* », toute structure chargée de mettre à la disposition des usagers des fonds documentaires dans l'objectif de réponde à leurs besoins d'information, de recherche, d'éducation ou de loisirs. Sa mission principale est de constituer des collections, de les traiter, de les accroitre, et d'en faciliter l'utilisation par ses usagers. Suivant le statut de l'institution, le public concerné, les domaines traités, les supports et types de documents conservés, il existe des appellations spécifiques (*bibliothèque communale*, *bibliothèque nationale*, *bibliothèque des sciences*, *bibliothèque des enfants*, etc.).

326 SANOU, Salaka. 2000. *La littérature burkinabè: l'histoire, les hommes, les œuvres*. Francophonies. Limoges: Presses Universitaires de Limoges, p.111

327 Cf. ÉKAMBO, Jean-Chrétien. 2018. *Médias pionniers au Congo : Se Kukianga, 1891 ; Minsamu Miayengé, 1892*, Paris, L'Harmattan, (coll. « Médias d'hier »).

Dans le contexte du Burkina Faso, il n'existe pas de données globales récentes concernant ce secteur. On note néanmoins qu'il a connu un essor relativement important à partir de 1990 à travers les centres et bibliothèques de lecture publique ainsi que les bibliothèques scolaires.

3. Les politiques de lecture publique

a. Centres de lecture publique et d'animation culturelle

Les CELPAC constituent le miroir des politiques publiques en matière de lecture publique au Burkina Faso. Ils ont connu des parcours semblables à toutes les structures institutionnelles du ministère en charge de la culture (au gré des financements et des hommes qui animaient le département ministériel). En effet, sur le plan institutionnel, on note diverses mutations relatives à la structure ayant en charge la promotion du livre et de la lecture. Ainsi, en 1978, il a été créé en 1978 la Direction générale de la culture, placée au sein du ministère de l'Éducation nationale et de la Culture. Elle se composait entre autres d'une *Direction des arts, des lettres et des bibliothèques*. Celle-ci devint en 1981 la Direction de la promotion culturelle ayant en charge les bibliothèques, l'encouragement à l'édition et à la diffusion des livres. En 1983, il a été créé la *Direction générale des affaires culturelles* toujours au sein du ministère de l'Education nationale et de la Culture. Elle se composait d'une *Direction du patrimoine artistique et culturel*, d'une *Direction des arts et lettres* et d'une *Direction des arts plastiques et de l'artisanat d'ar*t. En 1988, la Culture fut rattachée à l'Information, donnant naissance au ministère de l'Information et de la Culture. Ce département comportait la Direction des arts, du spectacle et des lettres, chargée de la littérature, de la lecture et de la *Semaine nationale de la culture*. Cette dernière devint en 1989, la *Direction du livre et de la promotion littéraire* (DLPL), elle-même remplacée plus tard par la *Direction du livre et de la lecture* (DLL), qui, en dernier ressort disparait, léguant ses missions à la *Bibliothèque nationale* (BN) et au *Centre national de lecture et d'animation culturelle* (CENALAC) en 2005.

Aujourd'hui, c'est une Direction générale qui pilote les politiques de lecture publique. La *Direction générale du livre et de la lecture publiq*ue (DGLLP) a été créée en décembre 2012, au titre de l'arrêté ministériel n°072 du 3 décembre 2012.

Son bras technique est à nos jours le CENALAC, car c'est pour coordonner la politique nationale de lecture publique au Burkina Faso que le CENALAC est né par décret n°2005-609/PRES/PM/MFB/MCAT du 8 décembre 2005. On avait jusqu'alors deux instruments qui sont les *Centres de lecture et d'animation culturelle* (CLAC) au nombre de 17 répartis sur deux réseaux de CLAC (réseau de l'Est et réseau de l'Ouest), financés par l'OIF, d'une part et d'autre

part, les *Bibliothèques communales de lecture publique* (BCLP) au nombre de 33, financées par la Coopération française. Les BCLP ont été érigées aux lendemains de la décentralisation découpant ainsi le pays en 33 communes urbaines (aujourd'hui 45).

C'est la fusion de ces deux initiatives qui a donné naissance à une cinquantaine de CELPAC.

Après une expérience caractérisée par une mauvaise gestion des BCLP, la Coopération française a été obligée de suspendre son aide financière en 2007 à la politique de lecture publique du Burkina Faso. Seule, l'OIF continuait de soutenir à travers les CLAC les initiatives publiques en matière de lecture. À la suite de négociations âpres, l'OIF a accepté de prendre en compte les Centres autrefois soutenus par la Coopération française. Aujourd'hui, le pays compte 34 CELPAC, répartis dans les 13 régions administratives et en trois réseaux : les réseaux du Centre, de l'Ouest et de l'Est. Au total, 85 animateurs et trois coordonnateurs constituent le personnel des CELPAC.

On se rend compte que, quoique constituant la seule solution aujourd'hui en matière de lecture publique, les CELPAC sont loin de combler les besoins en lecture des populations. N'avoir que 34 CELPAC répartis dans les communes signifie qu'il y a un grand manque à gagner pour couvrir les 353 communes du pays. L'enjeu à terme, c'est de développer des Centres de lecture au niveau départemental, puis communal, avec du personnel en quantité et en qualité et surtout avec un fonds documentaire riche et varié. Dans les localités non couvertes par les CELPAC, le manque de bibliothèques est durement ressenti. La plupart du temps, c'est la bibliothèque qui constitue le seul élément de la chaine du livre présent sur le terrain.

- *Le fonds documentaire des CELPAC*

Le fonds documentaire des CELPAC est fait d'acquisitions sous forme d'achats ou de dons. Principal partenaire technique et financier, l'OIF assure l'essentiel des dotations tous les cinq ans sur la formulation d'un projet d'acquisition d'ouvrages proposée par le CENALA. Dans le plan d'acquisition, il a été convenu entre les deux parties d'affecter autour de 20 et 30 % du budget pour l'acquisition d'œuvres burkinabè. À titre d'exemple, en 2017, l'OIF a doté huit CELPAC de biens culturels à hauteur de 143 267 576 F CFA[328] L'État et les collectivités participent également à l'acquisition d'ouvrages au compte des CELPAC, à travers la coopération décentralisée ou des lignes budgétaires cependant irrégulières.

[328] Ce qui vaut 218 470 €.

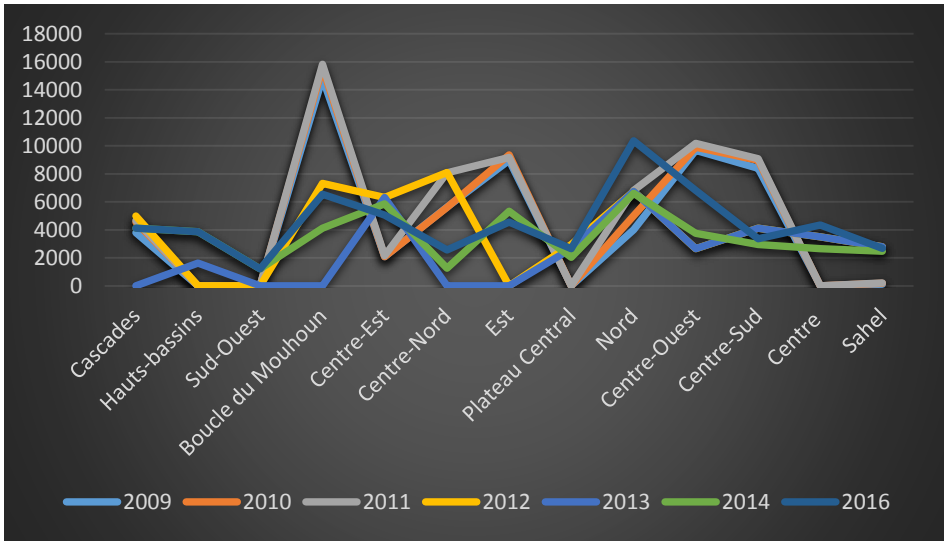
Tableau 112: Évolution du fonds documentaire des CELPAC

Régions-CELPAC	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2016
Cascades	3796	4542	4659	4983	0	4109	4109
Hauts-Bassins	0	0	0	0	1631	3862	3862
Sud-Ouest	0	0	0	0	0	1222	1222
Boucle du Mouhoun	14827	15561	15820	7325	0	4109	6551
Centre-Est	2086	2086	2150	6305	6305	5847	5046
Centre-Nord	5634	5615	8069	8091	0	1258	2554
Est	8954	9354	9180	0	0	5322	4546
Plateau Central	0	0	0	2955	2655	2041	2656
Nord	4000	5000	6816	6757	6757	6618	10360
Centre-Ouest	9669	9892	10182	2654	2654	3763	6821
Centre-Sud	8401	8960	9085	4111	4111	2963	3363
Centre	0	0	0	3506	3506	2663	4340
Sahel	110	190	218	2800	2800	2471	2669
Total	57477	61200	66179	49487	30419	46248	58099

Source : Annuaire statistique, 2016 et CENALAC

Le fonds documentaire des CELPAC dans le cadre du développement de la filière *Livre* est une option stratégique pour valoriser la production locale et la lecture. Quand on analyse l'évolution de ce fonds dans le temps, ce sont plus de 400 000 ouvrages qui ont circulé dans les différents CELPAC.

Graphique 50: Importance du fonds documentaire par région



Source : Auteur, 2017

– *Le financement des CELPAC*

Entre l'Organisation internationale de la Francophonie et le Gouvernement du Burkina Faso, il a été une convention d'appui au renforcement de la politique nationale de la lecture publique au Burkina Faso. Une des conventions signées en 2005, après la mise en place du CENALAC, octroyait à l'État burkinabè une enveloppe budgétaire de 500 000 €. Toutes celles qui ont suivi ont atteint le même montant budgétaire, avec des affectations différentes. La convention de

2005 a été signée pour une période de quatre ans, tandis que la dernière, l'a été pour cinq ans en mars 2016, après un travail diplomatique de haut niveau, puisque, comme la Coopération française et pour les mêmes raisons de gestion et de gouvernance, l'OIF avait décidé de ne plus accompagner le projet.

Tableau 113: La ventilation de la subvention de l'OIF sur 4 ans

Sources	An 1	An 2	An 3	An 4
OIF	25 000 €	25 000 €	25 000 €	25 000 €
Réseau de l'Ouest	1 980 000 F CFA (3018 €)	1 980 000 F CFA (3018 €)	1 980 000 F CFA (3018 €)	1 980 000 F CFA (3018 €)
Réseau du Centre	2 043 000 F CFA (3114 €)	2 043 000 F CFA (3114 €)	2 043 000 F CFA (3114 €)	2 043 000 F CFA (3114 €)
Réseau de l'Est	2 043 000 F CFA (3114 €)	2 043 000 F CFA (3114 €)	2 043 000 F CFA (3114 €)	2 043 000 F CFA (3114 €)

Source : Enquête de terrain, 2017-CENALAC

Les efforts des bailleurs de fonds ne sont pas accompagnés d'une intervention financière et matérielle suffisante de la part de l'État, malgré les conventions signées qui situent les obligations de chacune des parties. Le tableau ci-dessous (relatif aux subventions affectées à l'investissement) tout comme le tableau précédent (relatif au fonctionnement des CELPAC), montrent que la contribution de l'État et des collectivités reste loin derrière celle du partenaire technique et financier, donnant ainsi l'impression que les partenaires financiers et techniques cernent mieux les enjeux de l'accès à l'écrit et de la lecture que les autorités nationales.

Tableau 114: Part des contributions de l'OIF et de l'État au compte des CELPAC

Année	***OIF***	***État burkinabè***	***Collectivités***
Investissement indirect	400 000 €	0	0
Investissement direct	100 000 €	500 000 F CFA[329]	1 980 000 F CFA
Total	500 000 €	500 000 F CFA	500 000 F CFA

Source : notre enquête de terrain, 2017

Dans la chaine du livre au Burkina Faso, s'il y avait plus de volonté politique, les CELPAC pourraient aider les éditeurs et les libraires à améliorer leur chiffre d'affaires annuel. Il suffit que l'État passe commande de façon systématique pour acquérir toutes les publications des éditeurs nationaux.

b. La Bibliothèque nationale du Burkina, des défis pas forcément financiers

La *Bibliothèque nationale du Burkina* (BNB) a été créée le 20 juillet 1970 par décret pris en Conseil des ministres. Sur instruction du président de la République, le général Sangoulé

[329] L'enquête a montré qu'en réalité, la dotation de 500 000 F CFA n'est intervenue qu'une seule fois en 2016.

LAMIZANA, la Bibliothèque nationale a été rattachée au ministère chargé de l'éducation nationale.

Ce décret est resté théorique, sans aucune initiative concrète pendant près d'une trentaine d'années. C'est ainsi qu'en Conseil des ministres du 31 décembre 1998, un nouveau décret finalement sera de nouveau adopté sous le N° 98-511/PRES/PM/MCC.

Dans la même période (1990*),* le pouvoir public décide de la création de la *Direction du livre et de la promotion littéraire* (DLPL) au sein du ministère en charge de la culture.

C'est cette Direction qui assurera la mise en œuvre de la *Bibliothèque nationale*. Il a fallu attendre en 1992 pour voir les outils et les textes législatifs nécessaires à la mise en route de la BNB.

Ainsi, entre autres textes, on peut noter l'adoption le 8 novembre 1996, par l'ADP (Assemblée des députés du peuple), de la loi N°042/96/ADP portant institution du dépôt légal au Burkina Faso, qui sera une prérogative de la *Bibliothèque nationale*.

Depuis lors, la BNB va connaitre une évolution dans son statut, en fonction des opportunités et des politiques publiques mises en œuvre. Après avoir été à sa création un établissement public à caractère administratif sous le Décret N° 98-511/PRES/PM/MCC (ce qui lui conférait un statut *Établissement public administratif* doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière), la BNB deviendra plus tard en 2003 sous le Décret n°2003-209/PRES/PM/MCAT/MFB un *Établissement public de l'État à caractère scientifique, culturel et technique* (EPSCT). Après cette période, la *Bibliothèque nationale* a été transformée en un *Établissement public de l'État* (EPE).

De nos jours, la BNB est sous la tutelle de la *Direction générale du livre et de la lecture publique* (DGLLP), comme une simple Direction technique.

Les raisons avancées dans les mutations sans cesse du statut juridique de la BNB sont des arguments purement économique et financier. « *Ça ne rapporte rien !* ». En fonction de la vision des différents gouvernements, la BNB prenait un statut ou un autre. Les financements et les opportunités de financements ont largement joué dans le choix des statuts. Les arguments que nous avons entendus lors de l'enquête montrent clairement que la BNB n'est pas rentable, donc ne peut bénéficier, au même titre que les autres entreprises, du statut d'EPE. *« À chaque session des patrons d'entreprises publiques, la BNB n'apporte rien dans l'assiette fiscale. Elle dépense au lieu de créer de la richesse… »*.[330]

330 Propos du Directeur actuel de la BNB, propos recueillis le 9 octobre 2017, 9h30 dans les locaux de la BNB à Ouaga 2000.

– *Le rôle et les objectifs de la BNB*

Selon les termes de son décret de constitution en son article 2, la BNB a pour vocation d'acquérir, de conserver et de mettre à la disposition du public les publications burkinabè et les principales publications étrangères.[331]

La BNB, est chargée, de façon spécifique, de : collecter, cataloguer, conserver et enrichir dans tous les domaines de la connaissance le patrimoine national dont elle a la garde ; assurer l'accès du plus grand nombre aux collections ; veiller au respect de la législation en matière de dépôt légal sur toute l'étendue du territoire national ; acquérir l'essentiel des publications étrangères ; établir des liens de coopération avec des structures homologues sous régionales et internationales ; constituer et diffuser la bibliographie nationale ; assurer la gestion du patrimoine en matière du livre et d'écrits.

Comme toute Bibliothèque nationale, la mission principale assignée à la BNB est de publier, de manière régulière, des bibliographies nationales et de fournir les informations susceptibles de satisfaire les besoins des utilisateurs. Depuis sa création, elle n'a cependant pu publier que trois numéros du répertoire bibliographique national. Le 4^{e} numéro attend des moyens financiers pour sa publication.

– *Le fonctionnement de la BNB*

Il faut le rappeler, la BNB une des trois Directions techniques de la DGLLP. Elle comprend quatre services : le service du dépôt légal et de la bibliographie nationale ; le service des acquisitions et du traitement documentaire ; le service de la conservation, de la restauration et de la reliure ; le service des échanges, de la coopération et de la communication documentaire.

Encadré 22: Les attributions des services techniques de la BNB

- *Le service du dépôt légal et de la bibliographie nationale*

Il est chargé de recevoir et enregistrer les œuvres soumises au Dépôt légal ; faire appliquer le Dépôt légal sur toute l'étendue du territoire national ; constituer et diffuser des bibliographies nationales ; traiter les œuvres reçus ; sensibiliser les populations par rapport à l'application de la loi ; promouvoir en collaboration avec les éditeurs nationaux l'usage de l'ISSN et de l'ISBN.

- *Le service des acquisitions et du traitement documentaire*

Il est chargé de : acquérir les œuvres par l'achat ou de dons ou d'échanges ; œuvrer à l'acquisition des œuvres par achat, dons ou d'échanges ; traiter les œuvres reçues.

- *Le service de la conservation, de la restauration et de la reliure*

Il est chargé de : relier et restaurer les collections ; assurer la conservation des collections ; identifier et collecter les œuvres patrimoniales ; rechercher et de reproduire des publications anciennes ; œuvrer au rapatriement des documents anciens.

- *Le service des échanges, de la coopération et de la communication documentaire.*

[331] Journal officiel (JO) de Haute-Volta, N° 41 du 25 septembre 1969, P.479.

Il est chargé de : créer les liens de partenariat et d'échanges avec les institutions nationales et internationales ; consolider les accords existants ; favoriser les habitudes de lecture ; veiller à la mise en consultation les documents ; recueillir toutes les suggestions relatives à la normalisation ; proposer des séances d'animation (exposition, conférences, tables rondes…)

Source : notre enquête de terrain, 2017

Le personnel actuel est composé de : 2 conservateurs ; 4 bibliothécaires ; 3 aide-bibliothécaires ; 1 assistante culturelle ; 1 agent de liaison ; 2 gardiens.

La BNB est bâtie sur un site de 5 ha qui n'a pas suffisamment été mis en valeur, comme l'indiquent les photographies ci-dessous.

Illustration 15: L'état de la Bibliothèque nationale du Burkina en 2017

Le site abritant la BNB. Dans l'attente d'y voir ériger une Bibliothèque nationale digne de ce nom. C'est une brousse de 5 ha (Crédit photo : Auteur, 2017)

Le site abritant la BNB vue de dehors. (Crédit photo : Auteur, 2017)

Le bâtiment de moins de 200m^2 abritant la mémoire nationale en matière de littérature

– *Le fonds documentaire de la BNB*

Le fonds documentaire de la BNB est composé essentiellement des monographies (œuvres littéraires et scientifiques) et des périodiques (revues, magazines, des annuaires,…) Il s'agit des documents importés ou produits sur le territoire national.

Le fonds documentaire est estimé actuellement à :

- environ 13 000 monographies dont 1 028 documents non traités ;
- 381 documents audiovisuels ;
- 884 titres de périodiques répertoriés et reliés et 250 revues non reliés, soit environ 28 000 titres de journaux.

Plus de 100 monographies et plusieurs périodiques ont subi des détériorations, dues aux eaux de pluies, à la poussière, aux termites et autres insectes. Le nombre des œuvres littéraires est estimé à 6 000 titres.

Tableau 115: Nombre de titres répartis par genre littéraire

Œuvres littéraires	**Nombre de titres**
Album	1 36
Bande dessinée	1 49
Conte	791
Nouvelle	1 256
Poésie	886
Roman	2 657
Théâtre	287

Source : notre enquête de terrain, 2017

c. Les bibliothèques spécialisées et centres de documentation

Les bibliothèques spécialisées relèvent des départements ministériels ou d'autres structures de l'État dont les plus connues et les plus grandes sont celles du CNRST avec environ 38 000 ouvrages ; du ministère de l'Agriculture avec environ 25 000 ouvrages ; et du Centre national des archives avec environ 3 500 ouvrages. Les autres relèvent soit d'institutions religieuses, soit d'instances internationales, soit de représentations diplomatiques, comme les *Instituts français* à Ouagadougou et à Bobo-Dioulasso, le *Centre culturel américain*, le *Centre culturel arabe libyen*, *l'Institut Goethe* de la République *fédérale* d'Allemagne.

– *Les bibliothèques scolaires*

Les ministères en charge de l'éducation recommandent la création de bibliothèques scolaires dans chaque établissement ou université et les associations des parents d'élèves travaillent selon leurs moyens à la création et à l'entretien des bibliothèques scolaires. La coopération bilatérale vient également en appui aux actions entreprises dans ce domaine. C'est le cas du *Projet canadien d'appui à l'enseignement de base* (PACEB), qui a fourni des mallettes de livres pédagogiques pour soutenir les enseignants du primaire dans les villages.

Au niveau du secondaire, depuis la rentrée scolaire 1996-1997, chaque établissement public dispose d'un fonds documentaire. Certains de ces établissements ont une bibliothèque relativement bien fournie : c'est le cas des lycées Ouezzin-COULIBALY de Bobo-Dioulasso, Rialé de Tenkodogo, Philippe-Zinda-KABORÉ de Ouagadougou.

Dans le développement de la filière *Livre,* la création d'une bibliothèque par établissement devrait permettre aux éditeurs, d'une part et par ricochet aux libraires, d'autre part, de vendre leur produits littéraires sans trop de problème. Mais jusque-là, tous les établissements ne disposent pas de bibliothèques (sachant que certains n'ont même pas suffisamment de locaux pour les salles de classe) et s'ils en disposaient, elles vivotent et vivoteraient, en l'absence de personnel qualifié pour en assurer le fonctionnement et la gestion des commandes.

– *Les bibliothèques universitaires*

La *Bibliothèque universitaire centrale* (BUC) a été créée en 1969 avec la fusion de la bibliothèque du *Centre d'enseignement supérieur de Ouagadougou* et du *Centre d'enseignement de pédagogie et de perfectionnement*. La BUC dispose d'un fonds d'environ 100 000 ouvrages, 13 000 thèses et mémoires, 240 titres de périodiques avec une capacité d'accueil de 550 places assises. Chaque *Unité de formation et de recherche* (UFR) dispose également de sa propre bibliothèque, qui regroupe quelques travaux d'enseignants et d'étudiants et des ouvrages classiques ; celle de l'Université polytechnique de Bobo-Dioulasso compte environ 40 000 ouvrages. Avec la poussée des écoles supérieures privées, il est possible que la demande en livres et en personnel qualifié soit importante dans les dix ans à venir.

Tableau 116: Nombre de bibliothèques scolaires et universitaires

Années	***2007***	***2008***	***2009***	***2010***	***2011***	***2012***	***2013***
Par cycle							
Secondaire	305	348	428	491	522	569	607
Supérieur	27	28	39	41	44	47	48
Par statut							
Publiques	192	215	278	313	346	366	382
Privées	140	161	189	219	220	250	273
Ensemble	**332**	**376**	**467**	**532**	**566**	**616**	**655**

Source : Annuaire statistique 2014, paru en 2016

Cependant, malgré l'importance relative du fonds documentaire de ces institutions universitaires, le renouvellement des livres et leur adaptabilité aux besoins des usagers constituent un problème réel. Tout en relevant le nombre relativement important des livres dans son institution, la responsable de la Bibliothèque nationale a aussi souligné la vieillesse dudit fonds. Et c'est un peu le cas de beaucoup d'autres bibliothèques, qu'elles soient scolaires ou institutionnelles.

B. Les acteurs de la consommation des œuvres littéraires

1. Les lecteurs

C'est la lecture qui donne sens au livre et à tout ce que l'on entreprend pour son développement. Au Burkina Faso, les efforts consentis par l'État pour assurer la lecture publique existent, mais restent insuffisants ; le pays compte moins d'une cinquantaine de bibliothèques de lecture publique. Par ailleurs, pour la plupart, celles-ci sont concentrées dans les centres urbains.

Les lecteurs, quant à eux, existent et augmentent potentiellement avec le taux de scolarisation et d'alphabétisation.

Il est courant cependant d'entendre dire que les Burkinabè ne lisent pas assez ou lisent mal. Les bibliothèques ne font pas toujours le plein des effectifs possibles. Quand on prend l'exemple des CELPAC, on se rend compte de la relative faiblesse de la fréquentation annuelle des usagers. Et quand on considère que l'essentiel des usagers est constitué d'élèves et d'étudiants, on peut dire que la lecture est une *pratique en instance.*

Tableau 117: Le nombre d'abonnés des centres de lecture publique par région

Régions	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2016**
Cascades	1898	2088	1082	4723	2210	3006	3212
Hauts-Bassins	0	0	0	0	1631	3862	3862
Sud-Ouest	0	0	0	390	251	182	1071
Boucle du Mouhoun	3782	3747	3189	3447	2401	2495	6662
Centre-Est	310	256	160	2600	1730	3200	4118
Centre-Nord	544	478	671	423	247	294	0
Est	3833	3956	4830	3240	2118	13157	4059
Plateau Central	0	0	0	0	0	2808	1792
Nord	1130	1200	1510	1500	0	1437	3339
Centre-Ouest	1914	1805	1769	0	0	1343	6974
Centre-Sud	550	669	608	692	0	1062	1604
Centre	0	0	0	0	0	427	1280
Sahel	358	205	261	231	0	148	899

Source : MCT. 2016. « Annuaire statistique 2014 ». MCT.

– *Les abonnements et les fréquentations des centres de lecture*

Notre enquête montre clairement que la fréquentation des bibliothèques n'est pas trop dans les habitudes des Burkinabè. 54,40 % déclarent qu'ils ne fréquentent que de façon occasionnelle les bibliothèques contre 8,40 % qui disent fréquenter tous les jours les centres de lecture.

Tableau 118 : Répartition des enquêtés selon la fréquence à la bibliothèque

Fréquence à la bibliothèque	*Effectif*	*Fréquence*
Tous les jours	20	8,40 %
Très souvent	78	32,90 %
Occasionnellement	129	54,40 %
Jamais	10	4,20 %
TOTAL	**237**	**100 %**

Source : notre enquête de terrain, 2017

En considérant les fréquentations des CELPAC à travers les 13 régions administratives du Burkina Faso, on peut se rendre compte de la fréquentation relativement faible, malgré le public scolaire en nombre croissant.

Tableau 119: Fréquentation des centres de lecture par région

Régions-CELPAC	***2009***	***2010***	***2011***	***2012***	***2013***	***2014***	***2016***
Cascades	16403	22242	13797	25638	18218	0	27608
Hauts-Bassins	0	0	0	25783	20449	0	34496
Sud-Ouest	0	0	0	12350	7988	0	27515
Boucle du Mouhoun	111471	111208	92188	84918	68700	0	97014
Centre-Est	3437	1707	1003	36380	33357	0	27386
Centre-Nord	544	478	521	10848	8808	0	0
Est	69389	67954	75271	51024	31506	0	37788
Plateau Central	0	0	0	0	0	0	19712
Nord	33000	35441	40300	0	0	0	57582
Centre-Ouest	34032	33531	26058	0	0	1343	6974
Centre-Sud	13556	11913	9690	13181	0	0	22936
Centre	0	0	0	0	0	0	14369
Sahel	0	10240	11476	6351	5201	0	17718

Source : Annuaire statistique 2014. MCT.

– *L'appréciation du prix du livre, des journaux et de l'accès aux bibliothèques*

Le tableau ci-dessous montre que 46,4 % et 17,3 % (soit plus de 60 %) considèrent respectivement que les prix des livres au Burkina Faso sont « *chers* » et « *très chers* », contre 1,7 % les considérant comme « *moins chers* » et 34,6 % comme « *abordables* ».

Tableau 120: Répartition des enquêtés selon l'appréciation des prix du livre

Appréciation des prix du livre	***Effectif***	***Fréquence***
Très chers	41	17,30 %
Chers	110	46,40 %
Abordables	82	34,60 %
Moins chers	4	1,70 %
TOTAL	**237**	**100 %**

Source : notre enquête de terrain, 2017

Or, nous savons que l'un des enjeux de la consommation est économique et financier. Pour construire une économie du livre, il faut des lecteurs qui acceptent consentir un prix à payer. Une politique des prix devrait permettre de renverser les tendances et ainsi augmenter le nombre de lecteurs, s'il est vrai que le prix explique pour beaucoup le faible accès au livre et à l'écrit.

Quand on considère le tableau ci-dessous, on se rend compte que les journaux ont un prix abordable pour près de 70 % des enquêtés.

Tableau 121: Répartition des enquêtés selon l'appréciation des prix du journal papier

Appréciation des prix du journal papier	***Effectif***	***Fréquence***
Très chers	3	1,30 %
Chers	24	10,10 %
Abordables	165	69,60 %
Moins chers	45	19,00 %
TOTAL	237	100 %

Source : notre enquête de terrain, 2017

Et plus de 90 % pensent que l'accès aux bibliothèques est « *moins cher* », (39,2 %) et « *abordable* » (53,2 %).

Tableau 122: Répartition des enquêtés selon l'appréciation du prix abonnement bibliothèque

Appréciation du prix abonnement bibliothèque	***Effectif***	***Fréquence***
Très chers	3	1,30 %
Chers	15	6,30 %
Abordables	126	53,20 %
Moins chers	93	39,20 %
TOTAL	**237**	**100 %**

Source : notre enquête de terrain, 2017

Malgré cette perception positive sur les prix appliqués aux produits de la presse et des espaces de lecture publique, force est de remarquer que la question de la consommation va au-delà des variables monétaires, pour prendre en compte d'autres variables. Comme le tableau ci-dessous permet de le remarquer, très peu achètent le journal.

Tableau 123: Répartition des enquêtés selon la fréquence vis-à-vis des journaux

Fréquence vis-à-vis des journaux	***Effectif***	***Fréquence***
Tous les jours	49	20,70 %
Très souvent	72	30,40 %
Occasionnellement	113	47,70 %
Jamais	3	1,30 %
TOTAL	**237**	**100 %**

Source : notre enquête de terrain, 2017

Et très peu encore fréquentent les bibliothèques. C'est dire qu'en plus du prix, qui est un indicateur pertinent et évoqué régulièrement lors des entretiens, bien d'autres facteurs non monétaires participent de l'exclusion des publics du livre et de l'écrit.

Face à cette situation, des acteurs à travers le pays tentent d'apporter des solutions avec des initiatives plus ou moins innovantes. En complément, en plus des attributions de certaines structures organisées évoquées plus haut, des acteurs à la base font la promotion de la lecture. C'est le cas de l'association *Lecture pour tous* (LPT) qui tient chaque année un *Camps de lecture et d'écriture*.

2. Les bibliothécaires

Créée en 2004, *l'Association burkinabé pour le développement des bibliothèques, des archives et des centres de documentation* (ABGID) est la seule organisation professionnelle qui existe. Les bibliothécaires, surtout ceux qui gèrent les bibliothèques scolaires, sont des autodidactes ou des passionnés du livre ou, tout simplement, des enseignants reconvertis. Le développement d'une politique de lecture publique se conjugue avec la formation de bibliothécaires. Ce sont eux qui constituent les intermédiaires de terrain entre le livre et le lecteur dans les espaces publics de lecture, d'où la nécessité qu'ils soient bien formés et en nombre suffisant.

3. Les clubs de lecture

La diffusion et la promotion des produits de l'édition se font essentiellement à travers les clubs de lecture. Il se crée comme il en meurt tous les jours, dans les universités, dans les établissements scolaires et dans certaines bibliothèques ou centres culturels comme *l'Institut français*. Ces clubs de lecteurs animent des débats, des conférences et souvent des séances de dédicaces. Certains clubs arrivent à mobiliser les auteurs d'œuvres pour plus d'interaction. Les clubs sont donc des prescripteurs capables d'influencer les choix des lecteurs, surtout au sein des bibliothèques, il est courant de voir la sélection du mois du club de lecture affichée à l'accueil de ladite bibliothèque. Ce qui guide souvent les choix de lecture des usagers.

L'observation de terrain a permis de constater un « *regain* » d'intérêt pour la création des clubs de lecture dans certains espaces ou institutions : nous avons en effet repéré un club particulièrement dynamique à *l'Institut français* de Ouagadougou, un autre au sein de l'Université de Ouagadougou et quelques clubs nés au cours des trois dernières années à l'intérieur du pays. C'est le cas des clubs de Fada, de Ouahigouya, de Diapaga, de Dédougou, de Banfora et de Boromo.

4. Les autres acteurs

Les autres acteurs qui méritent d'être cités sont les structures de formation aux métiers de bibliothécaires, d'animateurs culturels et d'archivistes.

L'ISTID (Institut des sciences et techniques de l'information et de la documentation) créé en 2005 est l'une des anciennes structures de formation privée. L'État n'a commencé à former ses agents aux métiers du livre qu'en 2011. Avant cette période, ce sont des volontaires et des passionnés qui ont animé les centres culturels ou de lecture en se formant au contact du métier.

Le CENAMAFS

Le *Centre national des manuels et fournitures scolaires* a agi pendant plus de cinq ans en tant qu'*Établissement public de l'État* (décret n°2012-723/PRES/PM/MESS/MEF du 12 septembre 2012 portant érection du Centre national des manuels et fournitures scolaires en établissement public de l'État). Il se positionne comme un outil technique pour la résolution des problèmes de disponibilité des manuels scolaires au Burkina Faso, mais aussi comme un concurrent, en tous les cas perçu comme tel, des acteurs nationaux de la filière du *Livre*.

Selon les statuts du Centre, les missions assignées au CENAMAFS sont : l'appui à la conception des manuels et fournitures scolaires ; l'édition et la production des manuels et fournitures scolaires ; la gestion du *Fonds d'édition des manuels du secondaire* (FEMS) et de l'imprimerie du ministère de tutelle ; la diffusion et la mise à disposition des établissements d'enseignement secondaire, des manuels et fournitures scolaires.

De l'énoncé de ces missions, on peut se rendre compte de la place combien stratégique qu'occupe le CENAMAFS dans la problématique de l'accès au livre ou manuel scolaire au Burkina Faso. En effet, ce sont des milliers de livres qu'il produit et met dans le circuit des bibliothèques scolaires chaque année. À titre d'exemple, en 2015 et 2017, il a acheté avec des libraires étrangers, respectivement 326 000 et 360 000 livres. En 2016, il a écoulé de sa propre production 15 000 livres. Malgré ces volumes, le taux de couverture des établissements secondaires reste encore faible avec seulement 38 %.

C'est le même principe de production et de distribution de manuels scolaires qui prévaut au sein du ministère de l'Éducation nationale et de l'Alphabétisation, lequel, d'ailleurs, jouit d'une expérience plus ancienne que le CENAMAFS.

C. L'analyse de la consommation des produits de l'édition et les stratégies d'acteurs

1. Les forces et les faiblesses de la consommation des ménages

La faiblesse de la consommation des produits du livre est l'un des problèmes majeurs et difficiles à résoudre, tellement des facteurs divers interviennent dans la formation des gouts, des choix et des pratiques de lecture. Les chiffres exposés *supra* montrent la faiblesse des abonnements et de la fréquentation des bibliothèques. Quand on analyse en plus le budget des ménages alloué aux produits du livre, on se rend également compte de la faiblesse de la consommation.

Cependant, l'enquête a révélé que les publics sont demandeurs d'histoires et d'écrits de leur vécu, de leur identité intrinsèque. C'est donc une opportunité qui pourrait s'offrir à l'industrie du livre, si des politiques publiques en faveur du livre et de la lecture étaient prises et mises en œuvre.

Le taux de scolarisation actuel montre que l'analphabétisme perd du terrain, au profit d'une population de plus en plus scolarisée et alphabétisée. Plus on aura donc des lecteurs potentiels et plus les mesures pour stimuler la consommation connaitront du succès.

Pour donner davantage des chances aux livres d'être consommés, il nous semble que l'enseignement de la lecture s'impose comme solution.

Les différentes méthodes d'enseignement de la lecture déjà mises en œuvre devaient permettre d'aboutir à l'ouverture d'esprit des apprenants et au développement de leur gout pour la lecture extra-scolaire. Ces objectifs ne semblent pas être atteints totalement au Burkina Faso. Le thème de la 14e édition de la FILO, *« Livre et lecture dans le cadre familial »*, semble confirmer la préoccupation des acteurs du livre et de l'État sur la question.

2. Les forces et les faiblesses de la consommation des institutions

La consommation des institutions est l'une des plus sûres et régulières. Elle prend en compte les marchés publics et les commandes spéciales des organisations non gouvernementales et internationales. La consommation dite institutionnelle pourrait donc regrouper les bibliothèques publiques et privées, les services de l'État et des privés qui, tous, expriment des besoins en littérature ou ouvrages spécialisés.

C'est un potentiel de consommation certes, mais qui échappe aux acteurs du livre parce que, tout simplement, la pratique est tournée vers l'auto exécution des besoins en livres.

Il n'y a aucune contrainte légale obligeant les institutions à passer commande aux libraires pour la satisfaction de leur besoin en livres de tous genres. La consommation des institutions pourrait connaitre une plus-value certaine pour les acteurs, si elle était mieux organisée et encadrée, voire réglementée.

Nous pensons enfin qu'en organisant mieux ce niveau de la consommation des produits de l'édition littéraire, on pourrait accroitre le niveau de ladite consommation, en quantité comme en qualité. Cela passe, notamment, par commencer à appliquer les textes d'appels d'offres publiques, cela passe, également, par adopter des textes encadrant l'acquisition des ouvrages dans le cadre d'un service public ou privé.

3. Les forces et les faiblesses des politiques de lecture publique

Sur le plan institutionnel, on constate un nomadisme institutionnel qui a caractérisé l'institution en charge des politiques publiques de promotion du livre et de la lecture et qui continue de la caractériser. Cela n'est pas sans conséquences sur le développement de la filière *Livre* et sur les acteurs, lesquels se sentent souvent perdus dans ces labyrinthes institutionnels, sans cesse redessinés.

L'enquête de terrain a aussi permis de relever d'autres faiblesses, qui relèvent de la cohérence d'ensemble. En effet, la Direction générale en charge du livre, qui comprend en plus la Direction de la *Bibliothèque nationale*, est faiblement dotée en ressources financières. Il fut des années où la Direction a eu moins de cinquante millions de F CFA pour son fonctionnement. Aussi, les ressources humaines ne sont pas aussi nombreuses pour assurer les missions assignées à la Direction en charge du livre et de la lecture. La formation des agents n'est pas toujours de bonne qualité, en témoignent les nombreux problèmes de gestion de projets soutenus par des partenaires techniques et financiers. Le Directeur général du livre évoque cette situation en rappelant les problèmes rencontrés avec la mise en œuvre du projet de Centres de lecture.

> *« Il faut dire que pour renouveler cette convention, ça a pris du temps et les gens ont dû jouer des pieds et des mains pour que ça soit signé. À un moment donné, on avait eu de gros problèmes de gouvernance, si bien que l'OIF n'était plus disposée à renouveler la convention. On attend de voir si on sera plus sérieux ! Ce n'est pas souvent simple. Voilà donc que comme le renouvellement de la convention a tardé, il y a eu beaucoup de problèmes au niveau des lignes de fonds documentaire qui n'étaient plus renouvelés. Puisque c'est l'OIF dans la convention qui est chargée donc de doter ces bibliothèques-là en livres. Alors, à un moment donné, les livres qui étaient là ont commencé à vieillir et le fonds n'étant pas renouvelé, on a senti quand même que les lecteurs avaient de la réticence à revenir vers la CELPAC. Quand un lecteur arrive à consulter une bonne partie ou bien tout le fonds documentaire, il n'est plus motivé à revenir. Donc du coup, y a eu un peu de réticence par rapport au lectorat et même que certains CELPAC ont dû fermer ».*[332]

L'une des forces, c'est aussi la dynamique de la coopération bilatérale et multilatérale, laquelle en réalité a permis au Burkina Faso d'implémenter presque toutes les initiatives et politiques publiques de lecture. La coopération avec la France s'est traduite par la mise en place du projet *Bibliothèques communales de lecture publique* (BCLP) en 1992. En 2008, grâce à cette même

[332] Entretien avec le DG du livre, le 14 mars 2017 à Ouagadougou dans son bureau de 17h à 18h30.

coopération, il a été mis en place le projet d'appui à la lecture publique sur financement, annoncé de 1 millions d'euros.

Mais comme nous l'avions évoqué *supra*, l'exécution a été suspendue, puis le projet arrêté en 2009 pour des raisons de gouvernance. Des accords existent également entre le Burkina Faso et des pays d'Europe et d'Amérique (Belgique, Suisse, Canada, etc.), dans les domaines de la lecture, du livre scolaire et de la formation.

On peut constater que tous les accords passés avec d'autres pays s'accompagnent d'un engagement de coopération culturelle dans les domaines de la formation et des foires ou salons du livre.

Sur le plan multilatéral, l*'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture* (UNESCO) a joué et continue de jouer un rôle d'avant-garde en matière de politique du livre et de la lecture : par exemple, il convient de signaler l'initiative UNESCO/DANIDA et bien d'autres projets, aussi bien orientés vers des acteurs que vers les auteurs pour la publication de livres pour jeunesse et enfant…

Nous pouvons citer également l'exemple de la *Banque mondiale*, laquelle joue un rôle important dans la réalisation et l'approvisionnement du livre scolaire ; elle accompagne également dans la formation des ressources humaines.

L'exemple particulier de *l'Organisation internationale de la Francophonie* (OIF) est à rappeler, qui a mis en place au départ 17 *Centres de lecture et d'animation culturelle* (CLAC). Aujourd'hui, on en dénombre trente-quatre sous la dénomination CELPAC.

Toutes ces organisations de coopération tentent, tant bien que mal, d'accompagner l'État et le secteur privé, ainsi que le monde associatif dans leurs actions de développement du livre. La contrainte majeure réside, entre autres, dans la lourdeur et la complexité des procédures qui font souvent perdre des lignes budgétaires et les capacités des acteurs à absorber les crédits budgétaires.

Le plus souvent, les partenaires viennent avec le projet et tentent de le mettre en œuvre en mobilisant des acteurs locaux. Les CLAC que l'OIF a développés au Burkina Faso (1989), correspondent à une initiative territorialement plus vaste, qui impliquait des pays comme le Sénégal, la Côte d'Ivoire. C'était donc le même modèle de gestion et d'implémentation qui s'appliquait partout dans les pays bénéficiaires. Conséquence, des détournements de fonds et même d'objectifs ont été constatés, qui ont conduit à la fermeture de certains centres de lecture.

Par ailleurs, il nous faut aussi faire état du croisement de plusieurs projets de même nature, sans que, pour autant, en ait résulté une synergie d'actions pour plus d'effet. Chaque partenaire technique et financier travaille de son côté, comme en concurrence avec l'autre. *In fine*, c'est le supposé bénéficiaire qui se voit piégé dans les financements. Tel a été le cas de l'initiative de la Coopération française concernant les bibliothèques communales associée à l'OIF. Il a fallu que le projet français soit arrêté pour que l'État burkinabè demande à l'OIF d'accepter de considérer les BCLP dans le plan de développement de la lecture publique au Burkina. Jusqu'à la date de notre terrain (2017), sur les 50 bibliothèques issues de la fusion entre les CLAC au nombre de 17 (OIF) et les BCLP (Coopération française) au nombre de 33, seules, 34 avaient été acceptées dans le projet OIF, après l'arrêt du projet par la Coopération française en 2007. Ce seul exemple montre les ambiguïtés des interventions financières des bailleurs de fonds.

Sur le plan juridique, on peut dire que, globalement, le Burkina Faso ne manque pas de textes règlementaires. D'ailleurs, le premier texte remonte à l'acte gouvernemental d'organisation et de documentation de la II^{e} République. C'est le décret N° 69-202/PRES/EN/JS/IA du 19 septembre 1969, qui a porté création en Haute-Volta d'une *Commission nationale pour les bibliothèques, la documentation et les archives*. Ce décret définit en son article 2 les attributions de cette commission, rattachée au ministère de l'Éducation nationale, de la Jeunesse et des Sports.

La commission est chargée, d'une part, de favoriser le développement des bibliothèques publiques, de la documentation nationale et des archives nationales et, d'autre part, de définir et de proposer à l'approbation du gouvernement tout projet visant à favoriser la réalisation de ces objectifs. Par ailleurs, elle devrait coordonner l'activité des divers départements et services dans le domaine de sa compétence[333].

Par ailleurs, deux autres dispositions ont contribué à structurer le secteur de la documentation sur le plan national : le Décret n° 70-156/PRES/ du 25 juillet 70 portant création d'un C*entre national des archives* ayant pour mission la décentralisation, la conservation et la gestion des archives nationales ; le Décret n° 78-426/PM/ESRS du 28 octobre 1978, mentionnant en ses articles 33-34-35, la création d'un *Centre de documentation et de reprographie*.

La création du *Bureau burkinabé du droit d'auteur* (BBDA) intervient sous la Révolution avec l'Ordonnance n° 85-037/CNR/PRES/INFO du 29 janvier 1985, modifié en 2000 par le Décret n° 2000-149/PRES/PM/MCA du 20 avril 2000. En 1996, on note l'adoption de la loi N°

[333] Journal Officiel (J.O) de Haute-Volta, N° 33 du 6 août 1970, p.482.

042/96/ADP du 8 novembre, portant institution du dépôt légal à la BNB. Elle est suivie de la loi 032/99/AN du 22 décembre 1999, portant protection de la propriété littéraire et artistique au sein du *Bureau burkinabé du droit d'auteur* (BBDA).

Ces efforts n'ont souvent pas connu les résultats escomptés, pour plusieurs raisons. L'une des raisons, c'est la volonté politique, base de toute action gouvernementale. Aucune politique publique de développement de la lecture ne saurait être portée par un autre État ou structure internationale, si les pouvoirs publics n'en font pas une priorité ou un domaine de souveraineté. Or, il nous semble que les représentants de l'État, lire constitue une seconde préoccupation, loin derrière la santé, l'eau, l'agriculture et d'autres secteurs prioritaires.

Au niveau international, le Burkina Faso a signé ou ratifié de nombreux traités et conventions, de nature à favoriser directement ou indirectement la lecture publique. C'est le cas du Traité de l'*Union économique monétaire ouest-africaine* (UEMOA), avec l'entrée en vigueur en janvier 2000 du *Tarif extérieur commun* (TEC), exonérant le livre des droits de douane, conformément à *l'Accord de Florence* sur l'importation d'objets de caractère éducatif, scientifique ou culturel.

Cependant, on peut constater que beaucoup de pays ont ratifié ces accords comme le Burkina Faso sans pour autant les appliquer de manière satisfaisante.

Encadré 23: étude de cas sur les CELPAC : la problématique de la gouvernance

Les CELPAC sont une initiative publique qui date des années 1998. Les CELPAC sont une forme achevée de la fusion des CLAC (1989) et les BCLP (1990-1992). L'objectif de ces dispositifs était de promouvoir la lecture publique et de la littérature (francophone) auprès des populations. Ces projets ont été logés au sein du ministère en charge de la Culture pour s'assurer d'une mise en œuvre bénéficiant de l'accompagnement institutionnel. Les outils ont eu un tel impact dans les communes hors de la capitale qu'aujourd'hui encore, certains enquêtés louent la pertinence et la justesse des objectifs des CLAC et des BCLP. On peut faire remarquer que l'époque de développement de ces initiatives est bien celle de la décentralisation et de la communalisation intégrale du pays. Il y avait donc un engouement de la part des nouveaux conseils municipaux.

Mais après moins de 5 ans de mise en œuvre, les BCLP ont rencontré de sérieux problèmes de gestion, soldés par des détournements de fonds et d'irrégularité dans la gestion du projet, des retards enregistrés pour le rapportage, des incohérences dans les chiffres et les fonds documentaires. Bref ! Ce fut une expérience amère pour les partenaires techniques et financiers, lesquels se sont vus dans l'obligation en 2007 de mettre fin à leur soutien. Les leçons que nous pouvons tirer de ce que nous avons vu et entendu lors de cette recherche sont de plusieurs ordres et correspondent à certains de nos hypothèses émises.

L'approche projet et la bonne gouvernance dans le domaine de la culture ont toujours laissé un goût d'inachevé. Tel est le cas des BCLP, du Programme de soutien aux initiatives culturelles (PSIC), du Programme ARPEM et ARPIC. Les projets et initiatives culturelles n'étudient pas assez l'environnement d'exécution des projets. La reproduction des projets se fait sans un minimum d'adaptation, voire de contextualisation. Ainsi, de grosses sommes d'argent sont le plus souvent injectées pour peu d'effets et sans penser, donc garantir, ni assurer la moindre pérennité.

La formation des ressources humaines et le développement des outils de gestion font souvent défaut dans la mise en œuvre des projets culturels.

La volonté politique est souvent une volonté de façade sans vision profonde, à tel point que les pouvoirs publics abandonnent toutes initiatives avec le départ des partenaires financiers. L'argent constitue la principale motivation d'acceptation des projets, beaucoup plus que l'effet culturel et artistique des projets. Cette cupidité des acteurs les conduit à détourner les fonds et les objectifs sans en être aucunement inquiétés.

En somme, l'exemple des CELPAC révèle la précarité des politiques publiques de lecture au Burkina Faso. Elles reposent sur le soutien de la coopération internationale et multilatérale. Aucun effort financier substantiel n'est consenti, ni par l'État central, ni par les autorités locales. En dehors des ressources humaines que l'État met à la disposition des Bibliothèques par exemple, il n'y a pas de lignes budgétaires conséquentes pour l'animation et le renouvellement des fonds documentaires. Ainsi, quand l'OIF avait a suspendu son soutien aux CELPAC, pendant des années, le fonds documentaire est resté obsolète et beaucoup de lecteurs ont déserté lesdites bibliothèques.

Aujourd'hui, si l'OIF venait à arrêter complètement son soutien de 100 000 € l'an dédié au fonctionnement des CELPAC et de 400 000 € sur la période des conventions de 4 ou 5 ans signées, beaucoup de CELPAC mettraient la clé sous le paillasson. Lors de l'enquête, certains animateurs se plaignaient des procédures pour le décaissement des fonds versés par le ministère de la Culture dans le cadre des transferts des compétences et des fonds aux collectivités territoriales. Le transfert des fonds tombe dans le compte des communes, mais pour les ressortir pour l'animation des bibliothèques et autres initiatives culturelles, c'est la croix et la bannière. Nous pensons que le cas des CELPAC montre assez la fébrilité des dispositifs, voire des politiques publiques en matière de culture au Burkina Faso. L'urgence reste la maitrise des stratégies et moyens pérennants.

IV. L'économie de l'industrie du livre et de la presse au Burkina Faso

A. Les produits de l'édition littéraire

1. Les produits littéraires

Les produits générés par la filière sont, entre autres, les livres scolaires et didactiques, les livres d'auteur ou de loisirs, les livres à caractère scientifique, culturel ou de recherche. Ces produits sont diversement appréciés par les consommateurs finaux. Comme nous l'indique le tableau ci-dessous, 60 % des enquêtés reconnaissent que le livre burkinabè est de « *bonne* » et de « *très bonne qualité* ». Cette appréciation touche principalement le contenu et la pertinence des sujets et histoires traités dans les ouvrages de plusieurs genres littéraires (roman, conte, nouvelle notamment) et moins la qualité physique du livre.

Tableau 124: Répartition des enquêtés selon leur appréciation du livre

Appréciation du livre	***Effectif***	***Fréquence***
Très mauvaise qualité	2	0,80 %
Mauvaise qualité	10	4,20 %
Assez bonne qualité	83	35,00 %
Bonne qualité	130	54,90 %
Très bonne qualité	12	5,10 %
TOTAL	**237**	**100 %**

Source : notre enquête de terrain, 2017

Les produits littéraires circulent difficilement sur le marché local. Le marché du livre est concentré dans la seule ville de Ouagadougou et dans une certaine mesure dans les villes de

Bobo-Dioulasso et de Koudougou. On ne rencontre pratiquement pas les produits littéraires nationaux dans les marchés régionaux, ni dans les marchés occidentaux, sauf ceux qui ont bénéficié d'une édition et d'une distribution de la part de filiales occidentales.

Cette étroitesse du marché est liée à des facteurs pluriels, parmi lesquels on peut citer la faiblesse des maillons édition et distribution, d'une part et la faiblesse d'une politique de vente, voire de marketing des produits de l'édition, d'autre part.

Le marché du livre et de l'édition est important, notamment celui de l'édition scolaire, des documents administratifs et des périodiques. Cependant, le marché est dominé par les éditeurs internationaux et profite peu aux éditeurs nationaux. L'édition littéraire annuelle demeure résiduelle (une dizaine d'œuvres par an). La demande est largement supérieure à l'offre.

2. L'édition de presse

La presse écrite au Burkina Faso a connu des progrès relatifs au fil des temps. La croissance numérique des numéros est sans commune mesure avec celle d'il y a trente ou vingt ans. Aujourd'hui, on remarque la disparition de titres en difficultés financières principalement.

Tableau 125: Effectif et périodicité de la presse écrite au Burkina Faso

	Périodicité	***Effectif***
Presse écrite	Quotidiens	11
	Hebdomadaires	11
	Bimensuels	18
	Mensuels	22
	Bimestriels	01
	Journaux institutionnels et spécialisés	20
	Total	**83**

Source : notre enquête de terrain, 2017

Le marché de l'information de presse est basé sur plusieurs modèles, qui évoluent sans cesse avec les nouvelles technologies et moyens de distribution et de diffusion des produits de presse. Le prix d'un numéro (300 F CFA pour les quotidiens et 500 F CFA pour les mensuels et certains bimensuels) étant très dérisoire par rapport aux couts de production, la publicité constitue l'essentiel des recettes de certains quotidiens (c'est le cas pour *l'Observateur Paalga*, *Le Pays*, *Aujourd'hui au Faso, etc.*). Pour conquérir le marché, en plus d'éditer le journal en papier, les organes de presse se tournent vers l'édition en ligne, *via* le site Web du journal et les médias sociaux, où ils offrent des produits sous divers formats avec à la clé des offres ou pages publicitaires. Le marché de l'information de presse reste centré sur les lecteurs locaux et la diaspora, même si, avec la mise en ligne des articles de presse, on ne maitrise plus exactement le profil des usagers.

Le marché de la publicité reste largement orienté vers les entreprises privées et les sociétés internationales, qui exercent dans la consommation de masse, d'une part et l'État, à travers les kits d'abonnement et les annonces officielles des actes du Gouvernement, d'autre part.

Les produits de presse sont relativement de bonne qualité. Le tableau ci-dessous révèle que plus de 50 % des enquêtés considèrent que la presse burkinabè est de « *bonne* » et de « *très bonne qualité* ». Les entretiens montrent que les consommateurs apprécient la qualité du traitement de l'information.

Tableau 126: Répartition des enquêtés selon leur appréciation de la presse écrite

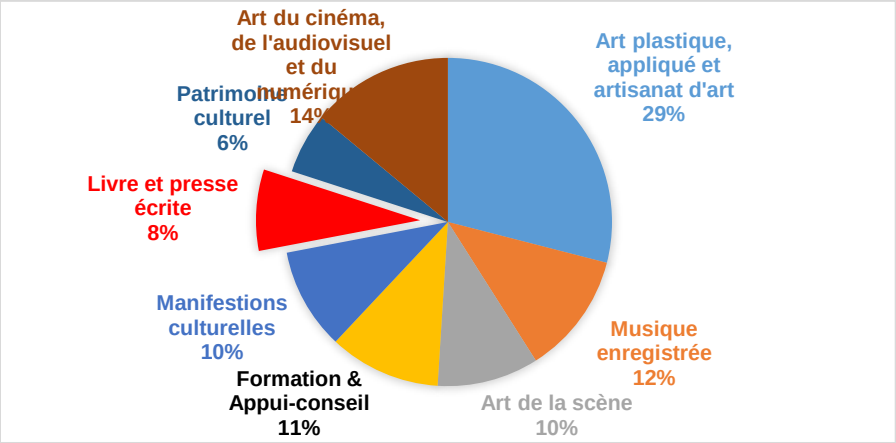
Appréciation de la presse écrite	***Effectif***	***Fréquence***
Très mauvaise qualité	1	0,40 %
Mauvaise qualité	10	4,20 %
Assez bonne qualité	101	42,60 %
Bonne qualité	112	47,30 %
Très bonne qualité	13	5,50 %
TOTAL	**237**	**100 %**

Source : notre enquête de terrain, 2017

B. L'économie de la filière *Livre*

Le poids de la filière *Livre* est relativement faible par rapport aux autres secteurs culturels, comme l'indique le graphique ci-dessous. La filière *Livre* se positionne avant-dernière parmi les huit filières étudiées dans le cadre de l'étude d'impact du secteur de la culture sur le développement. Mais malgré tout, la filière contribue relativement à la création d'emplois et de richesses.

Graphique 51: Répartition de l'activité des opérateurs par filière culturelle



Source : étude d'impact 2012

1. La création de richesses

La filière *Livre* a contribué faiblement selon le tableau ci-dessous à la création de richesses. Elle n'a ainsi contribué qu'à hauteur de 0, 29 % au PIB du pays en 2009.

Tableau 127: Contribution de la filière Livre au PIB

Filière culturelle	***Valeur ajoutée (en millions de F CFA)***	***Poids (en % du PIB)***
Livre et presse	**11 490**	**0,29 %**
Valeur ajoutée du secteur culturel	79 667	2,02 %
PIB (2009)	3 941 000	100,00 %

Source : étude d'impact 2012

Considérant que les statistiques de l'étude d'impact ont forcément évolué depuis lors, nous osons dire que la contribution du livre et celle de la presse pourraient avoir évolué plutôt positivement.

2. La création d'emplois

L'étude d'impact du secteur de la culture est le seul document qui donne approximativement le nombre d'emplois créés par la filière *Livre* et *Presse*. Selon les données de ladite enquête, la filière créerait près de 6 500 emplois, ce qui représenterait 0,07 % de la population active.

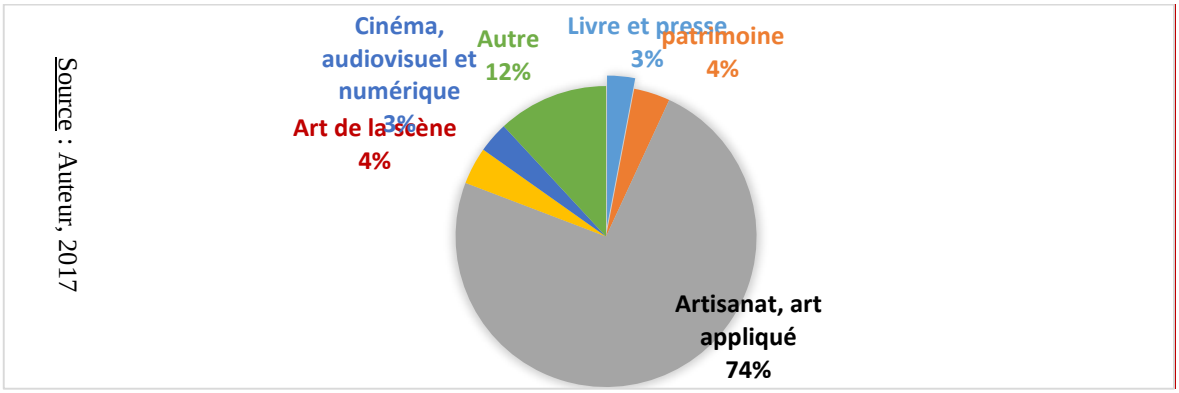
Tableau 128: La part de la filière Livre dans la création d'emplois

Filière	***Nombre d'emplois***	***Poids en % de la population active***
Livre et presse	6441	0,07 %
Nombre d'emplois du secteur de la culture	164592	1,78 %

Source : étude d'impact 2012

Le graphique ci-après donne une autre idée de la part d'emplois qu'occupe la filière L*ivre* et *Presse* au Burkina Faso. Ces données sont extraites du rapport d'impact de la culture, dont la source provient du rapport provisoire de l'E*nquête intégrale sur les conditions de vie des ménages* (EICVM, 2009) entreprise par l'INSD.

Graphique 52: Répartition des emplois culturels selon les filières



Le secteur informel rend plus difficile encore l'appréciation des emplois créés dans les secteurs du livre et de la presse au Burkina Faso.

On se rappellera que 164 592 personnes, représentant 1,78 % des actifs occupés en 2009, ont un emploi dans le domaine de la culture. Il ressort que la filière *Livre* et *Presse*, comme l'indique le graphique ci-dessus, occupe 3 % des emplois, donc loin encore derrière le secteur de *l'Artisanat* et les *Arts appliqués*

C. Les marchés possibles

1. Le marché des particuliers

Même si ce n'est pas le marché le plus important financièrement, le marché des particuliers a cette particularité d'être le lieu de la consommation voulue par tous les auteurs. Il existe encore des personnes qui achètent des ouvrages pour leurs propres besoins de lecture. En dehors de toutes contraintes professionnelles ou académiques, ils ont cultivé l'habitude d'acheter un roman et de le lire. Il y a donc des mordus de la lecture, qui constituent l'essentiel de ce premier niveau des marchés possibles.

Un travail de sensibilisation et des politiques publiques adaptées pourraient faire du marché des particuliers un moyen de développer des pratiques favorables au livre et à la littérature au sein des ménages. Par exemple, des opérations de ventes de livres (romans, contes, nouvelles, poésies) à des prix promotionnels, avec l'accompagnement structurel de l'État pourraient, à terme, donner aux ménages l'occasion d'acquérir les premiers ouvrages de la bibliothèque familiale. La présence d'une bibliothèque dans le cercle familial pourrait susciter des gouts pour la lecture chez les enfants.

L'enquête sur les conditions de vie des ménages en 2009 révèle des dépenses allant au-delà du milliard pour les achats de livres. Plus de 500 millions sont par ailleurs dépensés pour l'achat de journaux, comme l'indique le tableau ci-dessous.

Tableau 129: Dépenses culturelles des ménages

Dépenses culturelles des ménages Poste de dépenses des ménages	Montant	
	En F CFA	**En %**
Livres	1 292 022 084	24,37 %
Journaux et Publications périodiques	593 098 036	11,19 %
Imprimés divers	14 957 986	0,28 %
Papeterie et matériel de dessin	3 401 913 790	64,16 %
TOTAL	5 301 991 895	100 %

Source : INSD, enquêtes sur les conditions de vie des ménages.

Une autre source présente la consommation des ménages du livre dans les mêmes proportions.

Tableau 130: Dépenses de consommation des ménages allouées aux biens et services culturels

Libellé	***Dépenses***	***%***
Album pour photo	37 527 266	2.4 %
Autres livres n.c.a[334]	175 525 861	11.4 %
Autres livres scolaires n.c.a	81 625 669	5.3 %
Bande dessinée	2 238 031	0.1 %
Dictionnaire	65 621 844	4.3 %
Livres scolaires enseignement maternelle	4 706 779	0.3 %
Livres scolaires enseignement primaire	325 490 237	21.2 %
Livres scolaires enseignement secondaire	383 249 784	25.0 %
Livres scolaires enseignement secondaire	50 309 046	3.3 %
Livres scolaires enseignement supérieur	407 841 012	26.6 %
Total	1 534 135 529	100 %

Source : Enquête intégrale sur les conditions de vie des ménages – EICVM/INSD (2009). Méthodologie : IUCD-UNESCO

De ces deux sources, il est montré l'existence d'un marché potentiellement important, avec plus d'un milliard de francs par an en termes de dépenses autour du livre.

2. Le marché des institutions

Le marché des institutions, tant publiques que privées, n'est pas négligeable, même en l'absence de chiffres pour l'attester. L'observation des pratiques de l'administration publique et privée montre l'utilisation au quotidien des produits de l'édition, sous forme de rapports, d'imprimés, d'ouvrages. Les éditeurs et les imprimeries exécutent des travaux de fabrication d'ouvrages internes à ces institutions. Ce sont des documents de rapport, d'étude, de manuels pédagogiques, etc. C'est donc un marché qui existe mais qui n'est pas globalement pensé comme faisant partie d'une logique de marché dans le cadre d'une approche filière.

3. Le marché des bibliothèques

Les bibliothèques ont en principe un budget annuel ou pluriannuel pour se doter d'ouvrages, en lien avec leur mission de lecture publique ou de lieu de recherche. Seulement, la quasi absence de structures de distribution, la faible organisation des libraires et dans une certaine mesure des éditeurs font que ces budgets échappent à la chaine du livre. Régulièrement, ce sont les acteurs eux-mêmes qui font les démarches d'achat des ouvrages en Europe. Il n'y a pratiquement pas de marchés publics à l'endroit des libraires.

À titre d'exemple, dans le cadre de la convention qui lie le CENALAC et l'OIF, il est prévu entre 20 et 30 % de la subvention qui monte à 400 000 € pour l'acquisition d'ouvrages dont le choix est laissé à la discrétion des CELPAC. Le projet d'acquisition d'ouvrages pour la période

[334] n.c.a : non classé ailleurs.

2016 montre les chiffres contenus dans le tableau ci-dessous. Plus de 45 millions sont dépensés pour approvisionner le réseau de bibliothèques. Même si ce n'est pas une opération annuelle, c'est un marché non négligeable dans le contexte du pays. On peut donc imaginer qu'il existe des lignes budgétaires dans les autres bibliothèques appartenant à des institutions ou à des collectivités territoriales et que les acteurs (libraires et éditeurs, distributeurs) peuvent bien en profiter, avec encore un minimum d'organisation de la filière et un coup de pouce institutionnel et règlementaire. Par exemple, l'incitation pourrait consister à rendre obligatoire le traitement des commandes de livres par des professionnels du livre et non par les services et institutions eux-mêmes. Jusque-là, l'exécution des acquisitions d'ouvrages au compte des CELPAC ne fait pas l'objet d'une telle mesure. Ce sont les agents du ministère qui « *gèrent* » intégralement la procédure.

Tableau 131: État financier du projet d'acquisition d'ouvrages pour les CELPAC en 2016

Genres	Quantité	Montant en euros	Montant en F CFA
Roman	2618	21 126,58	13 858 128,04
Conte	442	4 852,14	3 182 795,20
Poésie	442	3 329,96	2 184 310,57
Théâtre	170	1 140,70	748 250,15
Ouvrages documentaires	3060	39 651,48	26 009 665,87
Total	**6732**	**70 100,86**	**45 983 150**

Source : Enquête de terrain, 2017-documentation du CENALAC

4. Le marché des manuels scolaires

a. Le potentiel du marché du marché du livre scolaire

Le marché des manuels scolaires existe mais loin, voire très loin des éditeurs et distributeurs nationaux pour créer des profits d'échelle. C'est un marché qui échappe aux acteurs locaux et qui profite pour l'instant aux éditeurs et imprimeurs des pays d'Afrique du Nord, d'Europe et d'Asie, principalement.

Le marché des manuels scolaires existe et est d'ailleurs croissant année après année, en lien direct avec les effectifs croissants du nombre d'élèves, d'une part et d'établissements primaires et secondaires, d'autre part.

Tableau 132: Évolution du nombre d'élèves 2010-2011 A 2014-2015

ANNEES	2010-2011	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015
TOTAL NATIONAL	578 291	648 956	732 715	813 654	935 561

Source : MESS, Annuaire statistique de l'enseignement secondaire 2014-2015, DGESS juin 2016

Comme l'indique le tableau ci-dessus, le nombre d'élèves est passé de 578 291 en 2010-2011 à 935 561 en 2014-2015.

Au niveau de l'enseignement primaire, selon l'annuaire statistique de l'enseignement primaire 2014-2015, on dénombre un chiffre de 2 873 049 élèves inscrits dans les écoles publiques et privées.

Tableau 133: Effectif des élèves du public et du privé de l'enseignement primaire

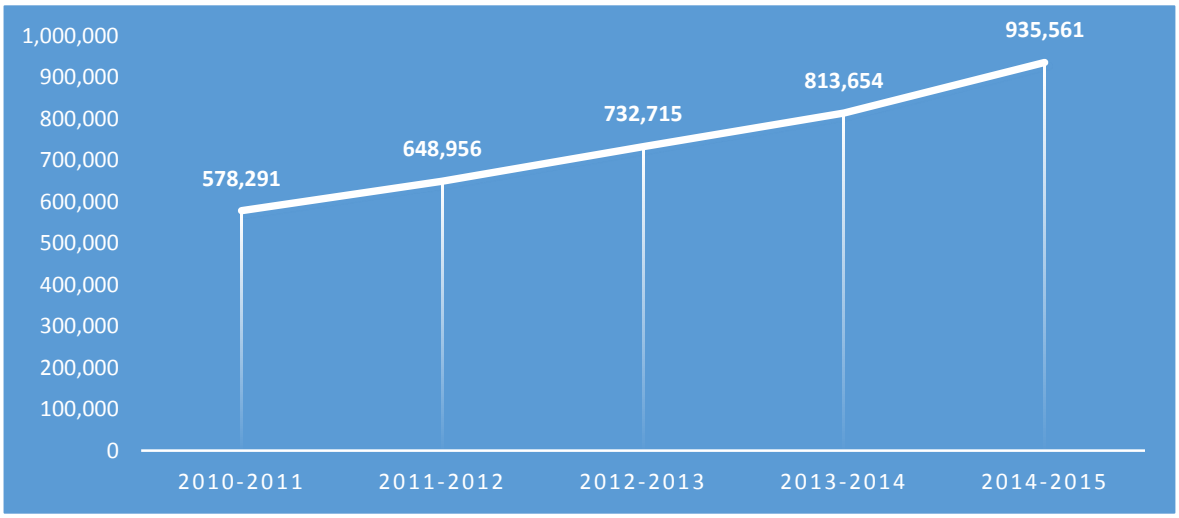
Statut	Public	Privé	total
TOTAL NATIONAL	2314070	558979	2 873 049

Source : MENA, Annuaire statistique de l'enseignement primaire 2015-2016, DGESS août 2016

Les efforts de scolarisation entrepris par les acteurs tous azimuts vont amener ce chiffre encore plus haut les années à venir.

L'évolution actuelle au niveau de l'enseignement secondaire montre un taux d'accroissement de 15 % entre l'année scolaire 2013-2014 et 2014-2015.

Graphique 53: Évolution dans le temps des effectifs des élèves



Source : sur la base des données de l'annuaire statistique de l'enseignement primaire 2015-2016

Aussi, on observe une poussée des établissements d'enseignement qui est l'effet de la croissance des effectifs d'élèves. Les établissements sont des consommateurs d'ouvrages avec les bibliothèques scolaires. Aujourd'hui, le pays compte 5734 établissements d'enseignement secondaires et 14 655 écoles primaires, tant du public que du privé.

Tableau 134: Nombre d'établissements secondaires selon le type d'enseignement

Années	**Enseignement secondaire général**	**Enseignement secondaire technique et professionnel**	**Enseignement général, technique et professionnel**	**Total**
Public	1521	25	1546	3 092
Privé	1199	122	1321	2 642
TOTAL	**2720**	**147**	**2867**	**5 734**

Source : MESS, Annuaire statistique de l'enseignement secondaire 2014-2015, DGESS juin 2016.

Tous ces paramètres (nombre d'élèves et nombre d'établissements) montrent qu'il est bien possible de construire un marché local avec les acteurs locaux, dans la perspective de lancer durablement la filière *Livre* et *Presse* au Burkina Faso. Tous ces établissements en croissance et l'évolution constante du nombre d'élèves constituent des consommateurs potentiels des produits de l'édition littéraire.

b. Le potentiel du marché du livre en langues nationales

L'autre marché des manuels est exprimé dans les Centres d'éducation non formelle. Le nombre de Centres (3 409) sur l'ensemble du territoire et l'effectif des apprenants, estimé à 94 611selon l'*Annuaire statistique 2016* du ministère de l'Éducation, montre que c'est potentiellement un marché qui pourrait être exploré par les acteurs en termes d'édition et de production de manuels didactiques mais aussi en termes de littérature.

Tableau 135: Nombre de centres ENF et effectif des apprenants

N°	***Région***	***Nombre de Centres***	***Effectifs des apprenants***
1.	Région de la Boucle du Mouhoun	240	6 997
2.	Cascades	145	4 048
3.	Centre	96	2 177
4.	Centre-Est	316	8 306
5.	Centre-Nord	392	11 043
6.	Centre-Ouest	145	3 978
7.	Centre-Sud	293	8 149
8.	Est	540	15 189
9.	Hauts-Bassins	279	7 830
10.	Nord	233	6 728
11.	Plateau-Central	144	4 122
12.	Sahel	402	11 406
13.	Sud-Ouest	184	4 638
14.	**Total national**	**3 409**	**94 611**

Source : notre enquête de terrain sur la base des données de la DGESS, MENA, 2017.

En effet, en analysant le nombre d'adolescents et d'adultes effectivement alphabétisés, il y a de quoi penser à une niche éditoriale dans les différentes langues d'alphabétisation au nombre de 28.[335]

En Afrique francophone, reconnait Béatrice Lalinon GBADO[336], l'édition en langues nationales est surtout réservée à la lecture fonctionnelle et éditée majoritairement par les ONG ou à la demande de gouvernements. La lecture-plaisir en langues nationales est moins développée. La littérature en langues nationales se heurte à une élite analphabète en langues nationales, ce qui

335 Décompte réalisé sur la base des données de l'annuaire statistique de l'éducation non formelle, campagne ordinaire 2016, un rapport de 472 p., produit par le ministère de l'Education nationale et de l'Alphabétisation.

336 Synthèse de l'atelier *Livres et Écrit* dans Rencontres *Maintenant l'Afrique*. p. 120.

fait dire qu'un écart se creuse entre des populations rurales alphabétisées en langues locales au gré d'actions soutenues par les ONG et les gouvernements, et les personnes ayant appris le français.

Il est donc urgent de penser cette question de lecteurs en langues nationales avec les chiffres non négligeables du nombre d'adultes ou d'adolescents alphabétisés, puisqu'ils sont le public-lecteur de demain et, par ricochet, les acheteurs des produits de l'édition littéraire nationale.

Nous pensons qu'il est peut-être temps d'encourager les éditeurs à prendre des initiatives, avec un soutien structurel de l'État pour développer une édition littéraire en langues nationales et combler ainsi les attentes de lecture des alphabétisés. Jusque-là, le marché de la littérature en langues locales est occupé par l'édition des ouvrages religieux. Pendant l'enquête, nous avons rencontré des cas de traduction d'ouvrages de l'anglais avec des auteurs originaires des États-Unis vers le *mooré*, l'une des langues locales et visant le public chrétien.

Tableau 136: Effectifs des apprenants déclarés alphabétisés

	Adultes	***Adolescents***	***Total***
Urbain	3435	255	3 690
Rural	37468	1 875	39 343
Total national	**40 903**	**2 130**	**43 033**

Source : notre enquête de terrain sur la base des données de la DGESS, MENA, 2017

Enfin, quand on considère le besoin en matériel didactique dans les centres d'alphabétisation, on peut se rendre à l'évidence qu'il y a encore des possibilités d'équipement en littérature, donc des marchés en édition et distribution de didactiques dans les différentes langues.

Ce sont certes, de petits marchés, mais des marchés quand même. Si l'État continue ses efforts pour l'alphabétisation des adultes et des adolescents, à terme, on pourrait assister à un meilleur développement de la littérature en langues nationales.

c. Le poids financier du marché du livre scolaire

Nous n'avons pas une idée exacte de ce que le marché des manuels scolaires représente financièrement. Mais avec quelques recoupements faits des données de terrain, nous pouvons émettre l'hypothèse que le marché des manuels scolaires existe et pourrait constituer l'une des solutions de la relance de l'édition littéraire au Burkina Faso. Avec seulement 38 % des établissements publics qui bénéficient des actions du CENAMAFS en matière de distribution de manuels scolaires, il y a de quoi se convaincre que le marché est encore énorme et les possibilités financières peuvent se concrétiser en marchés pour les acteurs du privé. En plus de cette faible couverture, l'entretien avec le Directeur du CENAMAFS montre le besoin dans les

ordres d'enseignements, d'une part et les niveaux tout comme les matières, d'autre part. En effet, en 2017, on ne comptait que 3 manuels sur 7 pour un élève de la 6e à la 3e. Seul, le premier cycle de l'enseignement général est couvert totalement par discipline, par contre le 2e cycle est encore incomplet. Toutes les disciplines de l'enseignement technique ne disposent de manuels scolaires conçus et distribués sur place. Or, il existe 10 filières d'enseignement, sans compter le nombre de branches et de disciplines desdites filières.

Le budget et les lignes de dépenses du seul CENAMAFS montrent aisément qu'il existe des possibilités financières pour les acteurs de l'édition.

Tableau 137: Chiffres sur les dépenses d'achat de manuels scolaires

	Montant	***Observations***
Dépenses de production de 15 000 livres	40 000 000	
Cout de 9 titres édités	600 000 000	
Commande de livres scolaires	1 200 000 000	Multinationale française Hachette
Budget 2016	1 000 000 000	
Budget 2017	1 825 000 000	

Source **:** sur la base de notre entretien avec le Directeur général du CENAMAFS

En plus de ce qui précède, le tableau ci-dessus montre le potentiel du marché du livre au Burkina Faso. L'une des difficultés pour avoir des plus-values pour les acteurs, c'est de maitriser la sortie des devises vers des acteurs étrangers et, plus particulièrement, des éditeurs et libraires.

5. Le marché du droit d'auteur

Le droit d'auteur est l'une des dimensions de l'économie de l'industrie du livre. Il donne une idée de ce que la filière mobilise comme ressources financière au fil des ans.

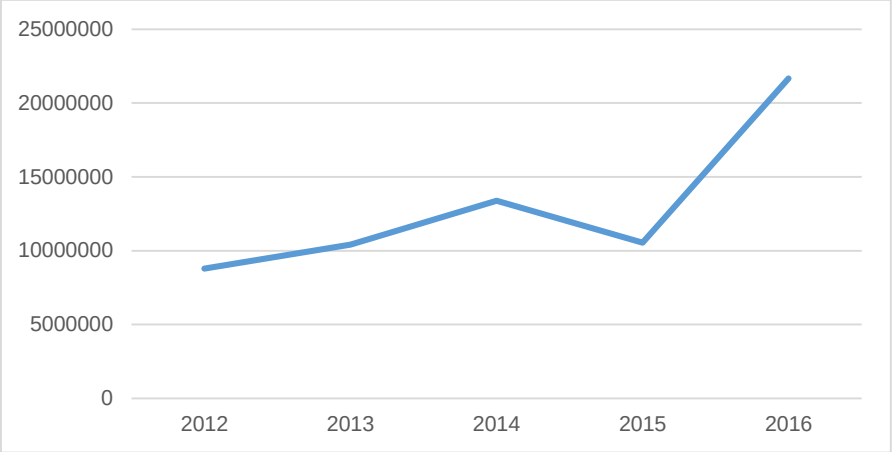
Tableau 138: État des droits répartis sur le livre en F CFA

Années	***2012***	***2013***	***2014***	***2015***	***2016***
Droits livre répartis	8 775 727	10 407 812	13 380 498	10 531 582	21 660 028
Montant total réparti aux membres en F CFA	577 830 213	410 953 469	385 906 142	380 214 273	470 746 800

Source : BBDA, 2017

Même si la part des droits répartis aux acteurs du livre est dérisoire, par rapport à l'ensemble et ce, pour les raisons intrinsèques à la filière L*ivre* abordées *supra*, il existe une économie potentiellement croissante, comme en témoigne la courbe ci-dessous.

Graphique 54: Droits reversés aux membres de la filière Livre



Source : notre enquête de terrain à partir des données du BBDA, 2017

En conclusion à cette section, osons dire que l'économie de filière au regard des enjeux du livre est et reste liée aux défis de l'édition des manuels scolaires. Une loi se prépare dans le circuit de l'Assemblée nationale, en vue d'encadrer au mieux le secteur et responsabiliser les acteurs. Dans le cadre de l'adoption de cette loi, les éditeurs ont été entendus par les parlementaires en charge du dossier au mois d'octobre 2017. Aux dires de ces derniers, la loi va permettre de mettre fin aux maisons d'édition satellites et de réduire, voire supprimer les actions des éditeurs capteurs de financements publics qui n'ont aucun projet d'entreprise et qui concurrencent déloyalement les entreprises constituées.

Une production de qualité et surtout en quantité pourrait ouvrir les marchés francophones et de la sous-région aux produits littéraires du Burkina Faso.

Conclusion partielle 5

La filière *Livre* et *Presse* au Burkina Faso est encore embryonnaire. Sa jeunesse relative est liée au développement tardif de l'édition nationale (au tournant des années 1990), à la faiblesse de l'organisation de la distribution et enfin à la déficience de la consommation.

L'édition littéraire au Burkina Faso ne compte pas plus d'une vingtaine de maisons d'édition. Ces maisons d'édition ne sont pas toutes des entreprises constituées, mais sont souvent des associations. La seule initiative qui mérite d'être citée dans l'accompagnement de la création-édition, c'est le *Grand prix national des arts et des lettres* (GPNAL).

Pour se développer, l'édition pourrait établir des partenariats avec des éditeurs extérieurs au pays. C'est le cas de CEPRODIF au Burkina Faso et quelques éditeurs en Côte d'Ivoire. Dans le cas particulier de l'édition des manuels scolaires, ce partenariat pourrait s'avérer fructueux, quand on sait que nos éditeurs sont pour la plupart jeunes dans le métier et qu'il est difficile de concurrencer avec les multinationales comme *Hachette*, *Nathan* et dans une certaine mesure EDICEF. Cette collaboration pourrait, dans un premier temps, s'orienter vers le renforcement des capacités des éditeurs nationaux, puis, dans un second temps, envisager la co-édition, pour aboutir plus tard à un monopole du livre scolaire.

La diffusion et la promotion littéraire se font avec peu de moyens et peu de stabilité. Les acteurs privés et l'État essaient, tant bien que mal, de créer des conditions de mise en marché des produits littéraires. La seule organisation de référence, c'est bien entendu la *Foire internationale du livre de Ouagadougou* (FILO). Les bibliothèques sont peu nombreuses et mal équipées pour la plupart. Le fonds documentaire est souvent vieillot, pour des bibliothèques scolaires ou universitaires.

La consommation des produits littéraires est encore problématique. Marqués par un contexte où l'oralité semble être la tradition, la lecture et les lecteurs se font rares. Du coup, on connait mal les pratiques de lecture au Burkina Faso. Aucune étude, même parcellaire, n'est faite sur les gouts littéraires des Burkinabè. Or, les enjeux de la consommation vont des formes de la recherche d'information aux pratiques nouvelles de lecture.

C'est le lieu de faire remarquer que, dans les pratiques de lecture, le numérique n'est pas encore un phénomène qui marque singulièrement les pratiques de lecture mais il commence à être pensé comme option susceptible de constituer l'alternative avec l'accès aux ressources écrites surtout dans le domaine de la formation et de l'éducation.

Le marché des produits littéraires existe certes, mais la consolidation des données sur les dépenses des ménages, les chiffres d'affaires des maisons d'édition font défaut. Environ plus d'un milliard chaque année est dépensé pour couvrir les besoins. Au moins un millier d'emplois est créé dans le secteur d'activité du livre et de la presse.

Les enjeux actuels sont la responsabilisation des acteurs privés en matière de production des manuels scolaires, considérés comme les mamelles d'un développement de la filière *Livre*. Pour cela, seule la volonté politique manque pour en faire une stratégie de développement du livre au Burkina Faso. Quand on considère en effet les flux financiers qu'engendre l'acquisition des manuels scolaires, on peut soutenir l'hypothèse que le salut de l'édition est tributaire de la responsabilisation des acteurs privés vis-à-vis de l'édition desdits manuels scolaires.

La question du livre scolaire reste donc primordiale à régler. Une participation, même de moitié de l'édition nationale, au processus de production des manuels pourrait (sans doute) créer un environnement propice au développement de la filière.

Même si c'est le premier goulot d'étranglement pour le pays, la question de la production même du livre, comme la question de la distribution (professionnelle), jusque-là maillon de la chaine du livre trop souvent négligé, doit faire l'objet de réflexion en amont ; car, comme le dit bien

Luc PINHAS[337], le développement d'un marché local du livre passe autant par la prise en compte des réalités de cette dernière que par le soutien aux entreprises éditoriales.

Le constat actuel, c'est celui d'une distribution pratiquement inexistante et quand elle existe, elle est mal organisée et mal exécutée. L'approvisionnement des établissements scolaires montre jusqu'où l'efficacité fait défaut et l'absence de stratégie, voire de vision, est flagrante. C'est pratiquement seule l'administration à travers ses Directions centrales et déconcentrées qui, en plus de ses premiers rôles, assure la distribution. La conséquence d'une telle pratique, c'est le court-circuitage des grossistes et surtout des libraires dans la chaine de distribution.

Même si le manuel scolaire est mis gratuitement à la disposition des établissements publics au Burkina Faso pour les louer aux élèves, il n'en demeure pas moins important de confier la distribution à des professionnels pour créer des richesses et des emplois, mais surtout pour assurer l'efficacité et l'efficience de l'initiative de gratuité des manuels scolaires.

Malgré sa complexité, la question de la distribution et de la diffusion des œuvres littéraires au Burkina Faso commande aujourd'hui de nouvelles approches pour conquérir les marchés local et régional. Une synergie des acteurs de la chaine du livre, surtout dans l'espace UEMOA, pour ne considérer que ce seul espace, peut contribuer à résoudre, un tant soit peu, les difficultés, voire déblayer les entraves, au développement et à la circulation du livre. Cette même synergie est, à nos yeux, souhaitable sinon indispensable pour changer les politiques actuelles, encore trop peu favorables au développement de la filière. Un appui institutionnel pourrait être obtenu par les acteurs organisés et faire baisser les couts des facteurs de production du livre.

La promotion de la lecture, on le sait, est jusque-là l'affaire des bibliothèques et des libraires. Un livre n'a de chance de trouver son lecteur que s'il fait l'objet d'une promotion adéquate et qui cible de marchés nouveaux comme la diaspora.

La question du livre reste donc totale ! Comment avoir une industrie florissante qui allie une édition de qualité et des pratiques de consommation favorable ?

La loi portant orientation du secteur livre et de la lecture publique au Burkina Faso, en phase d'être adoptée, devrait permettre à la filière de prendre son envol sur des bases réglementaire

[337] Voir PINHAS, Luc. 2016. « La coopération internationale et le soutien aux initiatives culturelles au Maghreb ». In *Industries culturelles et entrepreneuriat au Maghreb*, 59-77. Socio-anthropologie des mondes méditerranéens. Paris, France: L'Harmattan.

et juridique solides. Le texte met l'accent délibérément sur l'essor d'une économie du livre, l'alphabétisation et le renforcement des capacités locales de production du matériel éducatif de base, la volonté politique de considérer le livre comme un secteur d'activité économiquement et culturellement stratégique.

Le texte dégage les objectifs suivants, obtenus du reste avec le consensus du partenariat public-privé, en vue de : stimuler la création littéraire et la production de toutes les connaissances écrites nécessaires pour le développement économique et social du Burkina Faso ; créer un environnement fiscal et financier favorable aux opérateurs du livre ; favoriser la production, le commerce, la circulation et la diffusion du livre dans les différents milieux sociaux qui composent la société burkinabè ; développer le réseau national de bibliothèques publiques afin d'encourager la lecture publique.
Le projet déclare en substance que la création, l'édition, l'impression, la distribution, la diffusion et la promotion du livre au Burkina Faso sont d'intérêt national.

Le texte engage l'État, ses partenaires et les acteurs privés à : promouvoir la publication d'ouvrages d'auteurs burkinabè en langues nationales ou en d'autres langues, afin que la production nationale d'ouvrages s'appuie sur le travail intellectuel des Burkinabè ; accroitre et améliorer la production nationale d'ouvrages répondant aux besoins culturels et éducatifs du pays, compte dument tenu des considérations de qualité, de quantité, de prix et de variété ; favoriser la libre circulation du livre burkinabè sur le territoire national, à l'échelle régionale et internationale ; assurer la défense du patrimoine littéraire, bibliographique et documentaire de la nation, par le maintien et le développement d'un système national de bibliothèques et d'archives, et par le dépôt légal ; protéger les droits moraux et patrimoniaux des auteurs et créateurs par la mise en œuvre de la législation nationale et l'application des conventions et normes internationales ; instituer un système de crédit et un régime fiscal préférentiels pour tous ceux qui contribuent à produire le livre au Burkina Faso ; encourager la formation et l'éducation continues pour tous ceux qui travaillent dans la filière du *livre* ; développer une stratégie nationale de promotion de la lecture, de l'accès au livre et à l'information, et du renforcement des réseaux de bibliothèques publiques, d'archives et de centres de documentation ; densifier le réseau de librairies et de points de vente des publications de toute nature ; encourager la culture du livre et de la lecture à travers les médias, les manifestations nationales et internationales et par des initiatives contribuant à l'intégration de l'industrie burkinabè du livre aux marchés régional et/ou mondial ; soutenir tous les maillons de la chaine du livre au Burkina Faso pour assurer la fourniture de matières premières, de capitaux,

d'équipements et de services qui garantissent le développement soutenu et généralisé de la culture du livre et de la lecture.

Cette base juridique en gestation, qui conférerait à l'industrie du livre une légitimité économique, serait un instrument fondamental permettant d'ancrer l'entrepreneuriat culturel du livre dans une stratégie de développement efficace.

Selon nous, en entendant ainsi des mesures fortes de la part de l'autorité étatique, les acteurs peuvent développer des stratégies complémentaires en matière de niches éditoriales pour contrecarrer les obstacles et les concurrences des grands groupes étrangers, surtout dans la production de manuels scolaires.

Malgré les dispositifs existants et la volonté de relancer la filière *Livre*, il faut le noter, ces dispositifs ne paraissent pas révélateurs d'une réelle politique culturelle du livre, solide et efficace. Les problèmes sont beaucoup structurels mais n'obtiennent que des réponses ponctuelles, motivées par l'urgence et souvent par les calculs politiques et économiques.

« *Le jeu vidéo est un art en devenir* [et] *un média en quête de sens*. »

David Cage, fondateur de Quantic Dream

Chapitre 6 :
La filière *Jeux vidéo :* une industrie culturelle possible pour le Burkina Faso ?

Introduction

Pour paraphraser Pierre-Jean BENGHOZI et Philippe CHANTEPIE à partir de l'interrogation que porte le titre de leur dernier ouvrage[338], nous pouvons en reprendre les questionnements : les *Jeux vidéo* pourraient-ils s'imposer comme l'industrie culturelle du siècle ? Ont-ils un avenir dans un contexte africain marqué par des infrastructures techniques limitées et des politiques publiques sans audace ? Développer des jeux vidéo en Afrique en général et au Burkina Faso en particulier est-il un luxe que ne peuvent se permettre des pays économiquement pauvres ? Toutes ces questions sont particulièrement légitimes, s'agissant de l'étude de la filière des *Jeux vidéo* au Burkina Faso et même en Afrique occidentale francophone. Notons déjà que, si les États en se sont encore que peu souciés du domaine du jeu vidéo, les organisations islamistes ont déjà montré tout le potentiel d'attractivité qu'ils pouvaient exercer sur une jeunesse en mal de repères, au point d'en avoir déjà expérimenté le pouvoir de recrutement, par exemple avec le jeu vidéo *Flames of war* pour le groupe *Daesh*[339].

[338]BENGHOZI, Pierre-Jean, et Philippe CHANTEPIE. *Jeux vidéo : l'industrie culturelle du XXIe siècle ?* Questions de culture. Paris, France: Les presses sciences Po, 2017.

[339] BYMAN Daniel L., WILLIAMS Jennifer R., *AQ vs. IS and the battle for the soul of jihad*, Brookings Institution, http://www.brookings.edu/blogs/markaz/posts/2015/03/24-lawfare-BYMAN-WILLIAMS-battle-soul-jihad#.VRJ9YcBPodI.twitter , 24 Mars 2015 ou DUCOL Benjamin, *Devenir jihadiste à l'ère du numérique - Une approche processuelle et situationnelle de l'engagment jihadiste au regard du web*, Université Laval, Canada, 2015 ou encore HUSICK Lawrence A., « The Islamic State's electronic outreach », *Foreign Policy Research Institute e-notes*, Philadelphie - États-Unis, Septembre 2014 et par ailleurs STALINSKY Steven, SOSNOW R., « From Al-Qaeda to the Islamic State (ISIS), jihadi groups engage in cyber jihad : beginning with 1980s promotion

Il s'agit, disons-le tout de suite, non pas d'une analyse sur les pratiques liées aux jeux vidéo mais plutôt une *approche filière* d'une industrie culturelle numérique, laquelle pourrait connaitre, dans les années à venir, pour un pays comme le Burkina Faso, un développement tant économique qu'artistique, au même titre que les filières abordées dans la deuxième partie de ce travail de recherche.

Pour l'instant, l'observation et l'analyse de certaines données nous permettent de dire que le Burkina Faso n'est pas producteur industriel des *Jeux vidéo*, mais plutôt consommateur de produits issus de l'industrie vidéoludique. Au regard de la rapidité avec laquelle ce secteur se comporte à travers le monde et dans certains pays voisins, il n'est pas exclu qu'à moyen et long terme, des entreprises de développement de jeux vidéo soient créées et tentent leur chance dans un marché mondial déjà monopoliste.

Le jeu vidéo s'est imposé au tournant du siècle, comme l'ont reconnu Pierre-Jean BENGHOZI et Philippe CHANTEPIE. C'est en effet autour des années 2000 que le jeu vidéo a été appréhendé comme un secteur majeur, aux côtés des industries culturelles traditionnelles que sont *l'Édition de livres*, la *Musique enregistrée*, le *Cinéma* ou encore la *Télévision*. S'appuyant sur un ressort anthropologique et portée par une vague d'innovations technologiques, la pratique ludique s'est renouvelée en quelques décennies pour s'adapter à de nouveaux terminaux de lecture, de la console de salon au téléphone mobile. Le jeu vidéo est désormais devenu omniprésent, comme le rappellent Pierre-Jean BENGHOZI et Philippe CHANTEPIE.

Aussi, et cela est vrai, au Burkina Faso, la chaine de valeur de la filière *Jeux* est incomplète. Dans la perspective filière des *Jeux vidéo*, on peut même dire que c'est une filière quasi inexistante. Tous les jeux vidéo, ainsi que le matériel de jeu, sont importés d'Europe, d'Amérique et d'Asie et commercialisés sans la moindre valeur ajoutée. On est tenté de dire que seules la commercialisation et la consommation des jeux vidéo sont les maillons de la chaîne qui existent et fonctionnent. Cependant, une dynamique est observable, dans la sous-région et les conditions d'un développement dans un proche futur semblent en train d'être réunies. En effet, le Cameroun, le Sénégal, la Côte d'Ivoire, pour ne citer que ces pays-là, montrent déjà les signes d'une industrie qui pourrait bien prendre racine dans les années à venir.

Le chapitre tenant compte de cette réalité de la filière *Jeux vidéo* au Burkina Faso va, dans un premier temps, tenter de comprendre de façon générale la filière *Jeux vidéo*, dans sa structuration et son fonctionnement, d'une part et d'autre part, dans le repérage des acteurs et

of use of 'electronic technologies' up to today's embrace of social media to attract a new jihadi generation », *The Middle East Media Research Institute Inquiry and Analysis - Jihad and Terrorism Studies*, 5 décembre 2014.

de l'économie qui la caractérisent. En d'autres termes, il s'agit de comprendre comment et par quels acteurs se conçoivent ou se développent, se produisent et se diffusent les jeux vidéo. Nous percevrons dans ce chapitre un pan des enjeux propres à cette filière, particulièrement mondialisée et orientée théoriquement vers le débat, non encore épuisé, portant sur la dynamique matériel et logiciel.

Sachant que l'industrie des jeux vidéo est intimement liée aux transformations techniques, industrielles et économiques, lesquelles transformations sont portées par la révolution numérique, la question se pose de savoir si l'horizon industriel et culturel est assez dégagé pour un pays pour le Burkina Faso, de nature à lui permettre de s'offrir une industrie complète des jeux vidéo concurrentielle et viable ? Dans un second temps, le chapitre procèdera donc à un état des lieux, puis dégagera des perspectives à partir d'une analyse des forces et faiblesses de l'émergence des jeux vidéo.

Méthodologiquement, le présent travail s'appuie sur des publications scientifiques et se nourrit d'ouvrages structurants de la filière *Jeux vidéo*. C'est notamment le travail de Pierre-Jean BENGHOZI et Philippe CHANTEPIE portant sur les *Jeux vidéo : l'industrie culturelle du XXIe siècle ?* Nous avons aussi fait recours au service des statistiques de la douane du Burkina Faso et entrepris un travail d'observation dans la ville de Ouagadougou (sur les clubs de jeux vidéo).

I. La filière *Jeux vidéo* : caractéristiques et enjeux

Les enjeux de la filière *Jeux vidéo* sont d'ordre économique, artistique et culturel. Ces enjeux constituent pour le Burkina Faso des défis à relever si son ambition est de développer un grand projet d'industries culturelles et créatives, d'une part et réaffirmer sa position dans la sous-région en tant que pays leader en matière d'art et culture, d'autre part.

A. Envisager les jeux vidéo comme une filière des industries culturelles

Les industries culturelles ont connu des mutations importantes et même des innovations radicales au cours du siècle dernier, mais *stricto sensu*, comme le rappelle Bernard MIÈGE, plusieurs filières ont connu des extensions avec la formation ces dernières années de deux filières nouvelles : les jeux vidéo et l'info-médiation.

Les jeux vidéo forment une nouvelle industrie culturelle, dont les traits originaux prolongent des traits connus pour les autres filières[340].

[340] PERTICOZ, Lucien. 2011. « Envisager le jeu vidéo comme une filière des industries culturelles et médiatiques ». *Les Enjeux de l'information et de la communication* 2011/1 (n° 12/1): 125 à 142.

Pour nombre d'acteurs, comme le fait remarquer Lucien PERTICOZ, qu'ils soient politiques, économiques ou académiques, il ne fait en effet plus guère de doute que le secteur du jeu vidéo doit être considéré comme une filière des ICM (Information-Communication-Média), au même titre que le cinéma, l'édition ou l'industrie phonographique. Qu'il s'agisse des processus de production ou de l'importance économique qu'elle représente (plus de 50 milliards d'euros de chiffre d'affaires dans le monde en 2009), cette filière semble avoir d'ores et déjà acquis une relative maturité.

Pourtant, si la communauté scientifique n'a plus de réelles réticences à l'appréhender comme un objet de recherche légitime, le jeu vidéo, comme le souligne fort bien Lucien PERTICOZ[341], n'a été que très peu interrogé à la lumière des travaux en SIC sur les mutations des ICM.

La réalité des jeux vidéo comme filière au Burkina Faso est caractérisée par une parfaite méconnaissance et souvent par une réticence des acteurs. Cette méconnaissance est perceptible dans les discours et les débats publics, tenus par l'administration culturelle publique ; elle est aussi repérable dans les textes régissant les droits d'auteur. Elle est enfin méconnue dans le milieu des acteurs du privé, puisqu'aucune entreprise culturelle n'est immatriculée comme exerçant dans la filière *Jeux vidéo* et beaucoup d'entrepreneurs semblent ne pas savoir situer les jeux vidéo dans l'univers des industries culturelles. Les initiatives modestes que l'on rencontre actuellement relèvent d'informaticiens ou de commerçants sans sensibilité pour la culture et l'art et qui s'inscrivent dans une perspective purement technique et commerciale.

En effet, les acteurs pensent que le jeu vidéo est plutôt un divertissement pur et simple et ont de la peine à le concevoir comme une filière culturelle, au même titre que l'audiovisuel. Cette méconnaissance empirique s'articule malheureusement avec l'absence d'intérêt au niveau national pour des connaissances théoriques et universitaires sur les jeux vidéo. En tant que fait social, le jeu vidéo est saisi par les sociologues, les psychologues et les économistes, pour appréhender les usages et les pratiques des publics ou des consommateurs avec les phénomènes d'addiction[342].

341 PERTICOZ, Lucien, ibid.

342 Cf. CASTRONOVA, Edward, « The Right to Play », *New York Law School Law Review*, Vol. 49, No. 1, pp. 185-210 ; SCHROEDER, Ralph (2002). *The social life of avatars: Presence and interaction in shared virtual environments.* London: Springer-Verlag ; SCHROEDER, Ralph, and AXELSSON, Ann-Sofie (Eds.). (2006). *Avatars at work and play: Collaboration and interaction in shared virtual environments.* New York: Springer ; YEE, Nick (2006). *The psychology of Massively Multi-User Online Role-Playing Games: Motivations, emotional investment, relationships and problematic usage*. In Avatars at Work and Play: Collaboration and Interaction in Shared Virtual Environments (Ed.). AXELSSON and Schroder, 34. London ; YEE, Nick, BAILENSON, Jeremy N., and DUCHENEAUT, Nicolas (2009). The Proteus effect: Implications of transformed digital self-representation on online and offline behavior. *Communication Research*, 36, 285–312 ; ATALLAH, Nabil (2016), Joueurs des jeux de rôle en ligne massivement multi-joueurs (MMORPG) : caractéristiques de la pratique des jeux,

Aujourd'hui, la suggestion est de considérer les jeux vidéo comme une filière, c'est-à-dire un ensemble articulé d'activités vidéoludiques, liées par des relations de fournisseurs à consommateurs ou clients, en vue de faciliter leur développement par des politiques appropriées. Si le Burkina Faso veut faire des jeux vidéo une des filières porteuses, il faudrait commencer par ériger ces derniers en filière et appliquer des politiques publiques taillées sur mesure.

B. Une industrie culturelle numérique

La filière *Jeux vidéo* fait partie de celles qui doivent leur existence aux technologies numériques, sans cesse renouvelées. L'innovation semble être le cœur même du modèle économique et artistique de ladite filière. Le fait d'être adossée à la technologie fait que, entre autres raisons, elle est mal située dans l'univers des industries culturelles. C'est ce que reconnaissent Pierre-Jean BENGHOZI et Philippe CHANTEPIE[343], qui expliquent que, si elle n'est pas toujours spontanément citée comme une industrie culturelle, l'industrie des jeux vidéo en relève toutefois par la dimension créative de ses contenus (récit, scénario, graphisme, musique), par les modes de distribution qu'elle partage avec l'audiovisuel, ainsi que par certains des usages qu'elle ouvre.

La filière des *jeux vidéo* présente donc des ressemblances et des spécificités qui lui sont propres. Tout comme les autres industries culturelles, elle est fondée sur une économie de prototype et une économie de cout, où l'essentiel des dépenses sont concentrées dans la phase de création ou de développement du produit. Une fois le prototype créé, les couts deviennent dérisoires dans la phase de reproduction industrielle sur la base dudit prototype. C'est par ailleurs un produit qui présente un certain poids en matière de propriété intellectuelle. En outre, tout comme la musique enregistrée et le cinéma, la filière *Jeux vidéo* est construite sur une économie dite du bien d'expérience (*nobody knows*), ce qui pousse littéralement les éditeurs de jeux à multiplier les chances de succès d'un produit, avec des dépenses pharaoniques dans la publicité et la diversification des moyens de distribution.

Mais comme le relèvent les auteurs Pierre-Jean BENGHOZI et Philippe CHANTEPIE, « *au sein de la culture, l'industrie des jeux vidéo a en revanche une spécificité qui façonne sa*

aspect communicationnelle et orientations identitaires. Étude de cas : jeunes adultes libanais, thèse en doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université libanaise de Beyrouth, 2016.

343 Lesdits auteurs déclarent que l'industrie du jeu vidéo n'est pas une industrie culturelle comme les autres, les jeux vidéo sont d'abord une industrie culturelle numérique. cf. BENGHOZI Pierre-Jean et CHANTEPIE Philippe (2017), *op. cit*. p.36.

dynamique »[344] *;* en effet, selon eux, la filière s'est tout autant constituée comme industrie culturelle que comme industrie technologique, profitant largement de la croissance exponentielle des innovations des technologies de l'information et de la communication....

Au Burkina Faso, cette double réalité est envisageable, même si les étapes peuvent connaitre des niveaux d'accélération différents. Ceci est dû au niveau encore faible des infrastructures numériques. Mais qu'à cela ne tienne, pour envisager le développement des industries culturelles et numériques appliquées aux jeux vidéo, il faut bien compter avec, d'une part, la création culturelle et d'autre part, la technologie créative.

C. Les enjeux de développement de la filière Jeux vidéo

Apparue avec la naissance de l'informatique dans les années 1970, l'industrie des jeux vidéo est globalement une filière en soi jeune. Elle est liée (on peut même parler de dépendance historique) au développement de l'électronique et de l'informatique. Même si cette jeunesse est connue, il faut reconnaitre que la fulgurance de l'innovation technologique fait qu'on assiste à un développement extrêmement rapide de la filière, faisant oublier cette relative jeunesse.

Les recherches francophones menées sur ce terrain sont de plus en plus nombreuses mais comme les recherches anglo-saxonnes citées *supra*, elles se placent principalement sur le plan de l'analyse des effets de la pratique vidéoludique, de la construction identitaire des *gamers*, des processus narratifs propres au jeu vidéo, de ses rapports avec la culture populaire ou encore de la dimension idéologique de certains titres. Comme nous l'enseigne Lucien PERTICOZ, certains auteurs anglo-saxons se sont cependant intéressés à l'industrie du jeu vidéo en s'inscrivant dans le cadre de l'économie politique de la communication. La filière du jeu vidéo en France a atteint une maturité dont témoignent une troisième génération de créateurs et l'apparition de nombreux studios de développement[345].

Pour le Burkina Faso, il n'existe pas encore, ni créateurs, ni studios de développement des produits de jeux vidéo. Il n'y a pas non plus, comme déjà évoqué, un intérêt universitaire pluridisciplinaire ou interdisciplinaire sur la question des jeux vidéo en tant qu'industrie culturelle numérique. Un enjeu reste donc, à développer la filière *Jeux vidéo* pour son double intérêt : économique et artistique. Le patrimoine culturel du pays est assez riche pour inspirer des histoires et le marché est potentiellement grand, au regard non seulement de la frange jeune qui dépasse les 45 % de la population, mais surtout du développement du numérique et de

344 Cf. BENGHOZI, Pierre-Jean, et Philippe CHANTEPIE. 2017. *Jeux vidéo : l'industrie culturelle du XXIe siècle ?* Questions de culture. Paris, France: Les presses sciences Po, p.35-36.

345 ROUET, François. 2014. « La création dans l'industrie du jeu vidéo ». *Culture études*, no 1: 1-16.

l'Internet qui influence les pratiques actuelles des jeunes. Développer les jeux vidéo avec une perspective de filière, c'est donc prendre en compte les intérêts que les jeux vidéo présentent, mais c'est aussi appréhender les enjeux qu'ils renferment.

1. La création comme enjeu

La création ou encore le développement de jeux vidéo joue un rôle essentiel dans la filière. Elle permet un renouvellement de la production de jeux, qui tire parti de potentialités techniques en constant développement et de formes renouvelées de jouabilité. Or, la création, par ses formes collectives d'organisation au sein des studios et du fait de ses couts et de ses risques, la création peine à être reconnue au sein d'une industrie mondialisée où le poids des consoliers et des éditeurs est particulièrement important, comme le relève François ROUET.[346] En effet, comme le soulignent Pierre-Jean BENGHOZI et Philippe CHANTEPIE, si elle est le fait d'individus, la création est portée par des entreprises de création hors desquelles, aucune réalisation n'est plus aujourd'hui possible. La création aujourd'hui s'examine donc également sous l'angle entrepreneurial. C'est dire que la technologie peut être à l'origine de l'inspiration du créateur, sans la susciter directement : le créateur pose un acte de transformation et d'invention d'une autre nature.

Ce sont donc les formes de reconnaissance de cette création en termes de statut, de forme de rémunération et d'organisation sociale qui sont problématiques, puisqu'il existe bien souvent un clivage entre défenseurs d'une activité ludique qui ne requiert aucun paravent narratif pour exercer sa puissance d'attraction, d'une part et ceux pour qui la plasticité du jeu rend possible une nouvelle forme de cinéma, de jeu avec une histoire, une narration renouvelée, dynamique et en temps réel, d'autre part. Le jeu vidéo questionne constamment la notion de création, sommes-nous tenté de le dire, au regard de la part belle qu'occupe la technologie dans l'acte de création. Le débat porte aussi sur la prééminence de la demande sur l'offre, qui pose l'indépendance du créateur et de sa création en termes de liberté. Les studios de développement, qui ne peuvent se bâtir une indépendance financière, sont comme captifs des éditeurs, pour lesquels ils deviennent des prestataires rémunérés au forfait, après cession de tous les droits.

En somme, en tant que filière industrielle et numérique, les jeux vidéo montrent toutes les difficultés que nous pouvons rencontrer à tenter de délimiter l'acte de création et, par ricochet, gérer le traitement des droits d'auteur. Ils posent aussi la question essentielle de la liberté de création, en lien avec les enjeux économiques.

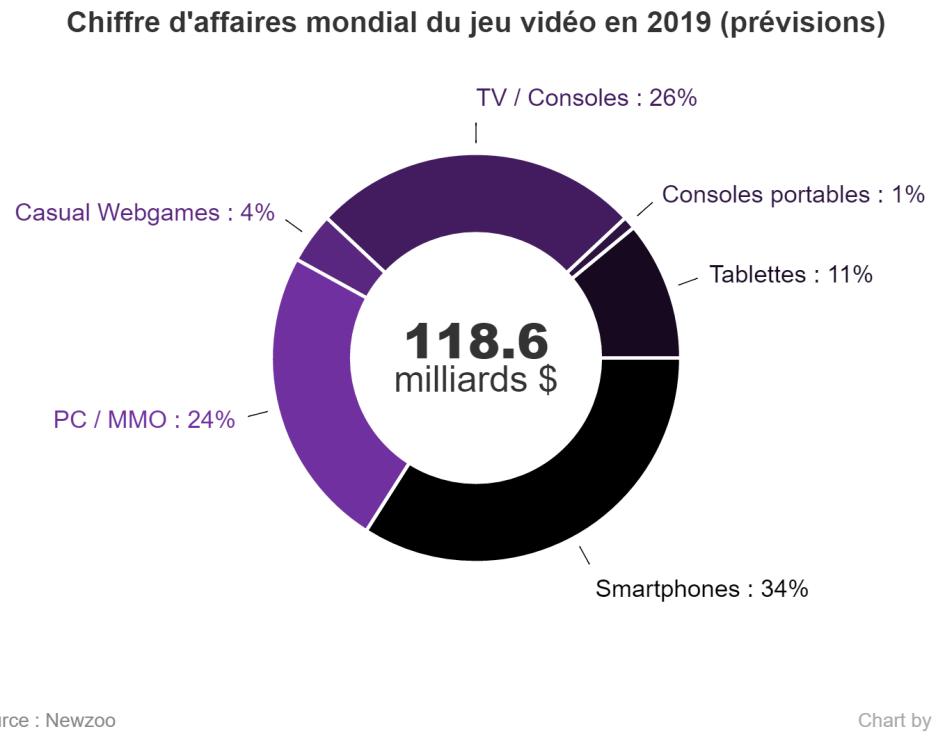
[346] ROUET, François (2009), « La création dans l'industrie du jeu vidéo », Culture études, 2009/1, n° 1, pp. 1-16.

2. L'enjeu économique

Le jeu vidéo s'impose à l'échelle mondiale comme un secteur économiquement viable et une filière en constante évolution. La croissance annuelle de son chiffre d'affaires, de 4 % à 7 % selon les régions du monde, montre cette importance progressive. La nouvelle édition de *l'Essentiel du Jeu Vidéo*[347] a dévoilé que l'industrie du jeu vidéo s'illustre par son dynamisme et confirme sa deuxième place parmi les industries culturelles en France. Pour preuve, en 2016, *FIFA 17* est le bien culturel le plus vendu. Le jeu vidéo peut légitimement ambitionner de devenir le premier marché des industries culturelles, d'où la pertinence du titre du livre de Pierre-Jean BENGHOZI et Philippe CHANTEPIE[348], qui pose la question de savoir si finalement et à ce rythme-là, les jeux vidéo ne seraient pas l'industrie culturelle du 21e siècle ? Le jeu vidéo est bien une industrie, qui pesait déjà fin 2007 plus de 35 milliards d'euros au niveau mondial, 91,8 milliards de dollars en 2015 et les prévisions comme l'indique le graphique ci-dessous, estiment que ce poids atteindra 118,6 milliards de dollars en 2019[349]. Si les chiffres sont éloquents, ils cachent, cependant, les enjeux économiques et financiers qui pourraient être ceux de l'Afrique. En effet, il y a de quoi encourager les acteurs dans les pays du Sud à investir sans attendre dans la filière en question. Mais cela suppose une organisation différente pour les pays du Sud car l'essentiel du marché est déjà saturé et dominé par les géants de l'Asie et les États-Unis. L'enjeu ici, c'est de voir l'Afrique ou le Burkina Faso se réduire au simple rôle de prestataire de services, sans aucune valeur ajoutée. Historiquement, des cas similaires ont déjà été observés, avec notamment le coton. Si les jeux vidéo rapportent effectivement de l'argent et créent des emplois, l'enjeu serait de maitriser la chaine de production des produits vidéoludiques, avec des modèles économiques adaptés au cas spécifique du Burkina Faso, qui n'a pas une longue tradition numérique et qui a des capacités de financiarisation limitées.

[347] L'essentiel du jeu vidéo est une initiative du SELL, Syndicat des Editeurs de Logiciels qu'on peut retrouver en ligne : http://www.sell.fr/sites/default/files/cp_marche_jv_sell_juillet_17_vf_0.pdf (consulté le 30 mai 2018).
[348] *Jeux vidéo : l'industrie culturelle du XXIe siècle ?*
[349] « Chiffre d'affaires mondial des jeux vidéo : 2015, 2016, 2019 », https://www.afjv.com/news/6197_chiffre-d-affaires-mondial-des-jeux-video-2015-2016-2019.htm. Consulté le 7 février 2018.

Graphique 55: Chiffre d'affaires mondial du jeu vidéo en 2019



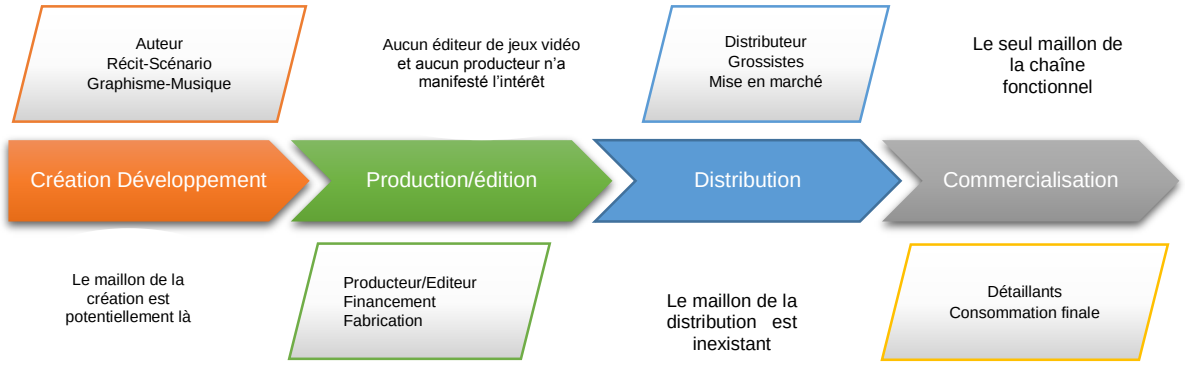
D. Les autres enjeux de la filière

L'encadrement juridique est un enjeu, non seulement pour les pays francophones au Sud du Sahara mais aussi, pour l'ensemble des acteurs en vue de prendre en compte les droits de la propriété intellectuelle et protéger les consommateurs, notamment en anticipant et prévenant les formes d'addiction chez les enfants. Cet encadrement est nécessaire pour le cas spécifique du Burkina Faso, qui ne dispose pas de textes spécifiques et applicables à l'industrie des jeux vidéo.

En conséquence, parvenue à une première maturité industrielle, créative et institutionnelle, nous pouvons prétendre, qu'au Burkina Faso, l'industrie du jeu vidéo peut encore disposer d'un environnement industriel, culturel et juridique plus structurant, nécessaire à la concurrence mondiale.

II. Comprendre la filière *Jeux vidéo* aujourd'hui

Figure 18: Chaine de valeur de la filière Jeux vidéo



Source : Auteur, 2017

A. Organisation et fonctionnement de la filière

La production d'un jeu vidéo comporte des étapes successives, constituées par le développement ou la création du jeu, l'édition du jeu et la distribution, suivie de la commercialisation du produit vidéoludique. Le plus souvent, les acteurs du secteur cumulent ces trois fonctions (développeurs-éditeurs-distributeurs) pour faire des économies d'échelle.

1. La chaine de valeur de la filière *Jeux vidéo*

a. La création/développement du jeu

– *La phase de création ou de développement du jeu*

La première étape de la chaîne de valeur est la conception du jeu vidéo par des studios de développement qui évoluent en entreprise. C'est la phase de projet qui prend corps dans une dynamique de développement créatif. À cette étape, les studios conçoivent des jeux sans les publier. L'initiative de la création d'un jeu est du ressort du développeur lorsqu'il s'agit d'un concept original, ou de l'éditeur. Les studios peuvent être intégrés, ou pas, à l'éditeur. La phase de création pure (conception) est financée, soit par le développeur, soit par l'éditeur. Puis intervient la phase de pré-production, qui vise à mettre au point une maquette informatique (prototype). Nous savons que le développement d'un jeu vidéo appelle un budget souvent colossal, surtout quand il s'agit d'un concept original. Nous savons aussi qu'en réalité, les studios ne disposent généralement pas de la surface financière suffisante pour financer la phase de pré-production d'un jeu vidéo, c'est-à-dire, le prototype. C'est pourquoi, à défaut de financer cette première phase, la plupart des studios ont recours à des éditeurs. En plus d'être budgétivore, la phase de développement est chronophage. Des projets durent souvent des mois,

voire des années, avant de voir le jour. En outre, la phase de développement mobilise un ensemble de corps de métiers très spécialisés et qualifiés. Quel que soit leur statut, les studios organisent les auteurs pour ainsi dire en tandem, avec des professionnels au profil spécialisé et qualifié tels que les concepteurs ou *game designers*, les programmeurs qui interviennent sur le moteur de jeu ou *game play*, les scénaristes, les concepteurs de niveau ou *level designers*, les infographistes 2D ou 3D, les techniciens, les musiciens, les testeurs, les traducteurs, etc. Ces équipes mêlent ainsi des fonctions de création comparables à celles d'un un auteur de livre ou d'une œuvre audiovisuelle et les fonctions de prestataires techniques, transposant la création pure en création technique (programmation, graphisme, *game design*).

Les modèles économiques de certains studios montrent que beaucoup de ces métiers fonctionnent en sous-traitance, pour bénéficier d'économie d'échelle mais aussi profiter d'une expertise pointue sur un aspect particulier du jeu comme la création sonore, l'alimentation électrique du support, etc.

La création vidéo-ludique se montre ainsi singulière par le jeu et l'interactivité, irréductibles aux formes d'art connues jusqu'alors. Cette démarche de création est difficilement industrialisable, ce qui explique notamment l'atomisation du segment des studios de développement. La démarche créative dans le secteur des jeux vidéo rend difficile la réalisation de gains de productivité et d'économies d'échelle. On assiste à la poussée progressive des studios indépendants, qui prennent continuellement le risque de la création. Au moment où l'Internet s'ouvre davantage à la participation des joueurs jusque dans la création de contenus, où de nouvelles technologies en rupture radicale s'annoncent en lien avec la mobilité, la réalité virtuelle, la réalité augmentée, la robotique…, la création revient au centre des préoccupations des acteurs à tous les niveaux. En effet, si la création est désormais perçue comme le ferment durable de succès industriel, son organisation implique des formes de pérennité dont a besoin le secteur des jeux vidéo. Aussi, si nombre d'acteurs savent faire avec l'incertitude des parcours et des qualifications professionnelles, une structuration de ceux-ci reste malgré tout indispensable surtout dans le contexte africain.

– *Le financement de la création ou l'économie des studios de développement*

Le financement de la phase de développement du jeu prend plusieurs modèles. Dans le modèle traditionnel, le développeur est susceptible d'être rémunéré par l'éditeur, selon deux modalités : la première renvoie au statut de prestataire rémunéré au forfait et la seconde à un développeur intéressé au succès du jeu qu'il a développé au compte d'une maison d'édition. En effet, si

l'idée vient d'un éditeur, c'est ce dernier qui propose le budget, assorti d'un cahier des charges qu'il soumet au développeur dès le début ; si c'est un projet émanant du studio de développement de jeux, le budget provient du studio en autofinancement. Dans le premier cas, le studio répond à une commande de jeu vidéo par un éditeur et répond à un cahier des charges précis et par la même occasion, il cède à l'éditeur tous les droits (moraux et patrimoniaux) liés à l'œuvre. L'éditeur le rémunère sous forme de forfait et finance la totalité de la production. Le budget alloué va financer la phase de conception, c'est-à-dire la définition du scénario de base, les outils techniques nécessaires et les éléments de l'avantage concurrentiel. Si l'éditeur valide le concept, il passe en pré-production. À l'issue de cette phase, une maquette informatique, un document de *game design* et un planning de production sont livrés. Le financement de cette pré-production est supporté par l'éditeur qui, en contrepartie, reprend l'ensemble des droits de propriété intellectuelle. À l'issue de cette phase, le développeur remet ce qu'on appelle un *master* à l'éditeur, avec toute la documentation complète et les outils techniques du projet.

Ce n'est qu'après cette phase de pré-production que l'éditeur peut lancer la phase de production. Le moteur de jeu développé par chaque studio est l'actif technologique de l'entreprise. Généralement, chaque studio développe son propre moteur de jeu, qu'il met à jour afin de s'intéresser, non seulement à l'amélioration technologique, mais aussi à la jouabilité et à l'interactivité.[350]

Un autre cas de figure existe, où le développeur prend le risque avec l'éditeur de jeux vidéo. Dans ce cas, les droits sont partagés entre l'éditeur et le studio de développement de jeux. Le développeur est rémunéré sous forme d'avances sur royalties, consenties par l'éditeur, qui ne dépendent pas du succès du jeu, et qui ne sont donc pas remboursables par le développeur, même en cas d'échec commercial ; puis de royalties lors de la vente du jeu, qui sont des rémunérations variables liées aux ventes effectives.

Un nouveau modèle se développe de manière croissante, celui de l'autofinancement de la production par le studio de développement de jeux, exactement comme avec les *home studios* dans le secteur de la musique. Mais pour le cas spécifique des jeux vidéo, contrairement au secteur de la musique où avec peu de moyens, on peut éditer une œuvre phonographique, ce modèle ne peut être viable pour un studio de développement de jeux vidéo ; sauf si le cout du

[350] FORSANS, Emmanuel. « La dynamique économique du secteur du jeu vidéo français : La chaîne de valeur du jeu vidéo en France ». Agence. www.afjv.com, 2014. https://www.afjv.com/news/3285_la-chaine-de-valeur-du-jeu-video-en-france.htm. Consulté le 24 février 2018.

projet est relativement supportable par le studio. C'est le cas des jeux mobiles ou des jeux sociaux. Dans ce dernier cas, le studio devient son propre éditeur.

Ces modèles dénotent de la prégnance de l'argent sur l'ensemble de la production. Les principales difficultés des studios de développement sont liées à leur très forte dépendance à l'éditeur, susceptible de financer la création. En raison de leur taille souvent modeste, les studios ne sont en mesure de travailler que sur un nombre limité de projets en même temps ; la plupart du temps, il ne s'agit que d'un seul projet, qui peut même s'arrêter avant termes en période de ralentissement économique. Cette situation fragilise la pérennité des studios et, par-là, précipite les créateurs dans la précarité. Et au Burkina Faso, si la production est vierge, cela est dû au fait que l'argent fait tout simplement défaut, pour envisager l'édition des jeux vidéo.

La chaine création ou de développement est au cœur de la stratégie des maisons d'édition de jeux vidéo. L'innovation est le principal mot qui caractérise les développeurs. Leurs créations, qui ont l'ambition de conquérir un marché et de générer des recettes sur le retour d'investissement, peuvent souvent rencontrer l'insuccès total. La création est donc frappée par l'incertitude, qui ne prend pas en compte la qualité intrinsèque de l'œuvre en tant que valeur particulière. Le contexte actuel permet de dire que le Burkina Faso est capable d'assurer cette phase déterminante, en faisant appel à sa créativité et à l'originalité de son patrimoine.

b. La production et édition de jeux vidéo

Les éditeurs sont chargés de la production, comme au cinéma. Ils assurent le financement de la création du jeu, détiennent l'ensemble des droits de propriété intellectuelle. Ils assurent la production physique, y compris pour les notices et les emballages des copies. Il leur revient de concevoir la stratégie marketing, d'une part, pour identifier les plateformes sur lesquelles le jeu pourra être lu : ordinateur, mobile, consoles de salon ou consoles portables, mais aussi, d'autre part, pour s'assurer du type et des moyens de promotion du jeu en optant pour des canaux de distribution spécifiques.

– *Modèle économique des éditeurs de jeux vidéo*

Les budgets de ce maillon de la chaine sont, sans conteste, des budgets très élevés, surtout avec les couts de promotion et de marketing qui dépassent souvent les couts de développement et de production réunis.

Les aléas de production de jeux contraignent les éditeurs à la surproduction de biens, dans le but de compenser les échecs éventuels et de maitriser au mieux la distribution et la promotion.

Pour cela, les éditeurs se concentrent sur quelques titres de jeux afin de bénéficier d'économie d'échelle associée à la reproduction en grand nombre de logiciels ou supports mécaniques. C'est le principe du *star system* dans le secteur de la musique qui est appliqué dans le cas précis des jeux vidéo. Les titres promus pour le succès (blockbuster) sont destinés à être en tête des ventes dès leur sortie et à rapporter des bénéfices conséquents pour financer les échecs passés ou à venir.

La stratégie des éditeurs et consoliers consiste à lancer sur le marché de nouvelles consoles à un prix proche du cout marginal de fabrication qui soit attractif pour le consommateur, tandis que les éditeurs doivent maintenir un prix élevé des jeux. La console joue ainsi le rôle de *produit d'appel* vendu avec une faible marge afin de créer une masse critique d'utilisateurs captifs auxquels proposer ensuite des jeux vendus avec une marge bien plus élevée.[351]

Adosser ainsi la santé financière de la maison d'édition de jeux vidéo à un nombre infime de jeux capables de supporter toutes les pertes éventuelles ou combler les dépenses d'investissement en recherche et développement est le risque quotidien que prennent les éditeurs de jeux vidéo. La vie des produits de la filière *Jeux vidéo* est plus qu'éphémère et seul un nombre limité d'éditeurs sont susceptibles d'assumer ce risque et de réaliser ces investissements substantiels.

– *L'obsolescence des produits*

L'industrie des jeux vidéo a la caractéristique particulière de ne dépendre que de la nouveauté. Il n'existe pratiquement pas de logique de *fonds de catalogue,* comme dans l'industrie de la musique enregistrée. Le temps est donc un facteur déterminant dans l'économie des jeux vidéo : il faut rapidement rentabiliser, car au bout d'un an, les logiciels tombent dans une ancienneté précoce. Les prix d'un jeu passent du double au simple au bout d'un an d'exploitation. Et au bout d'un an (souvent moins), le jeu disparait des rayons des grandes surfaces, tellement les nouvelles propositions contraignent les anciennes à disparaitre.

[351] BENGHOZI, Pierre-Jean, et CHANTEPIE Philippe. *Jeux vidéo : l'industrie culturelle du XXIe siècle ?* Questions de culture. Paris, France: Les presses sciences Po, 2017.

– *La diversification comme stratégie*

Les acteurs développent des stratégies pour faire face à tous ces enjeux et défis et résister à la pression du marché. Des fusions et acquisitions se font régulièrement pour contrer, entre autres, le cycle de vie, ô combien très court d'un jeu vidéo. Comme évoqué précédemment, le cycle de vie d'un jeu oscille entre un an et un an et demi ; celui d'une console peut atteindre six ans, avec des exceptions sur certaines consoles comme *GameBoy* qui ont atteint parfois neuf ans d'âge. En plus de la stratégie de fusion de plusieurs studios de développement, les éditeurs jouent régulièrement sur la diversification des supports et des genres de jeux vidéo proposés aux consommateurs.

Aujourd'hui, la diversification des supports de jeu touche une palette de supports avec des habitudes, voire des pratiques diversifiées, selon les aires ou bassins géographiques. Les supports courants sont :

- Ordinateur fixe ou portable ;
- Console de salon ;
- Console portable ;
- Smartphone ;
- Tablette ;
- Téléphone portable (hors smartphone) ;
- Télévision connectée.

Face à l'augmentation du cout moyen de la production et des frais de marketing liés à sa distribution, la combinaison de plusieurs plateformes pour le même jeu vidéo produit constitue une stratégie qui porte ses fruits. Les éditeurs (indépendants surtout) choisissent de diversifier leur stratégie en produisant pour plusieurs plateformes (PC, Xbox 360, 3DS, PS3, PS4...). Ce sont des options qui permettent de réduire substantiellement la dépendance à une plateforme et d'assurer ainsi une plus grande distribution.

La diversification des genres de jeux vidéo est l'autre stratégie adoptée, malgré la tendance à la spécialisation dans un genre précis. Les genres que les studios de développement privilégient sont :

- Football ;
- Jeux de tir & jeux de combat ;
- Jeux multi-joueurs *online* ;

- Jeux d'action ;
- Jeux sportifs (hors football) & jeux de voiture (course) ;
- Jeux de stratégie ;
- Jeux de plateforme ;
- Jeux de rôle/aventure ;
- Jeux de stimulation ;
- Jeux sociaux & jeux de cartes ;
- Jeux musicaux ;
- Jeux pour enfant ou pour la famille.

Les éditeurs peuvent cumuler plusieurs genres à la fois. Les éditeurs indépendants prennent le risque sur tous les genres, espérant rencontrer un éditeur intéressé par leurs projets. La spécialisation reste quand même un élément distinctif, sur lequel les grandes maisons d'édition jouent pour assoir leur notoriété.

– *L'exclusivité comme stratégie*

Les fabricants de consoles tels *Sony, Nintendo, Microsoft* pour ne citer que ceux-là, proposent des jeux en exclusivité, pour valoriser spécifiquement leurs produits et assurer leur renommée. Puisque le modèle d'affaires de l'industrie du jeu vidéo a pendant longtemps reposé sur le grand succès d'un nombre infime de titres,[352] la concentration du secteur de l'édition s'explique par *l'économie du risque,* sur laquelle est fondée l'industrie du jeu vidéo.

c. La chaine de valeur distribution

– *Le rôle déterminant du distributeur*

Puisque le succès d'un jeu se calcule sur la seule base des ventes réalisées, on comprend facilement le rôle et les enjeux de la distribution dans la chaine de valeur des jeux vidéo. Ceux qui disposent d'un réseau de distribution bien maitrisé sont souvent ceux qui réussissent la sortie ou le lancement d'un nouveau jeu sur le marché. La distribution, c'est par ailleurs la gestion et la maitrise des stocks de produits. Une bonne distribution permet de faire face, et assez rapidement, à une forte demande dès le lancement du produit. La distribution comprend

[352] Selon une étude du cabinet *Zalis*, sur les 5 000 titres lancés mondialement chaque année sur consoles et PC, seuls, environ 200 permettront un retour sur investissement et seuls, une vingtaine de titres générera des revenus importants pour les éditeurs. Cf. FORSANS, Emmanuel. 2014. « La dynamique économique du secteur du jeu vidéo français : La chaîne de valeur du jeu vidéo en France ». https://www.afjv.com/news/3285_la-chaine-de-valeur-du-jeu-video-en-france.htm. Consulté le 24 février 2018.

la vente physique de jeux vidéo, la vente de jeux sur téléphones mobiles, la vente dématérialisée et la location dématérialisée. De ce fait, le distributeur assure le relai entre l'éditeur et les circuits de commercialisation, lesquels se présentent de plus en plus diversifiés. Ainsi, les tâches du distributeur spécialisé, c'est de s'occuper de la logistique et de l'acheminement des boites de jeu jusqu'aux grossistes ou aux détaillants, comme les magasins de vente spécialisés ou non.

– *La distribution* via *des portails*

L'option de pouvoir jouer en ligne sur son ordinateur ou sa tablette a conduit les éditeurs de jeux à se diriger vers la construction d'un portail spécifique ou une plateforme pour le téléchargement. Les éditeurs qui n'en possèdent pas ont, ou peuvent avoir, recours à des gestionnaires de portails dédiés.

– *La distribution de supports physiques*

Pour ce qui concerne la distribution de supports physiques, le secteur s'est consolidé sur le segment des consoles. Et jusqu'à présent, ceux qui dictent la loi dans le marché de consoles, ce sont *Nintendo*, *Sony* et *Microsoft*[353]. Des distributeurs livrent ainsi, à des grossistes, des détaillants ou des centrales d'achat de grandes surfaces généralistes ou spécialisées, les produits des jeux vidéo, y compris les produits dérivés promotionnels. Ces distributeurs sont, soit les éditeurs, soit des distributeurs spécialisés qui sont responsables de la logistique. La performance du réseau logistique est déterminante pour le succès d'un jeu vidéo, qui enregistre l'essentiel de ses ventes dans les premières semaines suivant sa sortie. Le rôle des détaillants dans la vente des supports physiques est, de loin, parmi les plus importants dans le succès du produit.

d. La commercialisation ou la monétisation des jeux vidéo

C'est la dernière étape de la mise en marché des produits vidéoludiques. Elle a pour principal objectif de mettre entre les mains des joueurs fanatiques et professionnels des consoles de jeux ou des logiciels, pour engager des pratiques et des rapports à une histoire artistique racontée, partagée.

La commercialisation mobilise plusieurs méthodes selon les régions du monde. Au Burkina Faso, la chaine de distribution (vente en gros) et de commercialisation (en détail) se fait autour des produits importés d'Asie, d'Europe et d'Amérique. La commercialisation des jeux vidéo

353 Voir BENGHOZI, Pierre-Jean, et CHANTEPIE, Philippe. 2017. *Jeux vidéo : l'industrie culturelle du XXIe siècle ?* Questions de culture. Paris, France: Les presses sciences Po.

reposait traditionnellement sur des réseaux généralistes ou spécialisés, responsables de la vente physique.

Le circuit de commercialisation est essentiellement dominé par des spécialistes de l'informatique et autres produits dérivés. Ils assurent la vente, l'installation du produit sur les supports (ordinateurs, tablettes, téléphones portables…) et souvent, en assurent la maintenance ou le service après-vente. À côté d'eux, nous rencontrons des acteurs opportunistes, qui sont les sociétés d'importation de marchandises diverses. Sans être aucunement spécialistes du domaine, ces sociétés ont pris l'habitude d'importer et de commercialiser des consoles et autres accessoires de jeux vidéo, à partir du seul indicateur de la demande du marché.

Des formes de commercialisation ont émergé avec le temps, en considérant la demande des classes sociales pauvres et même moyennes confrontées au problème d'accès aux consoles. C'est pour cela qu'en Afrique, il se pratique des formes de commercialisation basées sur la consommation des jeux déclassés ou de seconde main. La commercialisation se fait donc, aussi bien autour des produits neufs, qu'autour des produits d'occasion importés de l'Occident. Avec cependant l'Internet, qui offre sur des plateformes spécialisées des jeux à accès gratuit ou payant, la tendance à la consommation de vieux produits se réduit.

2. Les métiers et les acteurs de la filière *Jeux vidéo*

a. Métiers du jeu vidéo

Il faut reconnaitre que la filière *Jeux vidéo* est la filière par excellence où des compétences diverses se croisent, pour parvenir à un produit aussi bien technologique qu'artistique, voire culturel. La production de jeux vidéo fait donc appel, dans les étapes de création et de développement des jeux, à une flopée de compétences et de contributions, rappelant la nécessité de travailler de manière collaborative. En effet, selon Pierre-Jean BENGHOZI et Philippe CHANTEPIE, faire intervenir différentes compétences pointues sur un projet favorise une division très segmentée du travail : concepteurs du jeu ou *game designers*, scénaristes des séquences de jeu ou *game levers designers*, *economic game* designers, *sound designers*, etc. Les mêmes auteurs poursuivent : la diversité des métiers rend le recrutement parfois difficile pour les entreprises de moyenne ou petite taille, sur des compétences très spécifiques. La rotation importante dans ce secteur s'explique à la fois par l'hyper-spécialisation, corrélée aux

progrès technologiques, à l'internationalisation du secteur, mais aussi à la logique de projet, commune aux industries créatives ou reposant sur des talents[354].

Cette spécialisation qui est au cœur de la création ou du développement des jeux vidéo se traduit à travers les métiers-clés recensés ci-dessous :

- Les concepteurs ou *game designers* chargés de la phase conceptuelle surtout quand il s'agit de jeux dont l'univers est complexe tel le jeu de rôle ;
- Les concepteurs de niveau ou *level designers* chargés, quant à eux, de réaliser les niveaux de jeu en lien avec les consignes des concepteurs ;
- Les infographistes 2D ou 3D, les techniciens, les musiciens qui ont pour rôle d'assister de bout en bout les concepteurs et d'apporter leur touche pendant la phase de réalisation ;
- Les programmeurs, chargés du développement global du jeu. Ils ont donc pour rôle de s'occuper de la création et de l'intégration du moteur du jeu d'une part et d'autre part, de la réalisation de logiciels annexes comme la création d'un éditeur de niveau ;
- Les testeurs, dont le rôle est essentiel, qui testent, vérifient si le logiciel fonctionne comme il a été défini. Leur travail permet de rattraper les erreurs de fabrication et de sauver par ricochet l'image de l'entreprise ;
- Les traducteurs, chargés de traduire non seulement les dialogues, mais aussi les inscriptions présentes dans les jeux ainsi que les divers éléments des menus. Les traducteurs, comme le rappellent[355], réalisent la localisation d'un jeu qui permet des actions de *géomarketing*.

Tous ces métiers sont indicatifs, puisque régulièrement, de nouvelles compétences sont demandées pour augmenter les réalités des jeux vidéo. Au Burkina Faso, aucun de ces métiers n'est assez organisé ou structuré pour provoquer un effet de démarrage compétitif et prometteur. Nous sommes même tenté de dire que ces métiers existent pour d'autres secteurs d'activités et non pour une industrie des jeux vidéo.

b. Les acteurs des jeux vidéo

– *Les consoliers et les distributeurs*

354 Lire pour ce faire BENGHOZI, Pierre-Jean, et CHANTEPIE Philippe. 2017. *Jeux vidéo : l'industrie culturelle du XXIe siècle ?* Questions de culture. Paris, France: Les presses sciences Po.

355 AURAY, Nicolas, et DAVIDOVICI-NORA Myriam. 2011. « La filière du jeu vidéo ». In *Culture numérique: regards sur les industries créatives*, Le Manuscrit., 250. Paris, France: Le Manuscrit.

Les acteurs économiques internationaux des jeux sont entre autres *Sony*, *Nintendo*, *Microsoft*. Le foisonnement croissant des technologies a favorisé l'introduction de nouveaux acteurs sur le marché[356]. Mais les plus importants sont les consoliers, les distributeurs et les plateformes de jeux ou de distribution et les autres fabricants de supports (ordinateurs, téléphones ou smartphones).

Parmi les éditeurs de consoles maison ou consoles mobiles, nous pouvons citer *Sony*, *Microsoft*, *Nintendo*, *Disney Interactive Studios*, *Tencent* qui est la première entreprise mondiale de jeux vidéo en 2016 avec 11,3 milliards d'euros de chiffres d'affaires, *Electronic Arts France*, *Apple* (le cinquième éditeur mondial), *Google* (huitième éditeur mondial), etc.

Parmi les distributeurs (souvent ce sont les mêmes que les éditeurs), nous pouvons citer, *Sony*, *Microsoft, Ubusoft, Apple, Google, Facebook,* etc.

L'Afrique ne présente aucune multinationale dans le secteur des jeux vidéo, encore moins le Burkina Faso qui est à la recherche de ses marques dans un marché déjà assez bien monopolisé.

- *Les consommateurs de plus en plus nombreux*

Les autres acteurs, qui expliquent la raison d'être des jeux ou des entreprises vidéoludiques, sont les consommateurs. Ils sont sociologiquement jeunes, mais le recrutement s'exerce en fait parmi tous les âges et sexes, avec les jeux conçus et adaptés pour les familles. Partout dans le monde, sommes-nous tenté de le dire, aujourd'hui mieux qu'hier, nous pouvons retrouver des consommateurs, avec des niveaux d'engagement différents. Le rapport au jeu vidéo est un fait mondial, un phénomène généralisé qui va *crescendo*.

Les grandes aires régionales sont l'Asie, avec la Chine qui reste le premier marché mondial des jeux vidéo ; l'Amérique du Nord qui forme le deuxième pôle avec comme acteurs principaux les États-Unis et le Canada ; l'Europe qui constitue le troisième pôle, avec des pays leaders comme l'Allemagne, le Royaume-Uni, la France, l'Espagne et l'Italie. Le dernier pôle que l'on pourrait qualifier d'émergent est celui de l'Amérique latine et de l'Afrique. Cette présence mondiale fait dire que les jeux vidéo correspondent à une pratique multipolaire[357], avec la permanence d'aires socioculturelles distinctes et singulières.

356 Lire BENGHOZI, Pierre-Jean, et CHANTEPIE, Philippe. 2017. *Jeux vidéo : l'industrie culturelle du XXIe siècle ?* Questions de culture. Paris, France: Les presses sciences Po.

357 Lire BENGHOZI, Pierre-Jean, et CHANTEPIE Philippe. 2017. *Jeux vidéo : l'industrie culturelle du XXIe siècle ?* Questions de culture. Paris, France: Les presses sciences Po.

c. Les prestataires techniques et spécialisés

– *Les prestataires techniques*

Avec la complexification des jeux, les prestataires techniques spécialisés jouent désormais un rôle important. Il s'agit de sous-traitants, susceptibles de fournir des " *briques* " de conception d'une partie du jeu, comme la création sonore, la création graphique. Ils sont aussi sollicités pour seulement fournir des éléments support, comme un moteur 3D et leur rôle s'arrête là. Parmi les prestataires techniques et spécialisés, l'on compte les producteurs de *hardware* et d'accessoires, qui représentent l'activité la plus importante ; les entreprises de *middleware*. C'est à ce niveau que dans un proche avenir, il pourrait être procédé au recrutement d'acteurs burkinabè. Ceux-ci seront capables d'offrir leurs services et surtout, ils constitueront pour les géants du jeu vidéo une main-d'œuvre, certes, qualifiée, mais de loin moins chère.

– *Les prescripteurs*

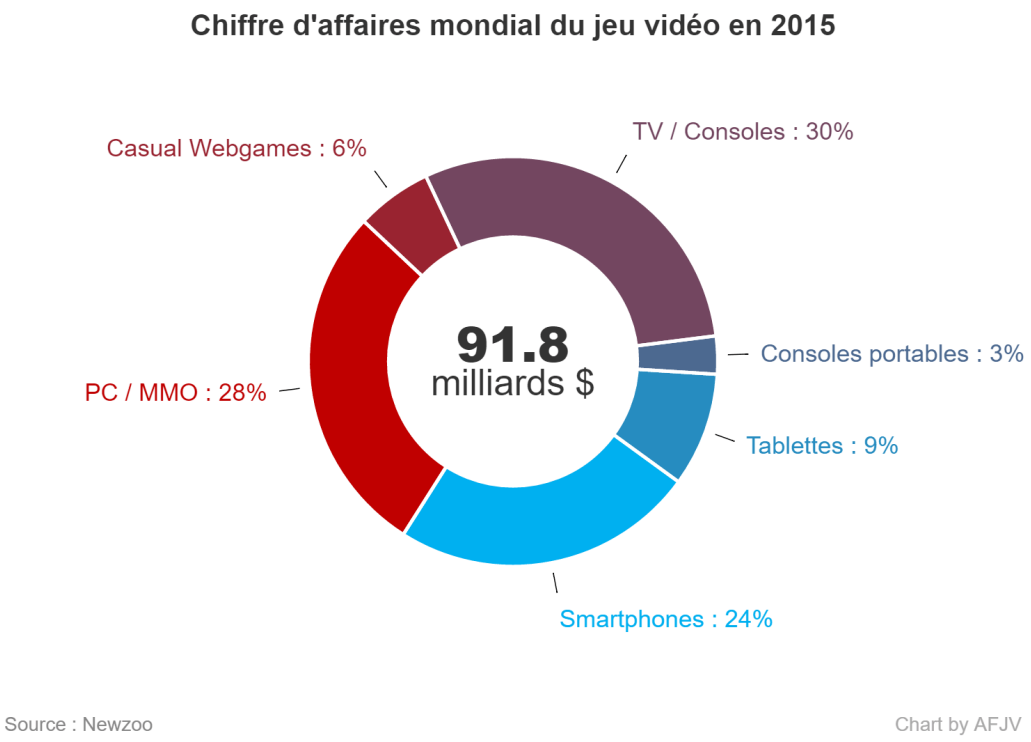
Quoi qu'on en dise, le secteur de la presse spécialisée de jeux vidéo constitue un acteur déterminant dans le succès des produits de jeux vidéo. Les émissions de télévision spécialisées ou les productions audiovisuelles publicitaires déterminent le choix des produits auprès des consommateurs. Au Burkina Faso, des journalistes culturels existent mais ni spécilistes de jeux vidéo, ni journaux spécialisés. C'est le niveau de développement de la filière qui, entre autres, explique cet état de faits. C'est exactement le même cas pour le secteur de l'automobile au Burkina Faso où aucune parution ne s'y interesse, parce que le Burkina n'a pas une tradition industrielle et automobile suffisante pour éditer un journal spécialisé. L'intérêt irait sans doute croissant, avec le développement de la filière dans les années à venir.

B. Le marché et l'économie des jeux vidéo

1. L'économie des jeux vidéo

Les jeux vidéo se portent globalement bien sur le plan financier et économique. La croissance au niveau mondial est toujours exponentielle dans le secteur. Si, dans les années 2007, le secteur se stabilisait autour d'une trentaine de milliards d'euros, aujourd'hui, la centaine de milliards est largement atteinte puisque le taux de croissance du secteur oscille entre 4 et 7 % chaque année. Le graphique ci-dessous montre qu'en 2015, le chiffre d'affaires des jeux vidéo a dépassé les 90 milliards. En France, pour ne citer que cet exemple, les jeux vidéo ont un chiffre d'affaires de près de 2 milliards d'euros en 2014.

Graphique 56: Chiffre d'affaires mondial du jeu vidéo en 2015



2. Les marchés des jeux vidéo

a. La segmentation du marché

Le jeu vidéo est aujourd'hui une véritable industrie culturelle pour des pays comme la Chine, les États-Unis, la France, le Royaume-Uni… Le marché mondial se décompose en plusieurs segments de marché, en lien avec des équipements spécifiques. En France, les joueurs jouent en moyenne sur 2,5 supports. D'après les *Chiffres-clés 2017*, l'ordinateur reste le premier support de jeu avec 67 % d'utilisateurs. Il devance ainsi les consoles de salon et les smartphones.[358] La même source dit qu'en 2015, ce sont près de 21 millions de jeux vidéo qui ont été vendus sur support physique en France.

– *Le segment jeux pour consoles*

Il convient d'abord de distinguer le segment jeux pour consoles. Le marché des consoles, c'est-à-dire qui combine le matériel et le logiciel, est dominé par les acteurs comme *Sony*, *Nintendo*, *Microsoft*. Le modèle économique du marché des consoles exploite les relations qui existent

[358] Ministère de la culture et de la communication, DEPS. 2017. *Chiffres clés. Statistiques de la culture et de la communication 2017*. Paris, France: Ministère de la culture et de la communication.

entre les consoles et les jeux sur consoles. La console n'étant qu'une plateforme entre des développeurs et des utilisateurs, la théorie des marchés à deux versants explique le système particulier de la tarification pratiqué : il s'agit d'attirer les consommateurs sur sa console, pour qu'ils soient ensuite verrouillés sur l'achat de jeux. Or, l'achat d'une console dépend du catalogue de jeux disponibles. Et pour favoriser l'afflux de consommateurs, une stratégie de vente liée est mise en œuvre : il s'agit de vendre les consoles à perte pour attirer les clients et ensuite, se rémunérer sur les ventes des jeux pour consoles et sur les royalties versées par les éditeurs tiers qui développent des jeux pour la console. C'est exactement le même principe appliqué par les bouquets satellites comme *Canal+*, qui consent souvent à des ventes à perte du décodeur ou/et de la parabole.

– *Segment logiciel pour PC*

Le marché des jeux pour PC, dont les acteurs sont entre autres *Microsoft*, *Electronic Art*, se présente différemment selon les régions du monde.

Le logiciel pour PC crée le marché des jeux en ligne, qui connait une croissance diverse, selon les pays. Avec le haut débit, il est possible de jouer en ligne à partir de n'importe quelle plateforme numérique, avec des possibilités d'interactivité avec d'autres joueurs. Le modèle économique dominant est le financement par les annonces publicitaires, tant à l'intérieur du jeu que sur le portail.

– *Le segment jeux sur smartphone*

Ce segment jeux sur smartphone ou téléphone portable est en pleine croissance en France, comme l'indique le tableau ci-dessous.

Tableau 139: Chiffre d'affaires du marché des jeux vidéo dématérialisés selon le support de lecture en France en millions d'euros

Support	***2012***	***2013***	***2014***	***Évolution2013/2014 en %***
Jeux pour PC	384,9	427,9	473,1	11
Jeux pour mobiles	282,1	364,1	444,1	22
Jeux pour consoles	100,4	147,3	230,8	57
Ensemble des jeux	766,7	938,3	1148,4	22

Source : Deps. Chiffres-clés 2017

Le point commun entre ces trois sous marchés est l'extension de l'offre de jeux, avec une connexion Internet haut débit, sous la forme de téléchargement des jeux en réseau ou encore des applications mobiles[359].

De ces segments, c'est davantage le segment des jeux sur smartphones qui présente un potentiel au Burkina Faso, surtout avec les couts moins élevés des équipements venant de la Chine.

b. Le marché des jeux vidéo par aires géographiques

Selon les résultats de l'analyse réalisée sur la base de l'annuaire des entreprises du jeu vidéo[360], la France compterait 154 studios de développement, qui emploieraient 1 600 salariés en 2011, pour un chiffre d'affaires de 175 M €. La valeur ajoutée des studios serait de 64 M € (soit un taux de valeur ajoutée sur chiffre d'affaires de 70 %) et leur chiffre d'affaires à l'export serait relativement élevé puisqu'il s'établirait à 55 M € (soit un taux d'exportation de 31 %).

Comme l'indique le tableau ci-dessous, le marché des jeux vidéo est dominé par l'Asie, qui y occupe un poids croissant, avec la Chine comme premier marché des jeux vidéo avec 27 milliards d'euros, puis le Japon avec 13,8 milliards d'euros, la Corée du Sud avec 4,5 milliards d'euros.

L'Amérique du Nord est le second marché, composé principalement des États-Unis avec 26,1 milliards d'euros et du Canada avec 2 milliards d'euros.

Le marché de l'Europe est détenu notamment par l'Allemagne avec 4,5 milliards d'euros, le Royaume-Uni avec 4,2 milliards, la France avec 3 milliards, l'Espagne avec 2 milliards et l'Italie avec 1,9 milliard. De nouveaux marchés émergent désormais en Afrique et en Amérique latine. Le secteur du jeu vidéo anticipe et traduit donc un basculement asiatique, en réalité chinois, de l'économie dans son ensemble, mais aussi une mondialisation multipolaire, où s'allient concurrence globale et permanence d'aires socioculturelles distinctes et singulières.

Tableau 140: Marché des jeux vidéo en 2015

Pays	***Revenus totaux***
Chine	26967
États-Unis	26114
Japon	13775
Corée du Sud	4479
Allemagne	4447
Royaume-Uni	4239

[359] AURAY, Nicolas et DAVIDOVICI-NORA, Myriam. 2011. « La filière du jeu vidéo ». In *Culture numérique: regards sur les industries créatives*, Le Manuscrit, 250. Paris, France: Le Manuscrit.

[360] FORSANS, Emmanuel. 2014. « La dynamique économique du secteur du jeu vidéo français : La chaîne de valeur du jeu vidéo en France ». Agence. www.afjv.com. 2014.

France	3030
Espagne	2005
Canada	1983
Italie	1928
Russie	1565
Brésil	1411
Australie	1328
Mexique	1246
Taïwan	1093

Source : Pierre-Jean BENGHOZI & Philippe CHANTEPIE (2017)

III. L'état des lieux de la filière *Jeux vidéo* au Burkina Faso

A. Historique et évolution de la filière

1. Naissance des jeux vidéo au Burkina Faso

a. Les repères d'une création vidéoludique introuvables

Le jeu vidéo date des années 1950, mais il est populaire depuis les années 1970 avec le lancement de « *Pong* » et de l'Odyssée aux États-Unis. Comme on peut le constater, l'histoire de la filière est relativement récente, même si son évolution actuelle, caractérisée par l'intensité de l'activité de recherche & développement, laisse croire qu'elle est ancienne et suffisamment mûre.

Encadré 24: Histoire des jeux vidéo

Le jeu vidéo date des années 1950…Il y a longtemps eu débat sur le réel inventeur du jeu vidéo : Ralph Baer ou Nolan Bushnell. Tout a commencé, semble-t-il, dans les années 1950, quand Ralph Baer s'est dit qu'on devrait pouvoir intégrer des jeux dans une télévision. Il travaillait pour un fabriquant de télé à l'époque : *Loral Electronics*, qui n'a pas donné suite au projet. Deux ans après, en 1952, le britannique Alexander Sandy Douglas crée le premier jeu de « morpion » sur ordinateur, appelé « OXO ». En 1958, Willy Higinbotham invente « Tennis for two », permettant de faire une partie de tennis sur un oscilloscope. Plus de 10 ans plus tard, c'est Ralph Baer qui imagine la première console de jeu à brancher sur une télévision. Il s'agit de la *Magnavox Odyssey*, mais tout s'est accéléré en 1972, avec le premier jeu vidéo dénommé « Pong », créé par Nolan Bushnell, le fondateur d'Atari. Nintendo n'arrivera qu'en 1983 avec la *Famicom* au Japon, puis en 1985 aux USA et en 1987 en Europe avec la *Nintendo Entertainment System* (NES). *Sega* est arrivé au même moment avec sa *Master System* en 1985 au Japon et 2 ans après en Europe. Les fans de *Playstation* devront attendre son lancement par *Sony* en 1994 et ce n'est qu'en 2001 que *Microsoft* sortira sa *Xbox*. Aujourd'hui, il existe des dizaines de consoles, des centaines de studios, des millions de jeux et encore plus de joueurs mordus par ce phénomène de société que nous appelons les jeux vidéo.

Source : https://www.iim.fr/lorigine-jeu-video/ consulté le 09/02/2018 ; (« OXO, ou l'origine du jeu vidéo - IIM Paris - Grande École du Digital » s. d.)

Malgré cette histoire, l'Afrique et particulièrement le Burkina Faso ne sont cités nulle part dans les annales des jeux vidéo. Cette réalité nous fait émettre l'hypothèse selon laquelle l'histoire des jeux vidéo en tant que produit industriel et culturel est une histoire des pays développés, voire industrialisés. Il n'existe pas une date à laquelle on pourrait situer la naissance du jeu

vidéo au Burkina Faso en termes de création ou développement de logiciel *made in Burkina* ou même d'une œuvre vidéoludique réalisée par un Burkinabè. Par contre, on peut situer les débuts d'une consommation des produits de jeux vidéo.

b. Le Burkina Faso, un marché de consommateurs

L'histoire des jeux vidéo au Burkina Faso se résume à la commercialisation et à la consommation des produits vidéoludiques. En effet, le pays n'a pas pratiquement d'histoire à raconter au sujet de la création ou de développement des jeux vidéo ; il n'a pas non plus de quoi raconter au sujet de l'édition et de studios d'édition de jeux vidéo ; enfin il n'a pas de passé, ni sur le financement ni dans la production et la fabrication. En d'autres termes, le Burkina Faso n'a pas ni développé ni même participé au développement d'une console de jeux vidéo, ou d'un quelconque logiciel de jeu. Jusqu'à maintenant, il s'est contenté d'être un consommateur parfait de produits issus de l'industrie des jeux vidéo.

c. L'histoire de la commercialisation et la consommation

Sans pouvoir dater précisément l'introduction de la première console de jeux vidéo au Burkina Faso, il est cependant possible d'affirmer que la pratique a commencé avec ceux que nous appelons souvent les *Expats*, tant de la France, que du Canada et des États-Unis principalement. C'est par eux que les jeux vidéo ont atterri au Burkina Faso dans les années 1980-1990. À la suite de ce premier groupe de « *pratiquants pionniers* », un second a été constitué par les cadres burkinabè qui rentraient de retour de mission de France, transportant les consoles de jeux dans leurs bagages.

Il n'était pas donc donné à tout le monde, ou singulièrement à tous les enfants qui le voulaient, de disposer de jeux vidéo. Principalement, les contraintes financières allaient de pair avec les contraintes matérielles rendant inaccessible la pratique du jeu. Après les années 2000, avec le développement d'Internet et le début de la popularisation de l'outil informatique, la consommation des jeux vidéo a connu une forte évolution. Nous pensons que c'est à partir des années 2010 que le développement du marché s'est accru, avec l'arrivée des smartphones, des téléphones portables de 3^{e} génération et de l'ordinateur portable. Ce matériel a considérablement changé la donne au niveau du rapport des Burkinabè aux jeux vidéo. Grâce surtout à l'accès de certains jeux par téléchargement gratuit *via* Internet, le nombre d'utilisateurs a augmenté, comparativement aux années 1980 et même 1990. L'observation de terrain nous a aussi montré que les salles de projection vidéo dans les quartiers se sont transformées progressivement en salles de jeux vidéo. Ce qui témoigne d'un engouement certain et aussi d'un

manque de moyens pour la plupart des utilisateurs d'acquérir individuellement des consoles maison ou portables.

En somme, dans la façon que nous la concevons, l'industrie des jeux vidéo n'existe pas encore au Burkina Faso. Aucun des maillons de la chaine de valeur ne fonctionne ou même n'existe. Mais avec le mouvement actuel et la caractéristique mondiale que portent les jeux vidéo, nous osons croire que les petits efforts actuels vont se traduire plus tard (dans le moyen et le long terme) en des studios de développement indépendants ou des maisons d'édition d'envergure nationale ou sous-traitement régional et finalement aboutir à la création des premiers jeux vidéo *made in Burkina Faso*. Pourquoi ne pas rêver jusqu'à l'avènement des premières consoles de jeux *made in Burkina Faso* (ou à défaut d'une console de jeux, issue des efforts d'acteurs de l'espace UEMOA ou CEDEAO).

2. La commercialisation des produits des jeux vidéo

L'économie des jeux vidéo et les marchés actuels des jeux vidéo au Burkina Faso sont en lien direct avec le niveau de maturation (actuellement faible, voire très faible) de la filière. L'économie des jeux vidéo est jusque-là construite sur la commercialisation (commerce en gros et en détail) des produits, comme les consoles ou les logiciels de jeux vidéo.

La commercialisation se fait à plusieurs niveaux. Mais les niveaux les plus importants sont la vente directe dans les magasins et les ventes en ligne. La troisième voie est celle des smartphones, des téléphones portables et des ordinateurs de bureau ou portables.

a. Le commerce des produits physiques

D'abord, la commercialisation des consoles et autres supports de jeux s'exerce à travers les rares magasins et supermarchés détenus par des Libanais ou des magasins spécialisés dans la vente de matériels informatiques et bureautiques. La commercialisation se fait aussi à partir de l'action d'individus non constitués en entreprises mais qui évoluent dans l'informel. Ces derniers vendent et achètent des jeux vidéo à travers un réseau constitué sur la base du bouche à oreille. Cette dernière pratique de vente rend difficile la collecte des données au niveau national. Les données fournies par les services des douanes sont certainement en deçà de la réalité car elles ne prennent pas en compte les articles de la fraude et des produits importés par des particuliers, qui n'en font pas toujours la déclaration aux services portuaires.

Les données du tableau ci-dessous sont une compilation de trois nomenclatures douanières sur les jeux vidéo : « *Consoles et machines de jeux vidéo, autres que celles du*

n°9504.30 » ; « *Autres consoles et machines de jeux vidéo* » et enfin « *Jeux vidéo des types utilisables avec un récepteur de télévision* ». Elles montrent bien que l'importation des consoles et autres machines de jeux vidéo est tout à fait modeste, mais rapportée à la réalité socioéconomique du pays, on peut dire que ce n'est pas tout à fait négligeable. Ainsi, de 2005 à 2016, c'est au total quelque 99 369 consoles et machines de jeux vidéo qui ont été introduites sur le marché local ou dans les ménages burkinabè. L'importation des consoles et autres machines de jeux vidéo n'a pas toujours été constante et progressive. Elle a connu des progrès en dents de scie avec la plus faible importation en 2006 (942 consoles) et la plus forte en 2008, soit deux ans plus tard, avec plus de cinquante mille consoles et machines de jeux importées.

Tableau 141: Quantité de consoles et machines de jeux vidéo importée

ANNEE	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Total
Consoles et machines de jeux vidéo	**2 341**	**942**	**7 438**	**50 958**	**1 642**	**3 608**	**1 110**	**2 145**	**1 687**	**20 771**	**1 507**	**5 220**	**99 369**

Source : notre enquête de terrain sur la base des données fournies par la DGD, 2017

C'est en moyenne 8 280 consoles et machines de jeux vidéo qui sont importées chaque année au Burkina Faso et déclarées aux services de la douane.

L'accès à Internet s'améliorant d'année en année, les nouveaux modèles de téléphones portables et de smartphones vont jouer dans le choix des supports des jeux et par là-même, sur les volumes d'importation des consoles de jeux et de tous les autres produits physiques.

b. Le commerce des produits dématérialisés

Ensuite, les ventes en téléchargement posent un problème de chiffres. Nous n'avons aucune idée de combien d'utilisateurs de jeux vidéo les acquièrent par téléchargement, *via* des portails ou des plateformes Internet. Cependant, nous constatons par l'observation que tous les services payants sur Internet ne sont pas systématiquement utilisés par les Burkinabè. Certaines contraintes objectives ont d'abord fait qu'il n'était pas possible, même si on le souhaitait, de faire des transactions en ligne, faute de services de ce type. Ce n'est qu'au cours de ces dix dernières années, que les banques et autres institutions financières ont commencé à offrir des services de cartes *visa* et à maitriser les achats sécurisés en ligne. Cette lacune infrastructurelle pourrait s'ajouter à l'explication parallèle du faible pouvoir d'achat des Burkinabè, bloquant chacune l'accès à des produits *via* Internet. C'est une situation globale qui connait des améliorations au fil des années et souvent, l'impression de rapidité de l'augmentation de la pratique laisse à penser que le retard de consommation pris sur d'autres pays sera

progressivement comblé. C'est par ailleurs souvent le vide créé qui oriente les pratiques des consommateurs. Comme par exemple, le recours à des jeux sur les supports de téléphone portables, les tablettes et smartphones ne pourrait pas être remis en cause par l'arrivée plus tard d'autres supports, à cause des premières habitudes acquises.

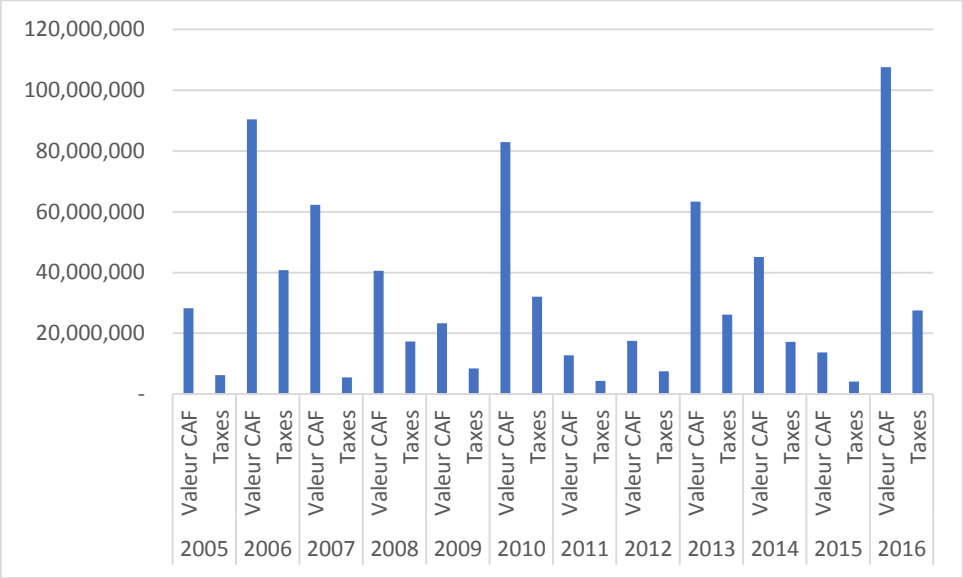
c. Le commerce des logiciels

Enfin, la vente sur portables ou ordinateurs de logiciels de jeux constitue sans doute le marché du futur des jeux vidéo en Afrique, et particulièrement au Burkina Faso. L'option est, peut-on dire, pratique et accessible pour la majorité des utilisateurs. Les jeux vidéo, dématérialisés et accessibles directement sur les supports de masse comme les smartphones (dans une certaine mesure), les téléphones portables de dernière génération (surtout) et les ordinateurs de bureau et portables, constituent un marché potentiel à ne pas négliger. Les consoles de maison posent des contraintes d'infrastructures et de gestion de temps, alors que les logiciels de jeux vidéo, accessibles directement sur les téléphones portables, éliminent ces contraintes et introduisent les consommateurs, partout et à n'importe quel moment, aux pratiques de jeux individuels et/ou communautaires. C'est vraisemblablement sur ce créneau que les éditeurs de jeux vidéo au Burkina Faso pourront inscrire leur nom dans le futur proche, au lieu de s'engager dans une bataille déjà perdue pour la construction de consoles de jeux vidéo. Notre avis sur ce point est renforcé avec la prise en compte des contraintes financières et matérielles.

3. Les recettes générées par l'importation des jeux vidéo

A partir des données des services de douane, nous avons pu reconstituer les couts d'importation des consoles déclarées et aussi les taxes perçues pour le budget de l'État sur la période de 2005 à 2016.

Graphique 57: Évolution des recettes générées par l'importation des produits jeux vidéo



Source : Auteur, 2017

L'importation des consoles a couté aux commerçants-importateurs et aux individus la somme de 587 990 385 F CFA entre 2005 et 2016. Nous n'enregistrons pas une progression régulière dans la valeur des produits importés, ce qui explique le graphique en dents de scie, selon les années. L'État a parallèlement engrangé pour la même période la somme de 197 141 543 F CFA.

4. Les contraintes du marché local

Le choix des supports au Burkina Faso est soumis aux contraintes objectives d'accès aux équipements, comme l'ordinateur et le smartphone. La plupart des joueurs (surtout les plus jeunes) fait recours aux consoles de salon installées dans les clubs un peu partout dans les quartiers des grandes villes. Les téléphones mobiles de 3^{e} génération offrent de nouvelles possibilités aux joueurs du Burkina Faso, en comparaison de ce que permet l'ordinateur.

Du même coup, nous avons eu de la peine à estimer le chiffre d'affaires de ceux qui œuvrent dans la font des produits de jeux vidéo.

Une fois encore, faute de données fiables, l'évaluation du poids de la filière dans la création d'emplois n'a pas été possible. Par ailleurs, puisqu'il n'existe pas d'entreprises créées pour le développement des jeux vidéo, il était normal de ne pas considérer les seuls emplois possibles du côté de la commercialisation des produits de jeux vidéo.

Par contre, nous savons qu'en France 1 600 personnes ont été employées en 2014 dans le secteur *Édition de jeux électroniques*, dont 22 % de femmes, selon les *Chiffres clés 2017*.

5. Le marché de la consommation des jeux vidéo et les pratiques vidéoludiques

Les marchés que nous avons pu recenser sont ceux des ménages, des salles de jeux vidéo et ceux de la location et échange des produits de jeux vidéo qui prend en compte le marché de l'occasion. Les grandes aires régionales connaissent des dynamiques spécifiques, à la fois du côté de la demande (nombre et pratiques des joueurs) et de celle de l'offre (productions de jeux).

a. Le marché de la consommation

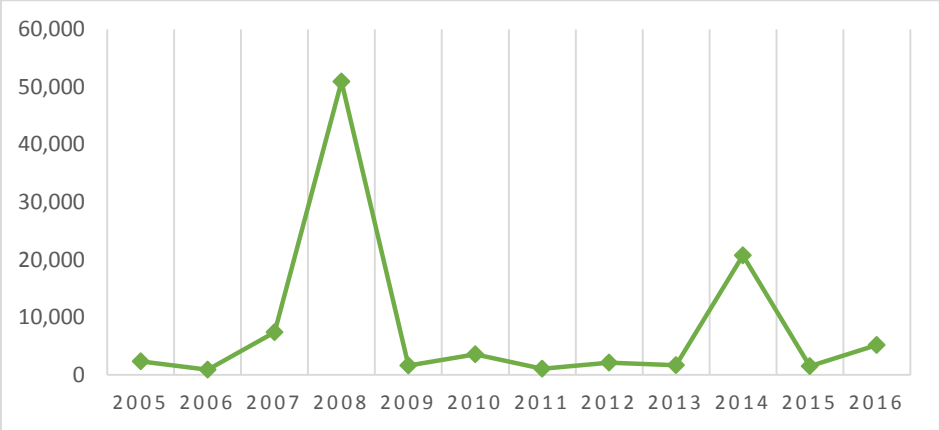
La consommation est orientée vers les jeunes premièrement, puis vers les adultes, selon les témoignages des gérants des centres de jeux vidéo rapportés par le blog de Boukari OUEDRAOGO[361]. Les jeunes intéressés par les jeux vidéo sont en majorité des élèves. En cours d'année scolaire, les clubs s'ouvrent de 16h à 22h mais pendant les vacances, l'accès est autorisé presque tous les jours, dès le matin. Dans cette même catégorie socio générationnelle, les jeunes footballeurs s'adonnent de plus en plus fréquemment aux jeux vidéo. Et d'après nos enquêtes, le football est de loin le jeu vidéo préféré des jeunes (et même moins jeunes pratiquants). Ce jeu donne le choix de l'équipe préférée comme *l'Inter de Milan*, avec comme joueur emblématique le Camerounais Samuel Eto'o Fils, *Chelsea* parce que l'Ivoirien Didier Drogba en est la *star*, le *FC Barcelone* avec Messi et le *Real Madrid* avec Cristiano Ronaldo.

En dehors de ces jeux de football, les jeux vidéo de combat (*Drabon Bull, Mortal combat)* sont les plus recherchés, puis ceux de motos et de voitures, bien prisés eux aussi par les joueurs.

Les données actuelles ne permettent pas de savoir le nombre de jeux vidéo vendus et achetés par les utilisateurs au Burkina Faso. Seules, les données de la douane nous permettent d'extrapoler pour dire qu'en douze ans, le Burkina Faso a probablement vendu près de 85 mille jeux vidéo sur support physique. Ce qui est reste particulièrement faible si nous comparons ces données (8 280 en moyenne annuelle) avec la France : pour la seule année 2015, ce pays a vendu près de 21 millions de jeux vidéo sur support physique (sans compter avec les autres formes de vente).

[361] *Le Messager d'Afrique*. http://lemessagerdafrique.mondoblog.org/2010/11/08/jeu-video-la-nouvelle-passION-de-jeunes-Ouagalais ; consulté le 01/09/2017 à 23:16.

Graphique 58: Nombre de consoles et machines de jeux vidéo vendus au Burkina Faso



Source : notre enquête de terrain, 2017, sur la base des données fournies par la douane

b. Les pratiques : le recours aux jeux en accès libre

Les pratiques actuelles sont orientées vers le téléchargement gratuit des jeux vidéo. Avec l'Internet, les jeunes préfèrent le téléchargement gratuit aux achats ou même aux consoles. Il suffit d'avoir un téléphone portable, un smartphone pour se voir offrir une palette de jeux, proposée gratuitement à partir des applications ou des portails dédiés. Il est courant maintenant que des revendeurs proposent des jeux vidéo sur des tablettes, pour ainsi attirer la clientèle. Parallèlement, les consommateurs jeunes se partagent les jeux vidéo par groupes d'amis à travers les réseaux sociaux. Les consommateurs qui en disposent (les plus nantis) jouent à la maison avec leurs enfants proches et se passent entre eux des versions plus récentes des jeux vidéo. C'est une forme de solidarité qui fonctionne bien, d'autant plus que la durée de vie des jeux est très courte.

B. Les acteurs de la filière au Burkina Faso

En dehors des acteurs connus que sont les créateurs, les éditeurs de jeux vidéo, les distributeurs et détaillants des jeux vidéo, le cas spécifique du Burkina Faso (pays n'ayant pas encore une filière aboutie, ne disposant que d'un maillon fonctionnel de la chaine (commercialisation)) nous conduit à analyser les acteurs qui, par leurs actions et stratégies, pourraient faciliter le développement de la filière *Jeux vidéo.*

1. L'État et ses structures déconcentrées

a. Le ministère de la Culture : aucune politique de développement de la filière Jeux vidéo

Le ministère de la Culture n'a pas conçu à ce jour de politique de développement de la filière *Jeux vidéo*, qui témoignerait de sa prise en considération d'une filière des industries culturelles suffisamment porteuse d'emplois, de richesses et également présentant également un enjeu

artistique et culturel. Dans la littération officielle, aucune mention spécifique n'apparaît sur les jeux vidéo, ni, *a fortiori*, aucune indication de stratégie de développement des jeux vidéo en tant que filière à part entière. Les filières prioritaires sont la *Musique enregistrée*, le *Cinéma & l'audiovisuel*, le *Livre*. Les jeux vidéo semblent être considérés comme relevant d'une filière de luxe, donc loin de la portée des pays pauvres. Or, l'analyse du développement de ladite filière, au niveau mondial, montre que tout va vite et très vite avec le développement technologique. C'est dans cette perspective de développement et d'accès de plus en plus facilité aux nouvelles technologies que nous pensons que l'État, à travers le ministère de la Culture, pourrait envisager les jeux vidéo comme une filière promoteuse et ainsi élaborer une stratégie nationale de développement et de promotion des jeux vidéo, dans une perspective à la fois industrielle et artistique. Aujourd'hui, la perception des jeux vidéo est ternie par ses méfaits sur les résultats scolaires des enfants (ce qui est un fait certes, mais à relativiser surtout quand on considère les usages pédagogiques qui en sont faits : le cas des *serious games* qui sont mobilisés sous forme de *Moocs* en certains lieux pour l'acquisition des connaissances académiques)[362].

Malgré cette oportunité, cette défiance installée a contribué à refroidir les autorités qui semblent se méfier de tout projet de développement dans ce sens. Il apparaît encore politiquement incorrect de développer quelque chose qui « *tue* » l'avenir des enfants, peut-on entendre souvent de la bouche des décideurs. Or, qu'on le veuille ou pas, aujourd'hui les jeux vidéo sont dans l'univers des enfants à travers les consoles, dans celui des adultes et des jeunes à travers les téléphones portables ou les ordinateurs et, progressivement, dans l'environnement des enseignants dans un futur très proche. Mais jusqu'à présent, l'essentiel de l'économie de la filière ne profite qu'aux pays éditeurs de jeux.

La *Direction en charge du développement des industries culturelles*, en particulier, peut faire la promotion de la filière *Jeux vidéo* par tous les moyens à sa disposition. Elle peut considérer les jeux vidéo comme faisant partie des filières négligées et paradoxalement porteuses de richesses, pour peu qu'elle y croit et mette tous les moyens dont elle dispose pour la structuration et l'organisation de la filière. Il existe des talents potentiels qui peuvent assurer sans complexe la phase de développement des jeux vidéo mais encore faut-il qu'ils sachent quels sont les tenants et les aboutissants de la filière, qu'ils soient mis au courant du potentiel

[362] DUBOIS, Natacha, « Le jeu vidéo comme outil pédagogique », *Savoirs CDI*, [mis en ligne juin 2017], https://www.reseau-canope.fr/savoirscdi/cdi-outil-pedagogique/apprentissage-et-constructION-des-savoirs/educatION-et-pedagogie-reflexION/organiser-et-animer-des-espaces-pedago-ludiques-du-cdi/le-jeu-video-comme-outil-pedagogique.html.

économique et du marché des jeux vidéo. Le ministère peut alors organiser des rencontres d'information à l'endroit des acteurs et stimuler la chaine de valeur par des actions volontaristes de tous ordres.

À travers le ministère de la Culture, l'État pourrait légiferer sur la filière, règlementer l'organisation, le fonctionnement et faciliter par des politiques publiques le développement de celle-ci. C'est à cette condition qu'on pourrait faire des jeux vidéo une filière à part entière et ainsi encourager des investisseurs potentiels.

b. Le ministère en charge des technologies numériques : les enjeux encore mal perçus

Le ministère en charge des technologies numériques est un acteur incontournable dans un projet de développement de la filière *Jeux vidéo*. Cette filière doit son existence au progrès des technologies numériques. La vitesse constatée dans le développement des formes et des contenus des produits vidéoludiques est intimement liée à la vitesse et à la qualité des innovations technologiques. C'est pourquoi nous pensons que le ministère de l'Économie numérique et des Postes peut et doit occuper une place d'acteur technique à côté du ministère de la Culture, pour une stratégie intégrée de développement des jeux vidéo au Burkina Faso. Le ministère pourrait prendre en compte les contraintes techniques des acteurs comme les éditeurs ou les créateurs, pour trouver des solutions techniques appropriées. Même si certaines questions techniques et technologiques sont globales et sont du ressort du pays tout entier, il reste que certaines expressions de besoins peuvent encourager les politiques à prendre des mesures idoines pour l'intérêt général.

c. Le ministère en charge des finances et le ministère en charge du commerce

Le ministère des *Finances* et celui du *Commerce* ont tous deux un rôle de facilitateur à jouer, dans une éventuelle politique nationale de développement de la filière *Jeux vidéo*. Ils peuvent ainsi faciliter la règlementation en matière d'importation d'intrants, en termes de taxes et impôts. C'est aussi assouplir les mesures fiscales sur les premières entreprises de développement des jeux vidéo. En somme, une volonté politique peut être une solution optimale à la quesiton de développement des jeux vidéo au Burkina Faso.

d. Le ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche scientifique

Ce ministère pourait faciliter la création de filières en Direction des jeux vidéo et autres centres d'intérêts similaires. Une politique de formation professionnelle pourrait encourager les Instituts privés ou publics à mettre les moyens pour répondre à la demande de formation. Les

éventuelles actions du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche scientifique apportera un crédit nécessaire pour la promotion des métiers qui seront issus des formations offertes (par la reconnaissance des diplômes par exemple).

2. Les incubateurs numériques et dispositifs de formation

En dehors du rôle du public à travers les acteurs-clés évoqués *supra,* nous avons pu, dans nos recherches, identifier un acteur qui se situe en amont de la filière et qui procède à de l'initiation aux logiciels de création **:** le *Centre burkinabè de formation et d'incubation numérique*, « *KeoLID* ». Le centre a formé ses futurs *geeks* à la faveur de la première édition du programme « *Faso Futur Geek* ». La structure a ainsi formé une trentaine d'enfants et de jeunes de 8 à 24 ans, au cout de 50 000 F CFA par personne formée. Aux dires des organisateurs, ces apprenants sont désormais capables de programmer et de coder des jeux vidéo. Le Directeur général du programme KeoLID a révélé dans la presse que : « *les enfants, guidés par leur esprit de créativité, arrivent vraiment à faire des choses extraordinaires et très intéressantes* ». Le Burkina est, selon lui, le deuxième pays africain, derrière le Rwanda, à initier un tel programme. « *Faso Futur Geek* » en est à sa première édition et s'inscrit dans la logique de projet, ce qui fait croire à une possible pérennité. En dehors de cette initiative ponctuelle, qui a tout de même révélé un potentiel et un amour des enfants pour les jeux vidéo, il n'y a pas d'initiatives privées de formation aux métiers d'éditeurs de jeux vidéo.

Si une politique publique venait à voir le jour, les grandes écoles d'informatique et autres technologies (électronique, électromécanique, électricité…) qui existent pourraient intégrer, des parcours pour éditeurs et créateurs de jeux vidéo. Même si le Burkina Faso et particulièrement l'Afrique ont l'habitude de contourner les étapes, surtout celle de la formation (en privilégiant la pratique), il faut, au départ, de l'initiative nationale de développement de la filière *Jeux vidéo,* encourager la création et le développement des formations professionnalisantes.

C. Forces et faiblesses de la filière

1. La chaine de valeur

a. Les forces et les faiblesses de la création des jeux vidéo

Au regard de ce qui précède, la création ou le développement des jeux vidéo par des Burkinabè n'existe pratiquement pas. Dans aucune de nos recherches, nous n'avons rencontré la moindre production nationale concernant les jeux vidéo. Nous avons fait appel à un magazine spécialisé

des TIC au Burkina Faso pour nous y aider, ne serait-ce qu'à découvrir quelques traces de création *made in Burkina* d'un jeu vidéo. Leur investigation s'est, comme la nôtre, soldée par la négative.

Par contre, des actions d'incubation numérique se font timidement ressentir et pourraient, malgré des débuts difficiles, aboutir un jour à la création de logiciels de jeux vidéo. Tel est le cas de ces jeunes qui bénéficient de formation pour devenir les futurs *geek* du pays dont nous avons fait état *supra*. L'article de *Burkina 24*[363], portail d'information en ligne, nous fait l'écho d'une telle dynamique. Le journal nous apprend que Alan SANOU, 10 ans et demi, a créé son jeu vidéo, mais réfléchit toujours à un patronyme. Son jeu présente toute une configuration de personnages où le joueur ne doit pas se laisser toucher par les chauves-souris qui hantent le ciel. Le joueur est évalué en fonction des chauves-souris qu'il aura abattues. De la même façon, Aldrich KOUAME, 11 ans, vient de créer son premier jeu vidéo animé qu'il a dénommé « *Touche Pico* ». Il s'agit là de quelques réalisations imaginées et conçues par les enfants à l'issue de 24 heures de formation. Cette formation qui s'est tenue à Ouagadougou, la capitale, du 10 au 24 juillet 2017, est une initiative d'un acteur du secteur privé, le *Centre d'incubation numérique*, dénommé « *KeoLID* ».

Ainsi, en nous basant sur la créativité des acteurs déjà exprimée notamment dans le domaine de la vidéo et du cinéma, d'une part et sur la richesse du patrimoine national, d'autre part, nous pouvons émettre l'hypothèse selon laquelle le développement des jeux vidéo au Burkina Faso est moins un problème de création que de moyens et d'opportunités de création. À travers la pratique de la vidéo, nous comprenons que les jeunes ont des choses à dire, à partager et à défendre, dans un monde de plus en plus globalisé. Mieux encore, les populations et la diaspora africaine (bénéficiant souvent d'un pouvoir d'achat et de conditions de production favorables) sont demandeuses d'images de soi et de produits porteurs d'identité locale, voire nationale. Par exemple, nous avons pu constater le succès du dessin animé *Aya de Yopougon*, qui ne s'explique que par l'approche artistique puisant dans les profondeurs du patrimoine ivoirien, avec des messages accessibles puisqu'émanant du territoire local.

La singulière dimension artistique des jeux vidéo nous fait dire que l'Afrique, en général et le Burkina Faso en particulier, ont des choses à dire, des histoires à raconter, une vision du monde à communiquer et une diversité culturelle et artistique à montrer au reste du monde. Appuyer

[363] https://burkina24.com/2017/02/09/keolid-un-nouveau-centre-dincubatION-numerique-au-burkina/ ; consulté le 2 septembre 2017.

les acteurs par des aides à la création de jeux vidéo peut donc doublement favoriser le développement d'une filière industrielle des jeux vidéo, mais aussi et surtout, garantir la diversité culturelle dans un secteur dominé par les géants mondiaux de la filière.

De tout ce qui précède, nous avons déduit que la création vidéoludique est quasiment vierge ou, tout juste, embryonnaire au Burkina Faso. Cette absence de création dans la perspective industrielle influe sur l'édition de jeux.

b. Les forces et les faiblesses de l'édition

En développant le maillon de la création par la mise en place de mécanismes de financement et de formation notamment, il est permis d'espérer voir des entreprises d'édition de jeux vidéo apparaître et se développer, à moyen terme. Pour l'instant cependant, il n'existe pas encore d'éditeurs de jeux vidéo, avec des projets de développement de jeux et de fabrication de produits vidéoludiques *made in Burkina*. Il n'existe pas non plus sur le marché national de filiales de certaines multinationales comme *Sony, Microsoft, Nintendo*…

Malgré cette absence d'éditeurs burkinabè de jeux vidéo dans le marché de la filière, l'émergence de nouveaux acteurs pourrait s'avérer, sans délai, grâce à l'éclosion d'éventuelles *startups* ou *jeunes pousses*. Un environnement propice et des mesures incitatives pourraient également attirer des investisseurs nationaux ou internationaux.

c. La distribution et commercialisation

Le marché existe et pourrait s'élargir, avec le taux que représente la jeunesse par rapport à la population globale. Par ailleurs, la diversification des outils fait que tout un chacun peut s'avérer client potentiel des jeux vidéo. Les niches de consommateurs se multiplient en effet avec les téléphones portables de 3^{e} génération. Avec parallèlement l'individualisation des outils (ordinateur portable), le marché se multiplie à l'échelle de la population.

L'enjeu va donc être la capacité de production et la bonne maitrise des facteurs de production pour jouer sur les prix de vente des produits. Il consiste également à former des distributeurs spécialisés, qui connaissent ou qui sont capables de se servir des outils de marketing, pour présenter et vendre au plus grand nombre les produits issus de l'industrie burkinabè des jeux vidéo.

d. La consommation ou le marché local

Actuellement, la consommation est orientée vers les produits conçus et produits ailleurs. Grâce aux technologies et surtout à l'Internet, les jeux vidéo sont devenus un phénomène illustrant fort bien la mondialisation de la production, mais aussi de la consommation. Tous les marchés sont devenus interpénétrables par tous les produits concurrentiels. Nous partons de l'hypothèse selon laquelle c'est à défaut que les consommateurs actuels des produits des jeux vidéo occidentaux achètent et jouent ce qui vient d'ailleurs. Ainsi, quand le Burkina Faso ou l'Afrique en général proposera des produits de même qualité artistique et technique que ceux de la concurrence actuelle, voire de meilleure qualité à des couts moins prohibitifs et avec *a minima* une même qualité de service tout au long de la chaine de valeur, le choix sera facile à faire pour les produits *made in Burkina.*

En attendant, les forces et les faiblesses de la chaine de valeur des jeux vidéo au Burkina montrent une filière qui manque de beaucoup pour son développement. Les piliers constituant les éléments de la chaine de valeur sont encore fragiles et donc, dans l'instant encore, incapables de lancer durablement la filière.

2. Les infrastructures techniques et de financement

Nous l'avons abordé *supra* la question reste entière, des infrastructures, entendues comme l'ensemble des dispositifs techniques et mesures économiques et politiques nécessaires à l'émergence d'une filière comme celle des *Jeux vidéo*. C'est une préoccupation qui mérite d'être prise en compte quand nous considérons l'intrication entre logiciel et support technique. Pierre-Jean BENGHOZI et Philippe CHANTEPIE le relèvent quand ils disent que la dynamique de développement du secteur du jeu vidéo s'appuie, depuis ses débuts, sur la tension indissociable de son articulation entre contenus d'une part, supports techniques, d'autre part. On peut donc dire que cette intrication entre technologies et jeu vidéo est un ressort essentiel du développement et des modalités de sa transformation actuelle de la filière sous l'effet voulu de la dématérialisation et de la diversité des terminaux.

À la différence d'autres biens culturels qui disposent de canaux de diffusion stables et standardisés, le jeu vidéo, toujours selon Pierre-Jean BENGHOZI et Philippe CHANTEPIE, dépend de manière déterminante des innovations technologiques : qu'il s'agisse de celles portant sur les consoles dédiées ou de celles relatives aux terminaux supports potentiels de jeux (smartphones et tablettes). Dans le cadre d'un éventuel projet de développement de jeux vidéo

au Burkina Faso, les infrastructures constitueront le premier handicap majeur. Mais comme il a été dit *supra*, tout évolue et des possibilités peuvent surgir.

Le financement vient s'ajouter aux questions techniques et complique davantage la perspective d'un développement rapide de la filière *Jeux vidéo*. Déjà, avec les filières bien connues, les acteurs ont de la peine à lever des fonds pour financer leurs projets. Alors nous pouvons légitimement nous questionner comment, avec une filière comme les jeux vidéo, méconnue de certains décideurs financiers, des projets d'édition de jeux vidéo pourraient bénéficier de financement ? Tout cela renvoie à la volonté politique et à la stratégie.

3. L'absence de politiques de développement de la filière

L'absence de politiques publiques pour le développement du jeu vidéo en tant qu'industrie culturelle (aide à la création et à la production ; politique d'industrialisation des œuvres vidéoludiques, politiques de financement aux acteurs, cadres de formation…) est une réalité au Burkina Faso. C'est une filière méconnue des politiques et des acteurs capables d'assurer son développement. Parallèlement, pendant ce temps, le marché est, jour après jour, conquis par les multinationales, sans proposition nationale comme riposte à cette pénétration qui présente à la fois des enjeux financiers et économiques, d'une part culturels et artistiques, d'autre part. Cette question d'absence de politiques explique par ailleurs l'absence de règlementation spécifique à l'exercice des métiers (aucune nomenclature officielle) et à la pratique des jeux vidéo, d'une part et à la faible orientation stratégique de la formation, d'autre part. La formation, en effet, est la principale faiblesse au niveau actuel du développement de la filière. Pendant que dans d'autres pays, ce sont des firmes, de grands empires qui contrôlent la production et la commercialisation des jeux vidéo avec en amont des écoles et des recherches sans cesse actualisées et budgétivores, au Burkina Faso, les débuts sont timides, avec des actions qui ne sont pas de nature à faire naitre de la ressources humaine qualifiée et suffisamment consciente des enjeux tant économiques, politiques et artistiques liés au développement de la filière.

D. Perspectives pour la filière *Jeux vidéo* au Burkina Faso

1. Appréhender les enjeux de la filière Jeux vidéo

a. La reconnaissance artistique du jeu vidéo

C'est un défi majeur que de reconnaitre la dimension artistique et créative des jeux vidéo. Les dynamiques de croissance et de renouvellement des jeux vidéo reposent sur le rythme d'innovation de la créativité. Cette reconnaissance pourrait susciter des actions naturelles en

faveur de son développement. La filière pourrait, en effet, être inscrite à l'agenda du ministère de la Culture, comme constituant une filière à part entière et, par ricochet, bénéficier de toutes mesures politiques, fiscales et règlementaires nécessaires à son développement. Il s'agirait enfin, parallèlement, de garantir un statut social pour les créateurs par un droit d'auteur ou un droit de propriété intellectuelle adapté.

b. L'identité culturelle diversifiée par les jeux vidéo

Les jeux vidéo ne sont pas dans leur contenu des objets neutres. Pour exister, un pays comme le Burkina Faso peut aller au-delà de la consommation des produits vidéoludiques proposés par les autres nations, pour assoir une politique de création-édition-distribution qui puise son inspiration dans le patrimoine culturel national. Il est ainsi question d'un espace d'expression et de liberté de création, qui pourrait se créer à partir des jeux vidéo. Certes, la société actuelle du Burkina Faso et celles de l'Afrique au sud du Sahara sont confrontées à des maux de tous ordres. Au-delà de rapporter de l'argent aux éditeurs et autres acteurs, une démarche tournée vers la création de jeux vidéo pourrait participer à éduquer et sensibiliser à ces nouvelles problématiques qui minent l'équilibre des régions subsahariennes : terrorisme, radicalisation religieuse, excision, accès à l'eau potable, l'énergie, la santé, etc.

2. Définir des politiques publiques cohérentes et relever le défi de la formation

a. Des politiques publiques orientées vers le financement et la formation

La perspective que nous entrevoyons dans le court terme viserait à l'amélioration des dispositifs de tous types, à comencer par les dispositifs de financement pour encourager des *startups* de création et d'édition de jeux vidéo. Nous savons combien l'autofinancement[364] est prépondérant dans la chaine de production des jeux vidéo et combien l'accès aux fonds est plus compliqué pour les jeunes structures, d'où la nécessité de permettre à tous ceux qui voudront s'y engager de bénéficier de mesures assouplies pour des prêts ou des subventions.

Les nouvelles pratiques d'investissement du jeu vidéo font appel à des modalités de financement en capital très différentes de l'approche classique des industries culturelles, où l'économie repose sur des mécanismes d'anticipation du succès par le biais du distributeur (avance sur recettes, location ou pré-achat), comme nous le rappellent Pierre-Jean BENGHOZI et Philippe CHANTEPIE. Dans le jeu vidéo, selon les mêmes auteurs, la rentabilité pour les

364 En France, c'est bien le cas : 91 % des studios s'autofinancent, tandis 44 % d'entre eux recourent au fond d'aide au jeu vidéo géré par le *Centre national du cinéma*, 27 % dus à un financement d'un éditeur, 20 % au crédit d'impôt pour le jeu vidéo et 19 % à des bourses régionales qui soutiennent des pôles de compétitivité créatifs avec une composante technologique.

investisseurs en capital s'appuie sur la valeur de l'entreprise, plutôt que sur le succès des projets de jeux : quand ces derniers investissent dans de nouveaux jeux ou dans de *jeunes pousses*, la rémunération n'intervient qu'au moment de la cession du studio de jeu à un tiers, ou de l'entrée en bourse de l'entreprise. Il s'agit donc plus de recherches de croissance que de dividende ou de rendement.[365]. C'est en tenant compte de tous ces paramètres que, portée par une vision claire sur ce qu'on veut (peut) faire avec la filière, la mise en place de politiques publiques s'avère à nos yeux nécessaire.

b. Le défi de la formation et de la maitrise de la chaine de production

Il s'agit d'un défi à relever à tout prix, si le Burkina Faso souhaite se positionner dans le marché international et régional des jeux vidéo. La population du pays est en perpétuelle croissance et d'ici à 2020, elle pourrait atteindre 21 et demi millions d'habitants. Aujourd'hui, cette population est en majorité jeune avec 47 % de jeunes de moins de 15 ans. C'est donc bien un défi de trouver des jeux appropriés à cette jeunesse, mais aussi lui créer des opportunités d'emplois, de sorte à préparer sereinement l'avenir du pays. Former des jeunes aux métiers du jeu vidéo, c'est donc régler plusieurs de ces questions, conjointement.

3. Les jeux vidéo sur smartphone, une option dynamique

Le continent n'entend pas développer le jeu vidéo « *classique* » avec console de salon comme on peut en trouver en Europe, aux États-Unis ou au Japon. À la faveur de l'évolution technologique, l'Afrique peut bien s'insérer dans le marché des jeux vidéo disponibles sur smartphone. Puisque l'Afrique connait une croissance fulgurante et spectaculaire de l'usage des smartphones et des téléphones portables autres que les smartphones, c'est une opportunité en or qui s'offre ainsi aux éditeurs de jeux *made in Africa.*

4. Dynamique actuelle du jeu vidéo : une perspective africaine prometteuse

Si nous partons de l'analyse des caractéristiques intrinsèques de la filière *Jeux vidéo* en prenant en compte son intrication entre contenus des jeux et recherche et développement technologiques, et par les nombreuses innovations portées par le numérique, nous pouvons dire que l'industrie des jeux vidéo ouvre aux différents acteurs d'Afrique de nombreuses opportunités stratégiques : repositionnement sur la chaine de valeur, structuration d'un écosystème de développement, captation de la valeur par des accords d'exclusivité… Les mouvements dans l'industrie vidéoludique, comme nous le rappellent Pierre-Jean BENGHOZI

[365] Lire BENGHOZI, Pierre-Jean, et CHANTEPIE Philippe. 2017. *Jeux vidéo : l'industrie culturelle du XXIe siècle ?* Questions de culture. Paris, France: Les presses sciences Po.

et Philippe CHANTEPIE, se caractérisent par leur rapidité, signe d'une vitalité et d'une remise en question confuse et continue des stratégies.

Dans ce secteur des jeux vidéo en Afrique, c'est le Nigeria qui a été le premier à s'essayer avec des jeux simples et divertissants. Nous pouvons ainsi relever l'existence des éditeurs *Maliyo Games*, *Gamsole*. Ces éditeurs profitent particulièrement des supports comme le téléphone portable et les smartphones.

Au Cameroun, une aventure a été tentée avec la société *Kiro'o Games* qui, d'ailleurs, a lancé un jeu vidéo nommé *Aurion.* Ce projet, comme nous le rapporte la presse nationale (voir encadré ci-dessous), a bénéficié du soutien des pouvoirs publics, tout en rencontrant des difficultés de tous ordres. Mais pour avoir essayé, le Cameroun fournit à l'Afrique francophone un exemple concret d'opportunité dans le domaine de la filière *Jeux vidéo*.

Nous avons aussi eu vent d'initiatives de construction de jeux vidéo au Sénégal et en Côte d'Ivoire. C'est pourquoi nous pensons que la dynamique actuelle est bonne à considérer comme porteuse d'une dynamique plus globale, laquelle devrait (bientôt ?) permettre un développement optimal et concurrentiel des jeux vidéo opéré par des Africains et vendus au marché mondial.

Encadré 25: Coupures de presse faisant état des avancées africaines en matière de jeux vidéo

Faire découvrir l'Afrique à travers les *jeux vidéo*

Passer par les *jeux vidéo* pour faire découvrir l'Afrique, c'est la brillante idée de Teddy Kossoko, jeune centrafricain de 23 ans vivant à Toulouse. Alors qu'il se rend en France en 2012 pour ses études, il se rend vite compte que les Occidentaux avaient une vision totalement uniforme et opaque de l'Afrique et que, trop souvent, ils n'en connaissaient que les conflits. Il remarque également que les jeux vidéo y ont une grande influence. Un rapprochement est vite fait et Teddy Kossoko décide de passer par ce moyen pour faire connaître l'Afrique et faire découvrir ses mythes, ses légendes et son Histoire.

Son jeu du nom de « Kissoro » sort le 17 février 2018 et est inspiré d'un jeu de société qu'on retrouve dans beaucoup de pays africains. « Kissoro » est en langue centrafricaine mais on le retrouve sous le nom de « Mankala » au Sénégal et « Awalé » en Côte d'Ivoire.

Scénario du jeu: *« deux royaumes se livrent la guerre pour les ressources. Un orphelin, incarné par le joueur, arrive et souligne que les deux tribus ont une chose en commun, le kissoro »*. Une manière pour le développeur de montrer que les conflits ne se résolvent pas forcément avec des armes. Le jeu a été développé sur smartphone car plus facile et aussi parce que le mobile est beaucoup répandu en Afrique; un moyen pour le développeur de toucher plus d'africains. Pour les prochains jeux, dit-il, de nouveaux formats seront expérimentés, cependant une version smartphone sera gardée pour le public africain. Deux mois après son lancement, « Kissoro » affiche déjà près de 7 000 téléchargements. Un chiffre très encourageant pour Teddy Kossoko qui a encore plein d'idées de jeux à développer.

Source :https://ticmagazine.bf/faire-decouvrir-lafrique-a-travers-les-jeux-videos/ Consulté le 24/04/2018.

Conclusion partielle 6

Le jeu vidéo est une filière des industries culturelles qui s'est structurée progressivement depuis les années 1980 avec le développement de l'Internet et du numérique. Elle s'est transformée à partir des années 1995 autour de l'intégration de l'Internet *haut débit* dans la distribution et dans les pratiques de consommation.[366] Depuis, le secteur est en constante croissance dans nombre de régions du monde. Il compte aujourd'hui plus d'1,3 milliard de joueurs dans le monde.

L'industrie du jeu vidéo est mondiale et dominée par quelques grands éditeurs comme *Sony*, *Microsoft*, *Nintendo*. C'est une industrie qui allie culture, marketing et technologie. Les grands marchés sont la Chine, les États-Unis, le Japon et quelques pays d'Europe.

Le jeu vidéo est devenu un phénomène social majeur, en plus de sa dimension économique et technique. En effet, au-delà de leur dimension industrielle et commerciale, les jeux vidéo relèvent d'une activité humaine d'ordre anthropologique. Du coup, comme le relèvent Nicolas AURAY et Myriam DAVIDOVICI-NORA, l'industrie des jeux vidéo n'est plus seulement un loisir mais un média de masse, pour aider à apprendre, à travailler, à communiquer et jouer. La diffusion rapide de la pratique des jeux vidéo est en lien direct avec la multiplication de l'équipement individuel qui donne accès aux jeux, non seulement sur un téléviseur *via* une console mais aussi sur ordinateur, sur téléphone mobile et par Internet. Plus interactives, les nouvelles pratiques sont amplifiées par les innovations numériques.

366 Cf. AURAY, Nicolas, et DAVIDOVICI-NORA, Myriam. 2011. « La filière du jeu vidéo ». In *Culture numérique: regards sur les industries créatives*, Le Manuscrit, 250. Paris, France: Le Manuscrit.

Nous assistons ainsi, aujourd'hui, à la formation de communautés de joueurs, lesquelles participent d'une certaine manière à la création.

Les jeux vidéo au Burkina Faso sont à une phase dite « *embryonnaire* », qui souffre d'une méconnaissance par nombre d'acteurs. La filière est encore peu structurée et ne compte que des vendeurs au détail des produits vidéoludiques. Le marché est potentiellement là et peut bien s'élargir avec le bassin de consommateurs possibles de la sous-région francophone. Même si nous ne connaissons pas le nombre exact de joueurs, nous savons, par contre, qu'en moyenne 8 280 consoles entrent par an au Burkina Faso et procurent la somme annuelle de 16 428 462 F CFA[367].

Objet de questions et de controverses, les jeux vidéo suscitent toujours de vifs débats sur leur caractère nocif lié à la violence et à l'addiction. Et pour nombre de personnes, le jeu vidéo n'appartient en aucun cas à la culture mais relève du loisir et de la distraction pure.

Pour nous, en tant que premier bien culturel issu du procès de numérisation, le jeu vidéo représente à bien des égards un terrain qu'il convient de prendre pleinement en considération, comme le recommande Lucien PERTICOZ[368] avec l'élaboration de stratégies de développement. Puisque le potentiel existe, les créateurs de jeux et les éditeurs de jeux, qui vont savoir articuler les codes africains en matière de demande d'images et la maitrise parfaite des technologies actuelles, seront ceux qui, avec un coup de pouce financier, vont contrôler le marché africain des jeux vidéo dans le futur. Cette prédiction se base sur les quelques succès de la vidéo et du cinéma en Afrique. Et pour cela, il faut, à notre sens, une volonté politique reposant sur une vision claire. Le caractère spécifique de l'industrie des jeux vidéo (culturel, ludique, technologique) rend complexe la conception de politiques publiques en la matière : à la fois dans ses objets (création, investissement en recherche et développement, pôles de compétitivité) ou dans les acteurs ciblés (éditeurs, créateurs, personnels). Pour autant, il convient d'essayer d'organiser les acteurs potentiels et favoriser la structuration de la chaine de valeur, dans une approche de filière.

Dans ce cas précis, il peut ainsi être encore espéré pouvoir favoriser la coopération technologique entre les communautés régionales comme l'espace UEMOA ou celui de la CEDEAO.

367 Rappel, 1 € est égal à 655,957 F CFA.

368 Voir PERTICOZ, Lucien. 2011. « Envisager le jeu vidéo comme une filière des industries culturelles et médiatiques ». *Les Enjeux de l'information et de la communication* 2011/1 (n° 12/1): 125 à 142.

Chapitre 7 :
Les filières *Design et mode* au Burkina Faso : la précarité d'un secteur porteur et un effet signature à construire

La filière *Design et artisanat d'art*

Entendu comme un dessein (parce qu'il implique une intention et un processus) et un dessin (parce qu'il implique la concrétisation d'un projet par une esquisse, des motifs, une composition visuelle) le *design* n'est pas une mode, un style comme le traduit le sens commun. C'est, comme l'a défini Michel BUISSON,[369] une pratique qui agit sur les modalités de l'objet, qui modifie ou améliore ses qualités pour le conserver en permanence dans sa contemporanéité, dans sa relation à son environnement. Aujourd'hui, le *design* est considéré un processus créatif qui, dans le domaine des objets, vient tempérer bien souvent les effets brutaux et négatifs de la globalisation des marchés, ceux-là mêmes qui banalisent les modes de vie en même temps qu'ils obligent les sociétés humaines à alimenter ce qu'il convient d'appeler le « *bazar mondial des folklores* ».

[369]Michel BUISSON est commissaire d'exposition, auteur du texte : « Les processus sont les devenirs », dans le catalogue *Design made in Africa*, 2004.

Le *Design* et l'*Artisanat d'art* au Burkina Faso sont des filières en pleine croissance avec le nombre d'acteurs qui ne cesse d'augmenter et certainement le poids économique qu'elles représentent (voir *infra*). Mais rien n'est encore gagné pour ce secteur d'activité créatif. Les défis sont nombreux à relever et les enjeux sont suffisamment majeurs pour ne pas attirer l'attention des décideurs et des chercheurs.

Au-delà de la conception européenne qui restreint le *design* à des objets élitistes, le champ du *design* trouve sa source dans la vie quotidienne de la plupart des sociétés africaines. Comme le dit Franck HOUNDÉGLA[370], le *design* est un art du contexte qui dépasse le travail sur des « *objets célibataires* » pour s'intéresser aux relations entre les hommes et leur environnement. C'est un processus créatif, qui aboutit à la conception et à l'usage d'objets, d'espaces, de supports visuels ou de services.

Le *Design* et l'*Artisanat d'art*[371] au Burkina Faso constituent des secteurs d'activités à part entière, mais victimes de préjugés de la part des consommateurs et de la faiblesse des politiques publiques pour assoir leur plein essor. En effet, certains Burkinabè, au pouvoir d'achat modeste, considèrent les produits du *design* comme réservés à une certaine classe bourgeoise et aux touristes occidentaux. C'est pourquoi, finalement, c'est un secteur d'activités dont le modèle économique est basé sur les exportations des produits finis et le tourisme. Le marché, voire la demande internationale, constitue donc le déterminant majeur de l'économie du *design* burkinabè, vu la faiblesse de la demande locale. Le tourisme est également tributaire de facteurs exogènes et les destinations fluctuent au gré des événements sociopolitiques des pays.

Nous analysons dans ce chapitre le *design* comme une filière qui a donc son organisation et sa structuration propre et où le travail créatif est central dans le modèle de production.

Le chapitre se propose de décrire la filière à partir d'un panorama sur les logiques de production, de distribution et de consommation des objets de *design*, d'une part, et d'analyser la filière en question à travers ses forces et ses faiblesses, d'autre part. Nous ferons aussi un point sur les principaux acteurs qui animent le secteur du *design*.

370 HOUNDÉGLA, Franck. 2007. « Une économie du design en Afrique ? » In *Les cultures africaines sont-elles à vendre? Richesses artistiques et développement économique*, 248. Paris, France: L'Harmattan.

371 Le contexte burkinabè est tel que la frontière qui sépare les *designers* et les artisans de l'art est poreuse. Nous rédigeons donc ce chapitre en ayant en tête cette imbrication qui est conjoncturelle.

Méthodologiquement, le présent travail s'appuie sur des publications scientifiques antérieures de l'auteur, publiées dans différents pays et une prospection d'articles regroupés autour du mot-clé *Communication internationale*, d'abord au sein de la revue *Les Enjeux de l'information et de la communication*. Il se nourrit parallèlement d'incursions complémentaires dans d'autres revues à comité scientifique et ouvrages structurants de la discipline en France. La présente communication se propose déjà d'en explorer les fondements au moment de la constitution de la discipline, avant que, les paradigmes ainsi identifiés, la conclusion n'évoque des pistes d'analyse théorique, conceptuelle et méthodologique, telles qu'elles seront développées pendant les quelque quarante années suivantes.

I. Les enjeux de la filière *Design*

Le *design* au Burkina Faso est une industrie créative en pleine croissance et en voie de reconnaissance mais rien n'est encore gagné pour ce secteur d'activité créatif. Les défis sont nombreux à relever et les enjeux majeurs. Ils sont d'ordre politique, culturel et économique.

A. Enjeux politiques

Exercer le métier de *designer* est d'abord un acte politique, qui engage l'imagination et la force de l'artiste en tant que citoyen. Il faut ensuite une écriture contemporaine des objets pour trouver un écho profond des populations dans l'histoire du quotidien, qui ont un rapport aux objets utilitaires et décoratifs traditionnels. Enfin, l'enjeu est politique, d'autant plus qu'il appelle une volonté de la part des décideurs à faire du *design* une vitrine du Burkina Faso et une filière économiquement viable.

Dans un contexte mondial marqué par la domination des grandes maisons de création, de groupes de presse, une grande partie de l'Afrique, comme le souligne Michel BUISSON[372], souffre de manière endémique et cruciale, de ne pouvoir valoriser ses savoir-faire et ses ressources à travers la production de nouveaux objets, témoins de cultures vivantes. Comme de nombreuses sociétés en marge du progrès techniciste, le continent semble condamné ; d'un côté, il subit l'omniprésence de modèles dominants d'objets importés qui ne répondent que partiellement ou imparfaitement à ses besoins ; de l'autre, il doit produire des objets destinés à l'exportation et qui recourent à des représentations folkloriques et ethnicisantes des sociétés qui le composent.

[372] BUISSON, Michel. *Op. cit.*, p.731.

C'est fort de tout cela que le *design* doit être considéré comme une filière créative, au sein de laquelle l'Afrique et le Burkina Faso doivent se faire entendre et défendre leur vision du beau et de l'utile.

B. Enjeux culturels et artistiques

Comme le rappelle Chab TOURÉ[373], les objets du quotidien occupent une grande place dans le mécanisme social de l'Afrique traditionnelle et moderne. Leur importance est aujourd'hui amplifiée par la marchandisation et l'uniformisation des produits et des modes de consommation. Au tournant des années 2000, quelques initiatives majeures ont marqué la filière *Design* avec, surtout, le projet *Design made in Africa*[374] . Entre la valorisation d'une tradition et l'expression de nouvelles formes d'innovation, le *design* en Afrique, et en particulier au Burkina Faso, témoigne d'une grande vitalité artistique. De plus en plus présents dans la vie quotidienne, aux frontières de l'art et de l'industrie, les objets de *design* trouvent désormais leur place dans les grandes manifestations internationales et artistiques, comme les salons européens et surtout la *Biennale de l'art africain contemporain de Dakar*. Des objets du Sud sont de plus en plus exposés dans des espaces (physiques et virtuels) de vente en Europe, et partout dans le monde.

Cependant, le challenge consiste encore à proposer des produits qui, compte tenu des réalités locales, puissent être reproductibles sur place. L'enjeu, c'est de donner un sens à l'héritage culturel par de nouvelles créations qui prennent, elles aussi, leurs racines dans le patrimoine. Plus que jamais, les œuvres des *designers* doivent exprimer l'image d'une Afrique qui crée et qui s'exprime par sa création.

Enfin, les changements techniques et technologiques ne vont pas sans conséquence sur la création et la consommation des produits du *design*. Les techniques sont sans cesse renouvelées et les clients plus exigeants que jamais. Les enjeux sont aussi de cet ordre : s'approprier les techniques d'ailleurs, tout en sauvegardant les savoir-faire ancestraux.

373 Lire TOURÉ, Chab. 2004. « L'Afrique et les objets ». In *Design made in Africa*, AFAA, 18-22. Paris, France: Jean-Michel Place.
374 BUISSON, Michel, *op. cit.*, p.731.

C. Enjeux économiques

Il est vrai que jusque-là, aucun chiffre ne montre l'importance du marché en question. Mais en considérant les chiffres de l'étude d'impact socioéconomique[375] nous pouvons réaliser l'importance relative de la filière *Design*. La filière crée de la valeur ajoutée, qui s'élèverait à 54 391 millions F CFA. Ce montant prend en compte tout le grand secteur des arts plastiques, artisanat d'art et ce que le ministère de la Culture est convenu d'appeler « *Arts appliqués* », dont relèverait le *design*.

Au regard du contexte du Burkina Faso, développer le *design* dans une perspective de filière serait une opportunité pour faciliter l'accès à l'emploi des jeunes et à la création de richesses. Un des designers, Ousseni DAO, interrogé sur la télévision nationale[376], affirmait sans hésitation que le *design* d'objets nourrit bien son homme et pourrait le faire davantage, si la filière était mieux organisée et structurée, avec à la clé une volonté politique d'en faire un outil de développement tout court.

II. Organisation et fonctionnement de la filière

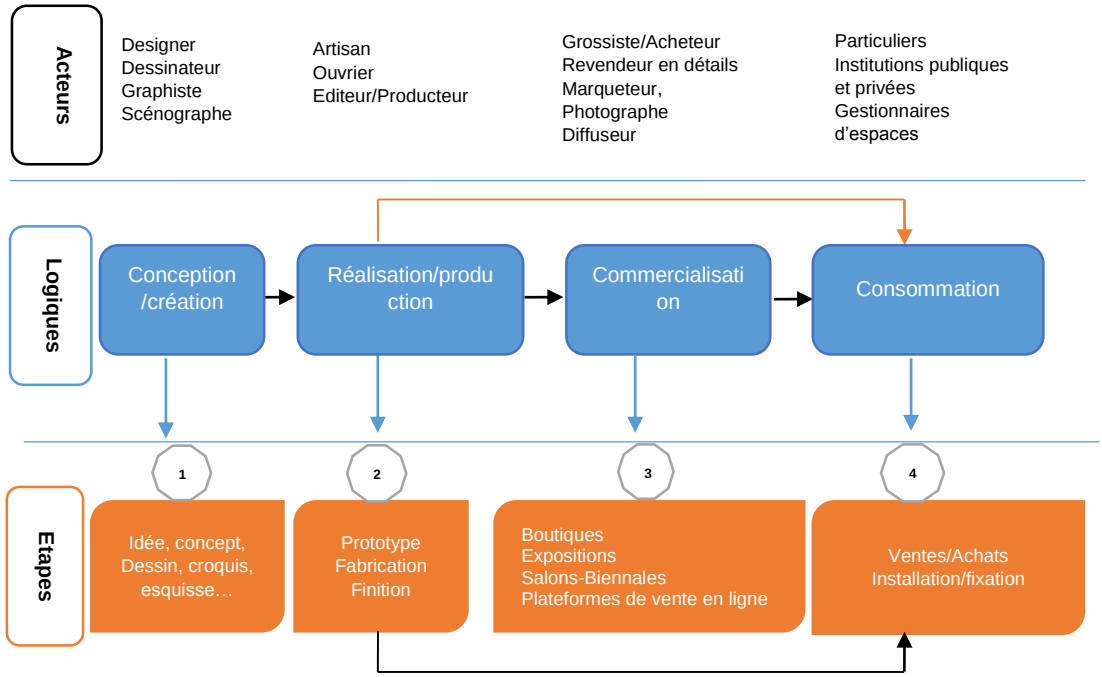
A. La chaine de valeur

La façon dont la filière *Design* est organisée au Burkina Faso peut surprendre, car elle n'obéit à aucune logique de marché. Elle est atypique. Son organisation ne suit pas les schémas classiques en vigueur dans certains pays occidentaux. La plupart des acteurs ayant appris le métier de *designer* sur le tas, avec un rapport particulier avec la matière, font de ces derniers, tantôt des artisans (et même ouvriers), tantôt des créateurs donc des designers. La chaine que nous allons exposer ci-après est formelle : dans la réalité, c'est vraiment une autre logique de production (que nous tenterons d'expliquer au fur et à mesure), dictée par la stratégie de survie des acteurs face à un marché local pénible à trouver et des débouchés internationaux concurrentiels et incertains.

[375] Ministère de la Culture et du Tourisme, MCT. « Etude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique ». Rapport final. Ouagadougou, Burkina Faso: Ministère de la Culture et du Tourisme, 2012.

[376] Reportage du dimanche 10 septembre 2017, édition de 13h.

Figure 19: La chaîne de valeur de la filière Design au Burkina Faso



Source : auteur, 2017

1. La conception/création

a. Les étapes de la création

C'est la phase durant laquelle le *designer* conçoit et schématise le produit dans ses formes, couleurs et matière. C'est la phase de l'idée. La conception d'un produit passe par un dessein, c'est-à-dire un projet, une intention, surtout dans la phase créative et d'analyse. Et comme certains *designers* l'ont dit, c'est la phase critique, souvent longue ou courte, tantôt pénible et tantôt hédonique. Cette phase est caractérisée par la liberté de création de l'artiste (même dans le cas d'une commande), où il est donné libre cours à l'imagination, à la singularité, à l'innovation, à la force créative.

Certains *designers* que nous avons rencontrés expliquent qu'ils passent par des dessins (croquis) sur papier pour donner forme à leur idée puis ils procèdent au choix de la matière avant de passer à la réalisation :

> *« Moi, je peux passer beaucoup de temps sur la conception. L'idée aussi peut naitre d'un coup sans que je n'aie des efforts particuliers à faire. Moi, j'ai toujours travaillé avec deux matières*

> *pour être capable de rebondir, au cas où un jour une des matières viendrait à manquer dans le pays ; c'est la ferraille et le bois ».*[377]

Par contre, d'autres *designers* ne passent pas par le dessin. Dès qu'ils « *reçoivent l'idée* », ils passent à la production et, comme par enchantement, arrivent à un produit sans qu'on ne sache d'où il est sorti. C'est le cas de Lucien Issiaka KIENOU. Dans sa démarche, la création est confondue à la réalisation du produit. C'est au fur et à mesure qu'il travaille qu'on voit l'œuvre apparaitre. Il travaille avec de la ferraille et du bois et crée ses œuvres autour des silhouettes. À le voir travailler, tout semble ordonné dans sa tête et les gestes qu'il pose sont parfaitement précis, jusqu'à nous frapper par le résultat. C'est pourquoi, comme certains le disent, nous pensons que l'acte de fabrication est aussi un acte créatif. Cela est particulièrement vrai dans le cas des artistes autodidactes et illettrés. Ne sachant ni écrire ni dessiner, certains d'entre eux semblent en effet développer des capacités supérieures, qui leur permettent de surpasser la difficulté de fixation de l'idée sur un support papier. Tel est le cas de KIENOU évoqué *supra* qui se saisit du fer à souder et construit son œuvre de façon méthodique, mais sans dispositions préalables. Les dimensions, les formes sont toutes dans sa tête. Avec beaucoup de talent, il parvient ainsi à réaliser ses œuvres.

Force est constater que la nouvelle génération s'investit dans un autre registre : celui du dessin et du graphisme assisté d'ordinateur (dessins en 2D et 3D).

Quels que soient la forme et le support du dessin, il est certain qu'après l'idée et le concept, le créateur, donc le *designer*, se construit une représentation, une esquisse du prototype, avant de lancer la production en série. Le dessin est un outil de pensée, quel que soit le support.

La phase de création peut mobiliser des dessinateurs, des graphistes, des scénographes…Mais pour le cas particulier du Burkina Faso, cette phase n'engage que le *designer* seul, qui cumule toutes ces fonctions.

La phase de création est sans doute la plus longue du processus, avec les étapes normalement nécessaires pour aboutir à un produit. En effet, certains *designers* (surtout dans un contexte de design industriel) passent du temps dans la prospection, qui leur permet de générer des idées ou plusieurs concepts. Cette étape permet de cerner l'ampleur d'un problème, d'une difficulté et imaginer une solution par le *design*. Cette étape préliminaire et prospective est le début d'un long

[377] Propos de Dao Inoussa, *designer* vivant à Ouagadougou, responsable du *Centre Lukaré*. Entretien du 14 septembre 2017 au sein de l'atelier de 15h à 17h10.

processus, qui peut aboutir à la production et reproduction d'un produit ou, carrément, à l'abandon de l'idée, du concept.

Quoique négligée dans le contexte burkinabè pour plusieurs raisons dont la plus plausible est le manque ou l'insuffisance de formation aux métiers du design, l'étape dite de « *recherche* » devrait permettre au *designer*, ou à l'entreprise pour laquelle il travaille, de cerner le produit ou le graphisme à concevoir dans son univers concurrentiel et explorer les prolongements techniques et fonctionnels du projet. Cette analyse conduit souvent le *designer* à procéder à des études complémentaires et à amasser de la documentation sur l'environnement du projet. Nous pouvons aisément comprendre le double intérêt de cette étape : établir un diagnostic du projet et définir un concept visuel ou créer un scénario ou une définition verbale et textuelle du projet.
Une fois le problème cerné par la phase de recherche, le *designer* peut utiliser toutes ses ressources, voire ses talents créatifs, pour concrétiser le concept. Si c'est une commande, cette étape, dite d'« *exploration* », pourrait proposer au client des formes possibles (des *roughs*) de la solution. Il s'agit donc d'une phase d'enrichissement de la création, qui permet d'aboutir, sur la base d'une analyse esthétique et de la fonction d'usage, à la sélection d'une ou deux pistes à développer. Cette phase est assez bien maitrisée par les *designers* que nous avons rencontrés :

> *« J'ai été au Bénin pour une commande d'un client. J'ai observé l'environnement du travail demandé et j'ai fait des photos en plus des mesures avant de revenir à Ouaga. Je suis sur le projet que je vais présenter au client en octobre et si c'est ok, je vais lancer la production ».*[378]

L'étape suivante, qui demande beaucoup de moyens, consiste à réaliser une maquette à taille réelle ou fonctionnelle. Caractérisant cette étape, le développement permet de vérifier les contraintes techniques d'assemblage du produit, de poids et de fonctionnement… Dans le cadre d'une commande, la maquette peut déjà servir de support de marketing.

b. La dynamique de la création des œuvres

Le rythme de création des œuvres varie d'un atelier de *design* à un autre et de la complexité, ou pas, d'une œuvre à une autre. Les créateurs que nous avons rencontrés attestent qu'ils peuvent facilement passer trois à six mois sur une seule œuvre. Mais quand le prototype est « *gagné* », les ouvriers sont capables d'en reproduire des dizaines par semaine ou par mois. Sur les dix dernières

[378] Dao Inoussa, entretien du 14 septembre 2017 au sein de l'atelier de 15h à 17h10.

années et sur la base des données du BBDA[379], le Burkina Faso a produit et déclaré environ 3 492 œuvres, comme l'indiquent les données du tableau ci-après. Le total peut apparaitre relativement faible mais comme on le sait, il n'est pas question des œuvres reproduites mais uniquement des œuvres originales, uniques.

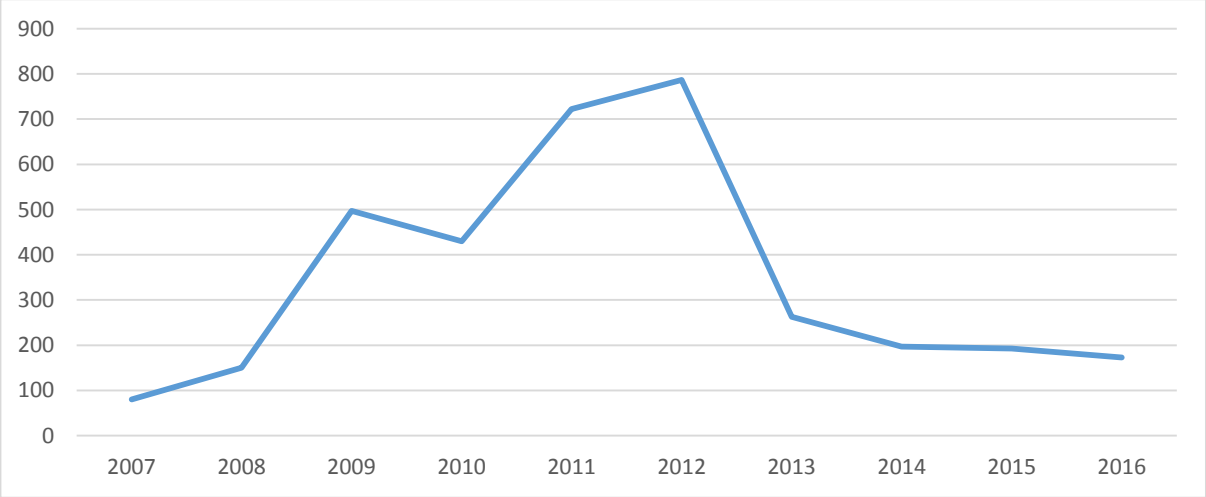
Tableau 142: Déclaration des œuvres arts graphiques et plastiques

Année	**2007**	**2008**	**2009**	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**Total**
Œuvres déclarées	80	150	497	430	722	787	263	197	193	173	**3492**

Source : BBDA, 2017

Nous pouvons nous rendre compte que sur les dix années écoulées, la production n'a pas été toujours croissante comme l'indique la courbe ci-dessous, compte tenu de plusieurs facteurs sociopolitiques et de la nature même du marché des produits du *design* et plus largement des produits de l'artisanat d'art. En effet, depuis la crise sociopolitique amorcée en 2013, la production ne fait que chuter après deux années exceptionnelles (2011 et 2012) en termes de production, comme l'indique toujours le graphique ci-dessous.

Graphique 59: Évolution des œuvres déclarées au BBDA



Source : Auteur, sur la base des données du BBDA, 2017

2. La phase de fabrication/production

C'est une phase où l'idée devient une réalité concrète, avec une transformation des matériaux sélectionnés (bois, fer, caoutchouc, etc.). Dans cette phase, nous pouvons identifier deux étapes :

[379] Toutes les données sur la filière *design* et émanant du BBDA sont à prendre avec précaution car en réalité, ce sont des données de la grande famille des *Arts graphiques et plastiques*. Et comme nous l'avions signalé dans l'introduction, il est apparaît nécessaire dans notre contexte de séparer les *designers* des sculpteurs, des artisans…

l'étape de fabrication et celle de finition et d'évaluation. Le *designer* travaille à la réalisation d'un prototype. Cette phase permet d'établir des documents d'exécution et un plan de projet, d'une part, puis de choisir les matières, le type de traitement et couleurs pour les différents éléments du produit, d'autre part. C'est une phase longue, impliquant des relais et qui se déroule en deux temps :

- une phase de contrôle technique de mise au point d'essais d'études de conformité aux normes, de tests d'usage de sécurité et de durabilité ;
- une phase de calcul ; c'est-à-dire de préparation des outillages de pré-série des programmes de production, puis d'évaluation des résultats des tests.

Le *designer* n'assure généralement qu'un suivi. Mais l'entreprise peut lui demander également de jouer le rôle de directeur artistique et donc de réaliser des illustrations, des prises de vues du produit et tout document de communication : dossier presse, choix des photographes. Mais dans le contexte burkinabè, les *designers* sont aussi des artisans :

> *« Moi, quand je ne touche pas la matière, je n'arrive pas à me reconnaitre dans le produit final. C'est bizarre mais il faut que je touche la matière, que je réalise moi-même pour estimer que je suis le créateur. C'est peut-être lié à mon parcours qui a commencé par la pratique. Tout mon apprentissage a été d'abord la fabrication et quand je suis devenu moi-même créateur, j'ai du mal à confier mon idée à quelqu'un d'autre pour la réaliser ».*[380]

Dans le cas du Burkina Faso, cette phase mobilise des artisans (en soudure, en sculpture, en couture, en tapisserie…) et des ouvriers pour la fabrication et pour les travaux de finition. La plupart des *designers* que nous avons rencontrés possèdent leur propre atelier de production.

3. La phase de commercialisation

La commercialisation des produits du *design* se fait à partir de deux logiques : la logique de l'offre et celle de la demande. Elle met en contact l'œuvre et l'utilisateur potentiel.

Si c'est le créateur qui est à l'origine du produit, la commercialisation se fait globalement à partir du réseau du *designer*. Cela peut passer par des relais (distributeurs) qui écoulent les produits, comme l'indique la figure n°19 ci-dessus.

380 DAO Inoussa, entretien du 14 septembre 2017 au sein de l'atelier de 15h à 17h10.

Mais si c'est une commande, le *designer* travaille et réalise le produit, selon un cahier des charges, pour le compte de l'entreprise ou du client direct.

Aujourd'hui, des plateformes de vente permettent au *designer* de vendre directement au consommateur final ou aux distributeurs de vendre *via* l'Internet.

Les biennales (comme celles de Dakar, de Ouagadougou, de Saint-Etienne…) constituent les lieux par excellence pour les *designers*, pour faire connaitre leurs produits et les vendre au plus grand nombre.

B. Acteurs principaux de la filière

1. Les designers

a. Des designers à l'effectif modeste

Leur nombre est insaisissable puisqu'ils sont nombreux, qui évoluent dans l'informel. En procédant à des recoupements avec les données de la DAS et de la DAPA, les *designers* seraient au nombre de neuf contre 58 sculpteurs. Cependant, notre enquête de terrain montre que les plus actifs sont au nombre de 3 sur les 9 officiels. Au regard des activités des sculpteurs, nous conservons la deuxième ligne du tableau pour faire une meilleure idée de ce que la population des *designers* peut être. Certains se déclarent auprès de l'autorité compétente pour une activité, alors que dans la pratique, ils en exercent deux. Certains, en plus d'être *designers*, sont ainsi parallèlement sculpteurs ou peintres.

Tableau 143: Évolution du nombre de designers et sculpteurs au Burkina Faso

Année	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Total
Designers	0	2	0	0	4	1	0	0	2	**9**
Sculpteurs	0	0	4	6	13	15	10	13	7	**58**

Source : Sur la base des données de l'annuaire statistique 2014.

b. Trois générations de designers certes, mais toujours en quête de notoriété

Les premiers acteurs de la filière sont les *designers*, dont la plupart sont passés par d'autres arts (sculpture, peinture), avant de trouver leur voie dans le *design*. A partir de notre enquête, nous sommes en mesure de classer les *designers* au Burkina Faso selon trois générations.

La première génération de *design* est celle des Hassane DAO, Alassane DRABO, Takité KAMBOU et Dramane CHERIF. Elle est partie des années 1994. Ces pionniers, qui ont combiné *design* et sculpture ont lancé la filière *Design* au Burkina Faso. Les productions dominantes de l'époque étaient celles de l'artisanat d'art.

La deuxième génération de *designers* est celle des années 2005/2006, qui a vu la consécration des *designers* comme Hamed OUATTARA, Ousseni DAO et Vincent BAILOU, Bertrand KOULDIATI.

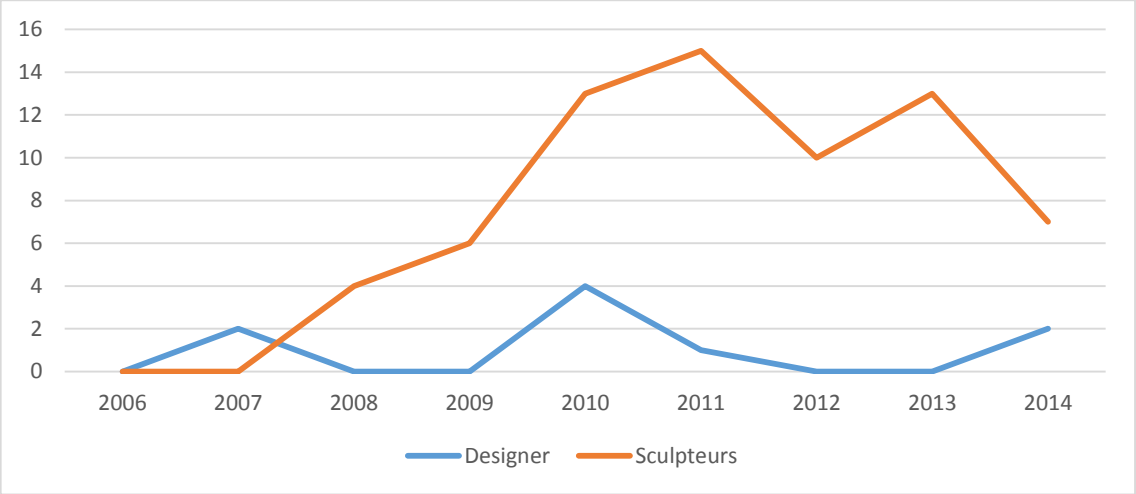
Cette deuxième génération constitue une cohorte numériquement plus forte que les noms cités mais, comme nous l'a confié Inoussa Dao :

> *« Beaucoup d'entre nous ont abandonné le design pour la sculpture. Ce n'est pas facile. Le design est un art qui demande beaucoup de patience et de courage. Il y a des moments, il faut continuer à produire même si tu n'as pas de clients…Donc il faut pouvoir tenir financièrement. C'est ce qui a découragé certains, qui se sont reconvertis en sculpteurs où les produits s'achètent relativement plus vite ».*[381]

La troisième génération de *designers* est le fruit des centres de formation et des ateliers de partage avec les deux précédentes générations. Elle émerge depuis 2012 et est toujours en cours de constitution.

Les générations se constituent avec un seul indicateur : l'ouverture d'un atelier de production avec des ouvriers ou apprentis.

Graphique 60: Évolution du nombre de designers et de sculpteurs



Source : Auteur, sur la base des données de l'annuaire statistique 2014

2. Les centres de formation

Les espaces d'apprentissage du design en tant que métier, sont des espaces souvent informels et associatifs. Il n'existe pas encore une école des beaux-arts. Les initiatives sont presque toutes du privé.

[381] DAO Inoussa, entretien du 14 septembre 2017 au sein de l'atelier de 15h à 17h10.

Le *centre Lukaré*, situé à Ouagadougou est l'un des centres les plus anciens dans la formation pratique. Il a été créé dans les années 2005 par Hassane DAO, *designer* burkinabè qui vit maintenant aux USA. Le Centre procède par recrutement informel d'apprentis qui souhaitent apprendre le métier. Aucun niveau d'études n'est exigé et il n'y a pas de conditions particulières pour y accéder.

Le *centre Napambeogo*, spécialisé plutôt dans la peinture, la sculpture, conduit des ateliers lors d'événements comme les festivals et les activités de vacances à l'endroit des enfants.

Hangar 11, est un espace qui se développe beaucoup plus dans la sculpture et organise de temps en temps des ateliers de formation pour des jeunes artistes.

Le CNAA, le *Centre national d'artisanat d'art* est un établissement public qui fait de la formation professionnelle pour des métiers comme la sculpture, le batik. Il relève de la *Direction générale de la formation et de la recherche* du ministère de la Culture, des Arts et du Tourisme et a pour mission la mise en œuvre de la politique nationale en matière de formation dans les domaines de la culture et du tourisme.

3. Les associations et faitières

La Fédération de la filière des *Arts plastiques et appliqués* est née sous l'impulsion du programme ARPIC. Elle regroupe les associations et structures privées du domaine des arts, dont le *design*. Tout comme les autres structures faitières créées dans la même dynamique, la FEFAPA rencontre des problèmes de fonctionnement en termes de moyens et de gouvernance. Sous l'impulsion des acteurs des arts plastiques et appliqués, le gouvernement a voté un texte qui consacre l'obligation, désormais, de prévoir 1 % du budget de construction des établissements publics, à l'acquisition d'œuvres d'art. Une première opération a eu lieu en 2016, avec un budget d'environ 250 millions de francs CFA, pour l'acquisition d'œuvres d'art plastique, notamment pour la décoration des édifices publics.

4. Les institutions publiques

Le ministère de la Culture, des Arts et du Tourisme est, sur le plan institutionnel, le principal acteur dans la filière *design*. À travers la *Direction générale des arts* qui a pour mission la mise en œuvre de la politique nationale de la culture dans son volet des arts plastiques, des arts appliqués et des arts de la scène, les acteurs de la filière interagissent.

Notre enquête de terrain a révélé que l'institution témoigne d'une faible connaissance de la filière *Design* et la confond, tantôt avec l'artisanat d'art, tantôt avec ce qu'elle appelle « *arts appliqués* ». Les artistes ont d'ailleurs toujours été contre ces appellations, qui ne favoriseraient guère l'émergence des filières.

5. Les organisateurs d'événements culturels nationaux

- *La Semaine nationale de la culture, les grands prix nationaux*

Tous les deux ans, l'organisation de la *Semaine nationale de la culture* présente aux yeux des *designers* une occasion d'affaires. En plus de servir de vitrine pour la présentation des œuvres, cette *Semaine nationale* récompense les artistes *designers*, sculpteurs et autres métiers des arts plastiques, à travers les *Grands prix nationaux*. C'est donc l'un des rendez-vous attendus par les *designers*.

- *Le Salon international de l'artisanat de Ouagadougou*

Le SIAO, l'une des grandes et principales vitrines du *design*, a permis de révéler au monde entier des talents burkinabè. C'est cette biennale qui avait consacré par un preier prix, Inoussa DAO, alors jeunes designers[382]. Depuis lors, ce prix a lancé la carrière de ce *designer*, quand on prend en compte les formations dont il a bénéficié par la suite et ses participations à d'autres biennales à travers le monde. Le *Salon international de l'artisanat de Ouagadougou* se tient tous les deux ans sur un site définitif. La 14^{e} édition s'est tenue du 28 octobre au 6 novembre 2016, sur le thème : « *Artisanat africain, entrepreneuriat féminin et protection sociale* ».

L'idée de création du SIAO est née de la volonté des autorités politiques burkinabè, qui se sont rendu compte que l'artisanat contribuait fortement à la croissance des économies africaines, au même titre que l'agriculture. Débuté par une exposition-vente des produits artisanaux en 1984, le Salon a été institué en 1990 avec la participation d'une trentaine de pays africains. Pour une

382 Inoussa DAO se passionne pour la création de mobiliers et les objets de décoration. Outre le bois et le fer, Inoussa DAO détourne les objets insolites du quotidien. Il travaille ainsi avec roues, casseroles et autres déchets récupérés, auxquels il donne une nouvelle âme dans la création de ses meubles. C'est à 18 ans, après avoir interrompu ses études secondaires, qu'il fait ses premiers pas dans le *design* à la *Fondation Olorun*, dans la capitale burkinabè. Son apprentissage est basé sur l'observation et l'imitation. Il apprend très vite les techniques de la soudure et de la transformation des matériaux. En 2003, il fait sa première exposition collective. Depuis, ses œuvres sont présentées régulièrement à travers le monde. En 2006, il obtient le 1er Prix à la 10ème édition du SIAO (*Salon International de l'artisanat de Ouagadougou*) et perçoit une bourse d'étude à l'ENSCI (École nationale supérieure de création industrielle) à Paris. Ce séjour de 6 mois dans la capitale française lui permet, sous la direction de son formateur Didier GUGOLE, d'améliorer sa technique et de développer son talent.

meilleure gestion de l'évènement, les autorités nationales l'ont doté d'une structure administrative. Depuis son institution, le Salon se tient régulièrement tous les deux ans.

III. L'économie et le marché de la filière *Design*

A. L'économie du *design*

1. Création de richesses et contribution au PIB

Globalement, le secteur des arts est le premier secteur de création de richesses au Burkina Faso. De ce fait, la filière participe à hauteur de 1,38 % au PIB pour la période 2009 :

> *« En effet, la première filière, celle de l'art plastique, appliqué et artisanat d'art apparaît la plus étendue en termes de métiers et la plus visible en termes de présence économique. Ensuite, cette filière est relativement ouverte en termes de capitaux nécessaires pour y entrer »*[383].

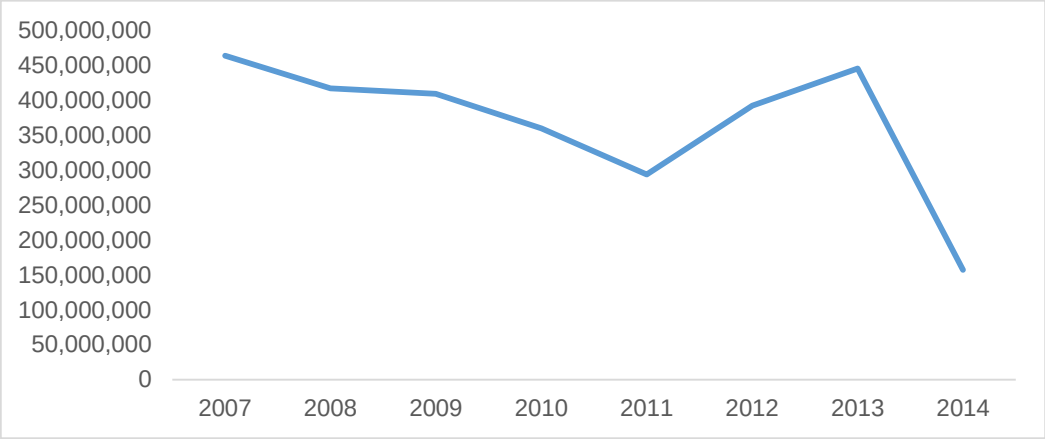
Tableau 144: Contribution de la culture au PIB

Filières culturelles	**Valeur ajoutée (en millions de F CFA)**	**Poids (en % du PIB)**
Arts plastique, art appliqué et artisanat d'art	54 391	1,38
Valeur Ajoutée du secteur culturel	79 667	2,02
PIB (2009)	3 941 000	100,00

Source : Étude d'impact, 2012.

La valeur des objets ou biens culturels exportés à destination de l'Afrique et de l'Europe montre, entre 2007 et 2014, une valeur estimée à 2 934 740 000 F CFA

Graphique 61: Évolution de la valeur des objets exportés



Source : Auteur, sur la base des données de l'annuaire statistique 2014

[383] Ministère de la Culture et du Tourisme. « Etude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique ». Rapport final. Ouagadougou, Burkina Faso: Ministère de la Culture et du Tourisme, 2012.

2. Création d'emplois

Parallèlement, en termes d'emplois, le secteur a créé en 2009 environ 127 829 emplois, ce qui représente 1,38 % de la population active et près de 78 % des emplois culturels au Burkina Faso, comme nous pouvons le constater dans le tableau ci-dessous.

Tableau 145: État de la contribution des arts graphiques et appliqués à la création d'emplois

Filières culturelles	Nombre d'emplois	Poids (en % de la population active PIB)
Arts plastique, art appliqué et artisanat d'art	127 829	1,38
Nombre d'emplois du secteur de la culture	164 592	1,78

Source : Etude des impacts.

B. Les marchés des produits du design

1. La nature des produits

Le *design made in Burkina* existe-t-il ? Qu'est-ce qui fait la particularité des *designers* burkinabè ? Y-a-t-il un *effet signature,* lié aux produits burkinabè et qui les fait traverser les frontières avec aisance? Qui sont les clients des produits du *design* burkinabè ? Ce sont là autant de questions que nous nous sommes posés, même si, dans le cadre de ce travail, nous ne sommes pas parvenu à en obtenir toutes les réponses.

Notre enquête de terrain a montré par l'observation et les entretiens que le travail des créateurs est orienté vers ce qu'il convient d'appeler le « *design d'objets* »[384], qui concerne le cadre de vie pour prendre en compte le mobilier, les objets d'intérieur, les ustensiles. De plus en plus, nous enregistrons des pratiques dans l'espace urbain ou dans les lieux recevant du public, qui prennent en compte la scénographie de plateau, le mobilier urbain, le paysage…

Les principaux produits sont alors le reflet des tendances actuelles en Afrique de l'Ouest ; les trois ou quatre principaux *designers* pratiquent la récupération d'objets ; ils détournent les objets insolites du quotidien et travaillent ainsi avec des matériaux comme des roues, des casseroles, des pneus, des boites et autres déchets récupérés, auxquels ils donnent une nouvelle âme dans la création des meubles.

384 Cf. HOUNDÉGLA, Franck. 2007. « Une économie du design en Afrique ? » In *Les cultures africaines sont-elles à vendre? Richesses artistiques et développement économique*, 248. Paris, France: L'Harmattan.

Le marché des produits du *design* est composite. Il se partage entre le marché local et le marché international. L' équilibre entre une offre et la demande constitue la régulation naturelle du marché des produits du *design.*

Illustration 16: Confection d'un objet design dans le studio Hamed OUATTARA

2. Le marché local

a. Le marché de la consommation

La consommation est l'ultime étape, qui voit l'œuvre du *designer* dans ses multiples fonctions, y compris la relation virtuelle avec l'utilisateur final. La consommation est beaucoup plus utilitaire que virtuelle. Ce sont des objets à la frontière de l'artisanat d'art.

– *La perception des consommateurs*

Notre enquête de terrain nous montre que les consommateurs apprécient plutôt bien la qualité des produits du *design* au Burkina Faso. En effet, comme l'indique le tableau ci-dessous, 37,4 % des enquêtés estiment que les produits sont « *d'assez bonne qualité* », 47,30 % de « *bonne qualité* » et seulement 1,5 % et 0,2 % estiment, respectivement, que les produits sont de *« mauvaise »* et de *« très mauvaise qualité »*.

Cette image positive est fondamentale, on le sait bien, pour conquérir le marché local.

Tableau 146: Les enquêtés selon leur appréciation de la qualité de l'œuvre d'art & design au Burkina

Œuvre d'art & *design*	**Effectif**	**Fréquence**
Très mauvaise qualité	1	0,20 %
Mauvaise qualité	6	1,50 %
Assez bonne qualité	151	37,40 %
Bonne qualité	191	47,30 %
Très bonne qualité	55	13,60 %
TOTAL	**404**	**100 %**

Source : notre enquête de terrain, 2017

Par contre, nos enquêtes ont montré que les prix des objets constituent le frein majeur. Le tableau ci-dessous montre que 44,6 % et 28,5 % estiment respectivement que les produits du *design* sont « *chers* » et « *très chers* » contre seulement 2,2 % qui les considèrent comme « *moins chers* ».

Tableau 147: Les enquêtés selon leur appréciation sur le cout des œuvres d'art & design au Burkina

Appréciation prix de l'œuvre d'art	Effectif	Fréquence
Très chers	115	28,50 %
Chers	180	**44,60 %**
Abordables	100	24,80 %
Moins chers	9	2,20 %
TOTAL	**404**	**100 %**

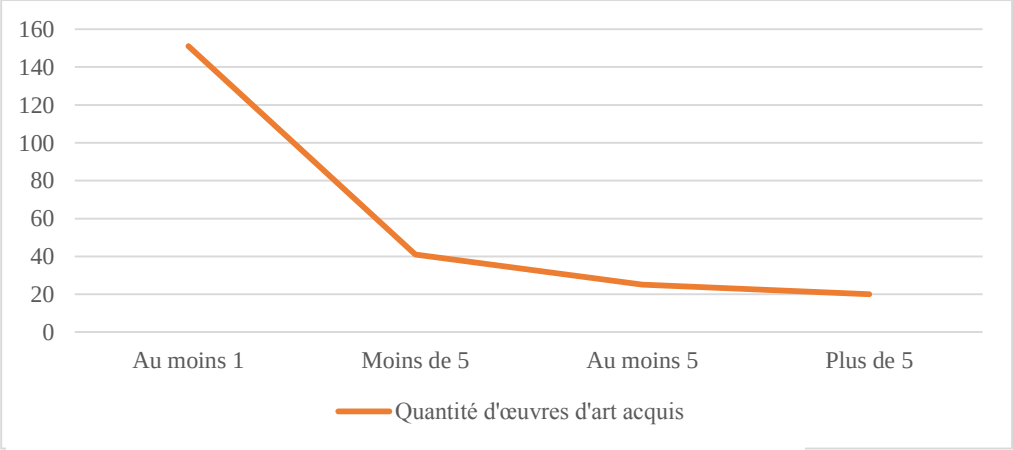
Source : notre enquête de terrain, 2017

Notre entretien avec le *designer* DAO nous a permis d'avoir une idée sur l'intervalle des prix appliqués à ses œuvres. *« Ici on peut trouver des œuvres allant de 7 500 à 700 000 F CFA. Je n'ai jamais vendu plus que ça ».*

Le même souci s'observe pour les autres produits du type (peinture, sculpture…) dont les prix tirent vers le million de francs CFA. Ces prix excluent une bonne partie des consommateurs burkinabè, qui sont frappés par la pauvreté et dont le souci premier est de satisfaire les besoins primaires (se nourrir, se loger, se soigner, se déplacer, s'instruire…).

On peut donc comprendre l'allure de la courbe ci-après, relative au niveau d'acquisition d'œuvres d'art au Burkina Faso.

Graphique 62: Répartition des enquêtés selon la quantité œuvres d'art & design acquise par an



Source : Auteur, sur la base des données de l'annuaire statistique 2014

En effet, les données collectées montrent que 63,7 % des acheteurs ont acquis entre zéro et une œuvre au cours d'une année et 17,3 % moins de cinq œuvres sur un an. Ces chiffres confirment la perception des enquêtés sur la cherté des produits du *design* au Burkina Faso.

Pour le marché local, il est essentiellement fait référence aux espaces comme les hôtels, les banques, les bâtiments publics et certaines institutions privées.

> *« Moi quand je vois une entreprise qui pose la fondation d'un immeuble comme un hôtel, je rassemble mes papiers et je me présente sur le chantier pour proposer mes services. Si ça marche, tant mieux si ça ne marche pas aussi, tant pis »*[385]

Les *designers* se transforment le plus souvent en agent commercial ou en administrateur culturel, pour conquérir eux-mêmes le marché local, comme le confirme DAO dans l'entretien qu'il nous a accordé :

> *« Je dépose un peu partout mes œuvres pour espérer des marchés avec les ambassades, les consulats et autres résidences de luxe ».* [386]

Face à l'étroitesse du marché national, les acteurs ont développé des initiatives diverses pour continuer à produire et à exister. Faute de moyens pour disposer de *showroom* adaptés, les ateliers sont en même temps des espaces d'exposition des œuvres produites. Mais les plus grandes vitrines convoitées sont les expositions temporaires, les biennales et les boutiques de professionnels. Les *designers* alors vont de biennale en biennale et de salon en salon pour vendre leurs produits. En plus de ces initiatives, presque tous utilisent des réseaux sociaux pour susciter la demande.

Illustration 17: La promotion des produits du design via *les réseaux sociaux*

[385] DAO Inoussa, entretien du 14 septembre 2017 au sein de l'atelier de 15h à 17h10.

[386] DAO Inoussa, entretien du 14 septembre 2017 au sein de l'atelier de 15h à 17h10.

b. Le marché de la commande publique

Le parlement burkinabè a voté un texte qui permet à chaque fois qu'un édifice public est érigé, qu'un pour cent de son cout soit consacré à l'achat d'œuvres de créateurs burkinabè. Si cette disposition venait à se pérenniser, elle permettrait de lancer le marché local public, jusque-là dominé par les produits importés (de Dubaï ou de Chine).

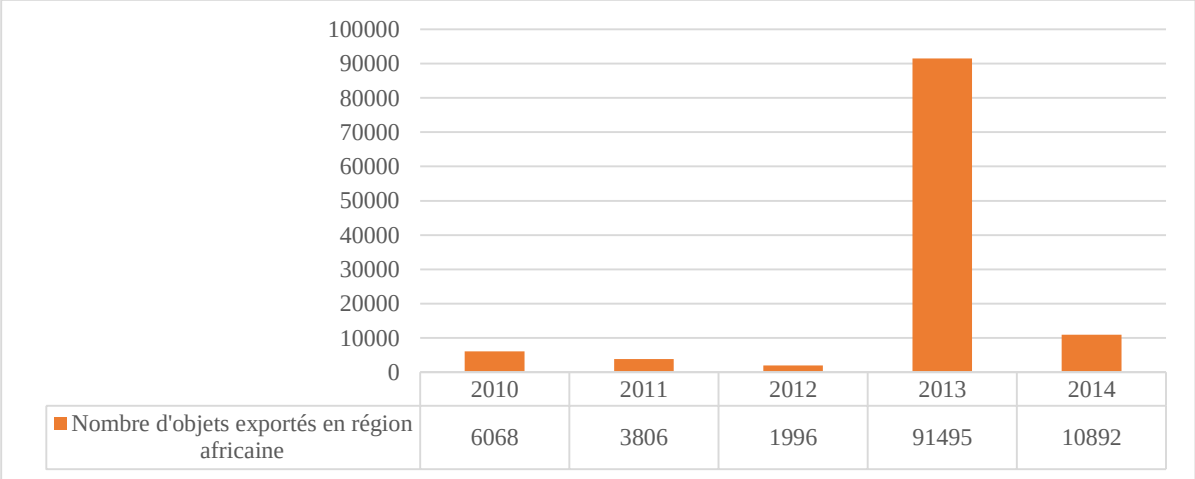
La dernière opération d'achat a été lancée en 2014-2015 et concrétisée en 2016-2017. Là encore, un problème de gouvernance s'est posé dans la sélection des œuvres et des créateurs. Des artistes accusent l'administration en charge de ce dossier (la DAPA à l'époque) de favoritisme et de copinage. Il y a eu du laxisme dans la gestion du fonds qui, pour la première fois, s'élevait à 250 millions de francs CFA.

c. Le marché sous régional

La sous-région ouest-africaine et, plus largement, le continent africain constituent un marché en construction, qu'il faut prendre en compte. Dans les entetiens accordés, certains *designers* évoquent qu'ils obtiennent souvent des marchés dans les pays comme le Bénin, la Côte d'Ivoire, le Sénégal. Puisque l'Afrique de l'Ouest est en chantier, la demande en produits de luxe pour les hôtels et les espaces publics se fait sentir de plus en plus.

La part des produits exportés vers l'espace régional est plus ou moins constante, avec des années de pic, comme celles qui coïncident à l'organisation du *Salon international de l'Artisanat de Ouagadougou* ou qui viennent immédiatement après, comme l'indique la courbe ci-dessous.

Graphique 63: Nombre d'objets exportés en région africaine



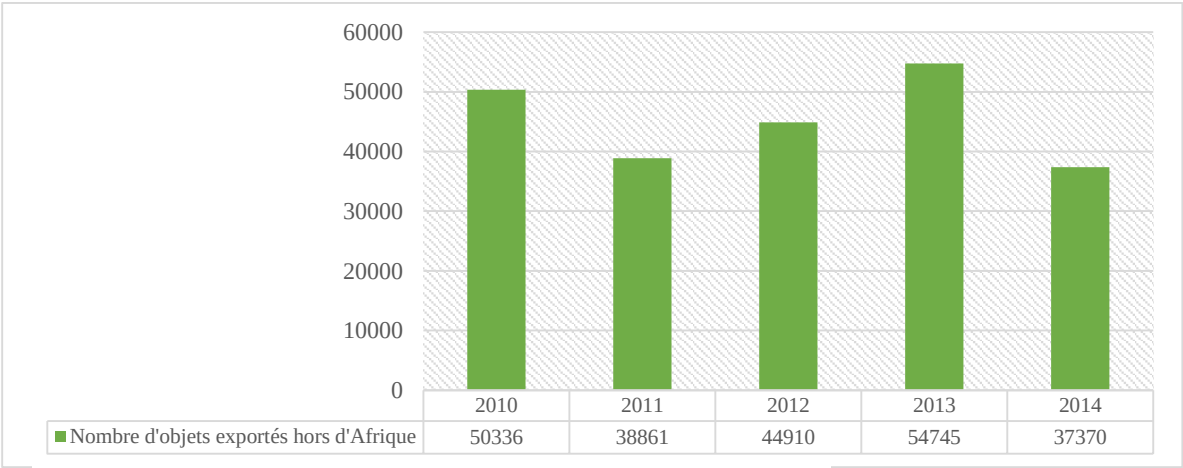
Source : Auteur, sur la base des données de l'annuaire statistique 2014

Sur la période allant de 2010 à 2014, le pays a exporté plus de 114 257 objets vers le reste de l'Afrique. Certes, il s'agit d'un volume faible, comme nous pouvons le constater, mais ces chiffres montrent que le marché existe tout de même. Les destinations sont, entre autres, le Bénin, la Côte d'Ivoire, le Niger, le Togo, le Mali, le Ghana, le Nigéria, mais aussi l'Afrique du Sud, le Maroc.

d. Le marché international

Le marché international est orienté vers les pays comme la France, l'Allemagne, l'Italie, la Russie, la Belgique, la Suisse, le Danemark… L'enquête a montré que les produits sont aussi écoulés principalement vers les pays comme les États-Unis, le Canada, le Japon et la Chine.

Graphique 64: Évolution du nombre d'objets exportés hors d'Afrique



Source : Auteur, sur la base des données de l'annuaire statistique 2014

Dans la période allant de 2010 à 2014, ce sont au total quelque 226 222 objets qui ont été écoulés en Europe, Amérique et Asie.

En plus des ventes directes ou des achats par des grossistes, le marché occidental et africain s'organise autour des expositions-ventes, des galeries, des biennales, comme celles de Lyon et de Saint-Etienne.

Aux dires des *designers* et au regard des volumes d'exportation, c'est beaucoup plus le marché extérieur qui est le principal marché. Cette réalité est exprimée dans les propos d'un *designer* vivant à Ouagadougou :

> *« Ici les gens aiment tout ce qui vient de l'extérieur. Les gens ont un complexe qu'on n'explique pas. Ils sont capables de prendre 300 mille pour s'acheter une table ou des fauteuils pour leur*

bureau et incapables de prendre ces objets avec nous. Ils ont envie de dire que leurs meubles viennent de là-bas et non pas d'ici. Ça, c'est dommage ».[387]

En somme, jusque-là, aucun chiffre n'a traduit réellement toute l'importance du marché en question. Les entretiens avec quelques *designers* montrent que l'essentiel du marché est tourné vers l'extérieur et, dans le cas du marché local, vers les expatriés et quelques élites nationales.

IV. Forces et faiblesses de la filière *Design*

A. Les forces et les opportunités offertes à la filière

- La créativité des *designer*s burkinabè

La dynamique actuelle, qui caractérise la filière *Design* et qui permet aux *designers* burkinabè d'aller titiller ceux du reste du monde, est consécutive de sa force créatrice au tournant des années 2000. Les œuvres de certains *designers,* comme Vincent, Hamed et Ousseni…, traversent les frontières nationales.

« Je vous dis aujourd'hui : *quand tu fais les boutiques d'objets en Europe, sur trois produits, tu trouveras un objet du Burkina Faso. Nous sommes beaucoup plus courtisés à l'extérieur qu'à l'intérieur du pays. Or, si nous décidons de nous installer en Europe, c'est en même temps la mort de la filière ».*[388]

- *L'organisation régulière d'événements culturels offrant un espace de visibilité*

Le Burkina Faso est réputé pour ses mille et un événements culturels organisés chaque année. Le fait d'organiser de façon régulière le *Salon international de l'artisanat de Ouagadougou*, constitue pour les *designers* burkinabè une véritable opportunité d'affaires et de création. En plus de cet événement, le *Village artisanal de Ouagadougou* est une vitrine permanente pour l'exposition et la vente de produits ou objets *made in Burkina Faso*. À côté de ces événements et structures qui existent et qui font la promotion des produits, l'organisation d'événements culturels offre, bien entendu, autant d'opportunités de vente et de promotion des objets de *designers* burkinabè. Tel est le cas de la *Semaine nationale de la culture* (qui octroie d'ailleurs un prix national), du *Festival panafricain du cinéma et de la télévision de Ouagadougou* et de bien d'autres événements à travers les régions administratives du Burkina Faso.

387 Dao Inoussa, entretien du 14 septembre 2017 au sein de l'atelier de 15h à 17h10.
388 Dao Inoussa, entretien du 14 septembre 2017 au sein de l'atelier de 15h à 17h10.

- L'environnement juridique et institutionnel

La liberté de création est consacrée par la Constitution du Burkina Faso. Jusque-là, les créateurs n'ont pas fait l'objet de censure sur leurs œuvres. La liberté d'expression est garantie. Mais l'autocensure est quasi-présente. Elle est régulée sur des bases religieuses et culturelles.

En outre, la présence d'un ministère plein de la Culture contribue à assainir le secteur et à organiser les acteurs autour de politiques culturelles. Nous rappellons l'effort consenti par l'État burkinabè pour dégager un certain volume d'argent à l'acquisition d'œuvres plastiques. Même si les questions de nomenclature des métiers de la filière ne sont pas clairement tranchées, la dynamique actuelle des acteurs laisse entrevoir des lendemains plus éclaircis.

- L'environnement structurel et organisationnel

Quoiqu'imparfaite, l'organisation actuelle des acteurs donne l'opportunité aux créateurs et tous les autres acteurs de la chaine de production de défendre leurs intérêts et d'harmoniser leurs points de vue sur les questions partagées. La faitière qui existe a pu revendiquer et obtenir l'adoption de textes pour contraindre l'État à prélever 1 % des budgets de construction de lieux publics à l'acquisition d'objets *made in Burkina Faso*. Il faut maintenant travailler à résoudre les problèmes de *leadership* et la crise de confiance qui existe et persiste entre anciens et jeunes créateurs de la filière.

- La constitution d'une classe moyenne

Cela parait surprenant d'évoquer la question de la classe moyenne mais pour un pays comme le Burkina Faso, tout est prioritaire : se nourrir, se soigner, aller à l'école deviennent dès lors la priorité des priorités. On comprend aisément que l'accès aux produits de *design* est loin des priorités du burkinabè *lambda*. Mais de plus en plus, avec les efforts économiques constatés et surtout avec l'influence de la diaspora qui investit de plus en plus au pays, le marché local s'agrandit de façon empirique, avec la constitution progressive d'une classe moyenne.

B. Les faiblesses et les menaces actuelles de la filière

- La professionnalisation et l'équipement technique

À l'inverse de l'Europe, le métier de *designer* n'est pas reconnu, ni suffisamment connu en Afrique. Les maillons de la chaine de production sont incomplets par endroits et souvent inexistants. Or, l'existence du *design* est rendue possible grâce à la rencontre des acteurs comme le créateur, l'éditeur, le distributeur. Les conditions de production sont difficiles et rendent les

*designer*s du Burkina Faso non compétitifs sur le plan de la production industrielle des objets. Certains pensent qu'ils ont fait des bonds en termes d'équipement mais force est de reconnaitre que l'équipement technique est encore une difficulté majeure, tant pour le créateur que pour l'éditeur (fabricant) des objets.

La spécialisation est encore absente dans l'acte de production des objets. Le créateur cumule toutes les fonctions et de ce fait, pèche souvent dans la finition des produits. La précarité des entreprises et l'absence de spécialistes expliquent le cumul des fonctions.

De sa conception à sa consommation, l'objet est confronté à une série d'obstacles. D'abord, se présente la question cruciale de la formation. Le Burkina Faso n'offre pas d'école officielle de formation en *design*. Les initiatives qui existent en ce sens sont informelles et manquent de reconnaissance. Ensuite, les préjugés jouent, qui font le lien entre *design* et élite bourgeoise. Ce qui pénalise les efforts de conquête d'un marché national et la reconnaissance des créateurs. De ce fait, les capacités de production des entreprises sont faibles. En cas de forte commande, certains auront de la peine à l'honorer dans les délais. Parfois, la qualité des produits, surtout au niveau de la finition, laisse à désirer.

- L'organisation des acteurs

Actuellement, l'organisation des *designers* n'est pas assez aboutie. On les assimile aux arts plastiques, sans efforts de compréhension des particularités de la filière. Ainsi, la faiblesse organisationnelle des acteurs constitue un important goulot d'étranglement. Une bonne organisation leur aurait permis d'avoir une meilleure visibilité sur le plan international et d'avoir accès à cet important marché. Une organisation aurait permis de conjuguer les efforts pour résoudre les questions de matériel technique de production ou encore celles liées à la formation.

- L'étroitesse du marché local

L'étroitesse du marché national n'est pas le facteur le moins bloquant. Les publics voient dans le *design* un art réservé aux expatriés et aux classes sociales riches. L'État pourrait contribuer à atténuer ce mauvais procès contre les produits de *design* et les *designers*, en faisant voter, annuellement, un budget pour la décoration des espaces publics, tout en contribuant, à chaque fois que l'occasion se présente, à une meilleure visibilité du *design made in Burkina*. Parallèlement encore, il est aussi possible de travailler à changer les mentalités, à commencer par les plus hautes autorités qui pourraient alors donner l'exemple en équipant leur bureau ou leur résidence par des objets de *design* faits au Burkina Faso.

- L'insuffisance de formation

Les cadres d'apprentissage, voire de formation continue, sont quasiment inexistants. Quand ils existent, ils évoluent dans l'informel et les parcours ne sont pas reconnus. Une école des beaux-arts au Burkina est ce qui fait défaut pour encourager les acteurs à la professionnalisation et, par ricochet, créer des emplois. Cette analyse de la situation est partagée avec les *designers* que nous avons rencontrés :

> *« Nous quand on arrive à une biennale ou une exposition, on nous demande souvent* : *Ousseni, tu as fait quelle école ? Tu es là tout gêné malgré la qualité de ton travail. Ceux du Sénégal, du Mali sont à l'aise… ».*[389]

Il serait donc bien de disposer d'une école, d'un institut qui formerait les artistes, lesquels pourraient, par la suite, créer à leur tour des ateliers ou encore enseigner dans les écoles.

En conclusion à cette section, nous pouvons dire que la filière *Design* est certes, embryonnaire dans sa structuration et organisation actuelle mais elle reste un secteur marqué par la vitalité créatrice et l'engagement de la poignée d'acteurs qui travaillent à faire connaitre celui-ci au public local et à trouver des débouchés pour l'écoulement des produits. Encore aujourd'hui, le *design* est associé à la notion d'élite et a de la peine à se faire adopter par les consommateurs locaux.

L'appréhension d'une économie du *design* en tant que champ neuf est plus que nécessaire. Pour cela, il faudra travailler en mettant à contribution l'ensemble des acteurs, y compris les entreprises de fret aérien et terrestre et permettre ainsi de saisir un tant soit peu, l'importance économique du *design* pour le Burkina Faso.

La triple question de la production, de la diffusion et de la commercialisation des œuvres est également à considérer, si tant est que la question de la consommation demeure une préoccupation totale. En effet, le rythme et la qualité de production des objets demandés ne sont pas toujours maitrisés par les ateliers de production, faute d'une bonne organisation de l'entreprise et des moyens dont cette dernière dispose. La valeur médiatique des œuvres est insignifiante. Il n'existe pas de presse spécialisée dans le *design*, ni de catalogues sur le plan national, qui pourraient aider à faire image sur l'ensemble de la production nationale.

[389] DAO Inoussa, entretien du 14 septembre 2017 au sein de l'atelier, de 15h à 17h10.

Entre la valorisation d'une tradition et l'expression de nouvelles formes d'innovation, le *design* en Afrique témoigne cependant d'une très grande vitalité. De plus en plus présents dans la vie quotidienne, aux frontières de l'art et de l'industrie, les objets de *design* trouvent désormais leur place dans les grandes manifestations internationales et artistiques comme les salons européens et la *Biennale de l'art africain contemporain de Dakar*. Mais le challenge consiste encore à proposer des produits qui, compte tenu des réalités locales, puissent être reproductibles sur place.

L'organisation actuelle des *designers* fait que beaucoup, sinon tous, manquent de spécialisation et donc cumulent plusieurs fonctions. Ils sont, tantôt des prestataires de services, tantôt les producteurs, tantôt les commerçants de leurs propres œuvres. Pour tirer le meilleur profit de cette filière qui porte en elle un réel potentiel, il faut travailler à résoudre toutes les questions liées à la formation, au financement et à l'équipement d'une part et travailler à organiser les acteurs et à créer un environnement règlementaire et institutionnel favorable, d'autre part.

La filière *Mode* et *Textile*

Tout comme le *design*, la filière *Mode* et *Textile* se présentre en industries créatives, capables de créer des emplois et des richesses. Malgré les prophéties annonciatrices de sa mort, motivées par l'arrivée du prêt-à-porter à moindre cout venant des pays comme la Chine, la mode, en particulier, constitue un secteur qui résiste bien aux influences. Victoria L. ROVINE en parle ainsi :

> *« L'Afrique possède une culture de la mode extrêmement riche et évolutive. La production locale, bien qu'essentiellement artisanale, y est souvent créative et dynamique. Au plan mondial, le continent apparait comme une source d'inspiration croissante pour les grands couturiers. Paradoxalement, les stylistes africains peinent à s'imposer sur ce marché ».*[390]

Pour survivre face à la concurrence, les acteurs ont développé des initiatives et des produits qui leur ont permis de conquérir un marché local non négligeable. Ils ont par ailleurs influencé les politiques publiques en matière de textile, en remettant au gout du jour le pagne tissé local dénommé le *Faso Dan Fani*.

Malgré son potentiel, la filière reste encore assez artisanale et incapable de faire face aux géants de la mode, faute d'équipements de qualité, de fonds d'investissement et d'ouvriers qualifiés, entre autres. C'est face à ces défis que ces dix dernières années ont beaucoup vu le développement d'initiatives d'acteurs privés, accompagnés par l'État central, ainsi que des partenaires au développement pour la valorisation du métier de styliste-modéliste et le replacement du coton burkinabè au cœur de la politique de la filière *Mode et Textile*.

En effet, les couturiers ont de la peine à comprendre que le Burkina Faso avait été, pendant longtemps, le premier pays producteur de coton et que son industrie textile soit, aujourd'hui, moribonde. La seule initiative qui avait lancé la filière après les indépendances fut l'ouverture de l'usine *Faso Fani* (l'ex-VOLTEX), inaugurée le 25 mars 1970 par le président LAMIZANA.

[390] ROVINE, Victoria. 2007. « Mode africaine: réseaux mondiaux et styles locaux ». In *Les cultures africaines sont-elles à vendre?*, 248. Paris, France: L'Harmattan, p. 104.

Aujourd'hui, les acteurs comprennent et cernent bien les enjeux multiples de la filière *Mode* et *Textile*. Ils savent que derrière le vêtement confectionné au Burkina Faso, se tissent et se défendent à la fois une économie locale et une identité culturelle vestimentaire.

Le chapitre se propose, dans un premier temps, de décrire la filière créative de la mode, notamment les aspects en lien avec le vêtement et le textile à partir des enjeux qui la caractérisent, des acteurs qui l'animent. Il s'agira dans un second temps de procéder à l'analyse de ses forces et faiblesses. Une posture prescriptive nous conduira à la conclusion pour énoncer les éléments qui, à nos yeux, semblent indispensables au développement de ladite filière.

I. Les enjeux de la filière *Mode* et *Textile*

A. Les enjeux politiques

Le champ de la *Haute couture* est dominé par l'Occident. Même si elle n'est pas totalement absente, l'Afrique peine à trouver sa place en termes de reconnaissance de son art et de part de marché. La mode reflète le rapport des populations aux cultures et « *capte* » les réalités sociales, politiques, religieuses et économiques typiquement africaines, à un moment donné de leur histoire. De ce fait, l'enjeu politique de la mode serait d'affirmer les identités africaines sur les plateaux prestigieux de la mode du monde entier, d'une part et d'autre part, d'instaurer le dialogue nécessaire face aux mutations qui caractérisent la filière. Le dynamisme des créateurs africains (vêtements, bijoux, coiffures, textile) fait dire à certains professionnels que l'Afrique sera le « *prochain arrêt* » de la mode. Pour devenir réalité, cette intention doit être portée politiquement et économiquement par un ensemble d'acteurs. Quand nous considérons le débat sur la culture du coton et la volonté du monde à préserver la planète par des pratiques culturales respectueuses de l'environnement, nous pouvons aisément mesurer qu'au-delà du gain que procure le fil burkinabè, la dimension politique est essentielle. Pour nombre de pays producteurs de coton, la même question, hautement politique et stratégique, est de savoir comment créer une plus-value avec une politique de transformation locale de la fibre ? Comment équilibrer un tant soit peu la balance commerciale en matière d'importation et exportation de vêtements et éviter la détérioration actuelle des termes de l'échange dans le domaine textile ? Ce sont là autant de questions qui impliquent une volonté politique volontariste. Les enjeux politiques sont donc de plusieurs ordres et méritent d'être traités de façon globale, pour faciliter la mise en œuvre d'une stratégie spécifique au compte de la mode et du textile burkinabè.

B. Les enjeux artistiques

Les influences que la mode occidentale exerce sur celle d'Afrique subsaharienne ne sont plus méconnues. Même si elles enrichissent, ces influences ne laissent pas intactes les pratiques locales. Un enjeu artistique se profile dès lors que les créateurs de mode et l'ensemble des décideurs doivent prendre en compte. Cette décision permettrait de s'ouvrir aux créations d'ailleurs, tout en sauvegardant celles du Burkina Faso. Le président-poète, Léopold Sedar SENGHOR, aimait dire que la beauté d'un tapis réside dans la diversité de ses couleurs.

Puisque le patrimoine national n'est pas pauvre et démuni de beauté, il revient aux créateurs de s'approprier d'une part, les motifs et couleurs et d'autre part, les modèles, pour traduire le tout en produit utilitaire et chargé symboliquement. Si les produits vestimentaires africains et burkinabè en particulier sont porteurs de valeur, s'ils portent en eux des signes ou codes locaux, qui véhiculent un message particulier, un pan du combat contre l'uniformisation et la disparition de certaines pratiques ancestrales aura été gagné. C'est donc à une prise de conscience qu'il est appelé de la part des créateurs dans toute la chaine de valeur, afin de permettre aux consommateurs au bout de la chaine d'être des consommateurs citoyens.

Les enjeux artistiques incombent, non seulement, aux créateurs de mode mais aussi et surtout, aux décideurs et aux consommateurs. Chacun peut travailler à la sauvegarde du patrimoine par des activons diverses. Les modélistes doivent continuellement s'inspirer de leur culture pour proposer des objets de qualité aux consommateurs ; les décideurs peuvent encourager les acteurs par des appuis techniques et faciliter l'accès à la formation et aux financements ; enfin, les consommateurs doivent dépenser leur argent de façon à encourager la production locale.

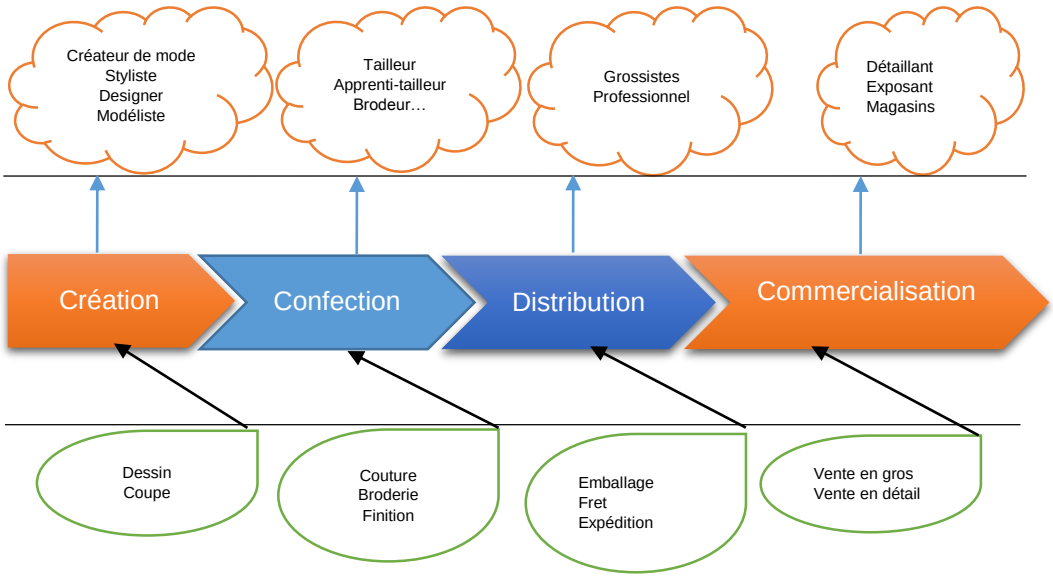
C. Les enjeux socioéconomiques

Les enjeux socioéconomiques sont en lien avec la capactié de la filière *Mode* et *Textile* à créer des emplois décents et des richesses. Notre enquête de terrain nous a permis de constater que le secteur de la mode et du textile est beaucoup plus informel et marqué par la précarité des acteurs. Un millier de couturiers évoluent dans la seule ville de Ouagadougou, mais n'arrivent pas toujours à vivre de leur métier de teinturier, de tisseuse et de couturier. L'enjeu, ici, consiste à organiser les acteurs en filière et de permettre à chaque acteur d'interagir, pour des produits finis de bonne qualité et suffisamment concurrentiels. Il s'agit donc de promouvoir une formation qualifiante et de formaliser, voire de structurer la production.

II. Organisation et fonctionnement de la filière

A. La chaine de valeur

Figure 20 : La chaine de valeur de la filière Mode



Source : Auteur, 2017

1. La création

Dans l'imaginaire populaire, aussi bien au Burkina Faso qu'ailleurs en Afrique subsaharienne, les vêtements portent en eux une valeur symbolique, au-delà de leur valeur d'usage. Cette dimension symbolique est le plus souvent le reflet de la culture, des us et des coutumes du créateur. Intrinsèquement, la mode/vêtement n'est pas un fait neutre. Or, nous le savons maintenant, les vêtements que nous portons aujourd'hui sont l'aboutissement d'interactions à la dimension de la planète et issus de changements profondément historiques de la chaine de production. Les identités associées à la tenue peuvent changer quand les vêtements et les styles voyagent, dans l'espace et dans le temps[391].

Pour se convaincre de ce que les vêtements se donnent à la lecture socio-anthropologique, particulièrement dans certaines régions d'Afrique, il suffit de convoquer le phénomène des « *sapeurs* », encore appelés « *rois de la sape* », notamment au Congo Brazzaville où

[391] ROVINE, Victoria. « Mode africaine: réseaux mondiaux et styles locaux ». In *Les cultures africaines sont-elles à vendre?*, 248. Paris, France: L'Harmattan, 2007, p. 104 à 109.

l'habillement constitue précisément un régime discriminant et un véritable retournement historique des symboles de l'ordre colonial avec le refus de l'invisibilité[392].

- *L'inspiration des créateurs de mode*

L'acte de création de la mode puise l'essentiel de son inspiration et de son originalité dans le patrimoine. Victoria L. ROVINE en parle ainsi :

> *« Comme toute mode, ces tenues découlent d'influences mouvantes, de goûts fluctuants et de nouveaux marchés. Une observation attentive du vêtement et de son contexte donne une idée des identités locales et des tendances mondiales, de l'innovation et de la tradition, de la transformation des styles et de l'évolution des mentalités. Cette culture de la mode, se perpétue aujourd'hui dans un éventail de marchés et de formes. Le continent est le foyer de nombreux designers actuels, dont certains font partie des réseaux internationaux de la mode alors que d'autres travaillent principalement sur les marchés locaux. »*.[393]

Quand on les interroge sur la question de l'origine de leur inspiration, les créateurs de mode au Burkina Faso répondent qu'ils la puisent dans des influences très diverses. Certains, comme B*azem'se*, *François 1er* et d'autres comme *Dua*, *Prince De Sutti*, *Paté'O*… travaillent principalement à partir des tendances internationales, avec cependant une base africaine.

- *Influences et adaptations créatives*

Caractérisé par des influences diverses, motivé par la conquête du marché local et international, ce contexte a fait croire à un moment donné que les forces à l'œuvre aux niveaux esthétique, économique, social et politique étaient en perte de vitesse, notamment au niveau de la production, la commercialisation et la consommation de styles africains. Or, la présence de styles occidentaux sur le sol africain nous semble plutôt témoigner d'un signe d'adaptation créative, plutôt que d'une capitulation. L'analyse de Victoria ROVINE va dans ce sens :

> « *…les mutations des formes de vêtements entre les cultures africaines et occidentales, par des échanges dans les deux Directions, les études sur la mode africaine démontrent l'inadéquation*

392 FLEURDORGE, Denis, « Du vêtement en général…et de celui de l'exclusion en particulier », *Le sociographe*, n° 17, 2005, pp. 13-14. Ou Charpy, Manuel, « Les aventuriers de la mode. Les sapeurs congolais à Paris et l'usage de la mode en migration (1890-2014) », *Hommes et migrations*, n° 1310, avril 2015, pp. 25-33. Ou encore BITOND, Adrien, *Titrailles, interactions et construction d'un espace public autour de la presse écrite : analyse ethnosociologique du kiosque à journaux au Cameroun*, thèse pour le doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université Stendhal, Grenole3, 2015, p. 212.

393 ROVINE, Victoria. « Mode africaine: réseaux mondiaux et styles locaux ». In *Les cultures africaines sont-elles à vendre?*, 248. Paris, France: L'Harmattan, 2007, p. 104

> *du changement en tant que perte. La plupart des styles de vêtement qui sont produits dans les centres urbains mondialisés de l'Afrique proviennent de différentes sources, qui enrichissent plus qu'elles n'appauvrissent les styles africains distincts. ».*[394]

Comme partout, les créateurs de mode et les consommateurs africains créent des formes et des styles à partir d'influences extérieures à leur environnement immédiat et ils se les approprient. Aujourd'hui, il est fréquent de voir que des créateurs confectionnent des vêtements qui font référence ou qui empruntent aux habitudes vestimentaires du terroir. Ils poussent la créativité jusqu'à mélanger, pour ainsi dire, les formes typiquement locales avec des influences internationales. C'est présentement au Burkina Faso le cas des formes appliquées au tissu local appelé le *Faso Dan Fani*.[395]

On en trouve sous forme de veste-costume, d'ensemble-tailleur pour dames. Les formes primitives étaient cantonnées au boubou pour les hommes et au pagne tissé pour les femmes.

– *Les étapes non linéaires de la création*

Cette phase de la création, autant artistique que politique, voire économique, passe par des étapes qui ne sont pas toujours les mêmes, selon les stylistes que nous avons rencontrés.

L'étape de recherche ou de la conception est souvent un recours au vaste patrimoine du Burkina Faso, caractérisé par la soixantaine de nationalités qui le compose. La recherche est aussi le fruit du style personnel adopté par le créateur, aux allures d'une spécialisation.

> *« Moi je reçois mon inspiration des formes de vêtement à n'importe quel moment et n'importe où. Tu vois ce dessin que j'ai fait ? C'était à la maison chez moi. Pour ne pas oublier ce que j'ai vu dans mon esprit j'ai fixé ça sur ce carton qui me servira plus tard de m'en souvenir ».*[396]

Actuellement, la mode au Burkina Faso prend appui sur deux ou trois matières : le pagne tissé, le bazin et récemment le « *kôkô donda* ».[397]

---

394 ROVINE, Victoria. « Mode africaine: réseaux mondiaux et styles locaux ». In *Les cultures africaines sont-elles à vendre?*, 248. Paris, France: L'Harmattan, 2007, p. 104 à 109.

395 ANDRIEU, Sarah, 2007, « La mise en spectacle de l'identité nationale. Une analyse des politiques culturelles au Burkina Faso », *Journal des anthropologues*, Hors-série « Identités nationales d'État » p.4 (: 89-104)
ZIDA, Raguidissida, Émile, *Les industries culturelles dans les pays d'Afrique subsaharienne : le cas du Burkina Faso*, thèse pour le doctorat en sciences de l'Information et de la Communication, Université Grenoble Alpes, 2018, pp. 54-55.

396 OUEDRAOGO Marcel, qui signe sous le nom de *Prince Dessuti International*, entretien du jeudi 14 septembre 2017 à 18h30 au sein de l'atelier à Ouagadougou.

397 « *A l'entrée de Kôko* » (un quartier de Bobo-Dioulasso) ou « *kôkô se débrouille* » en langue bambara, est une marque de pagne artisanal originaire des Haut-Bassins et autrefois réservé aux couches sociales défavorisées.

Pour certains modélistes, la seconde étape consiste à faire des croquis plus ou moins parfaits. À partir de ces croquis, ils peuvent partager leurs idées avec les aides-créateurs ou les ouvriers pour bénéficier des remarques ou pour faciliter la phase de coupe-couture. Pour certaines raisons, des modélistes ne passent pas par cette phase. Pendant ce temps, d'autres, plus jeunes, construisent leurs modèles de nos jours assistés par l'ordinateur.

Après avoir trouvé le modèle et esquissé un dessin approximatif, le créateur consacre souvent du temps à la recherche de la matière et au choix des couleurs. Aux dires des stylistes, c'est une étape déterminante, car elle révèle au consommateur le modèle ainsi créé.

2. La confection / couture

Après la phase de la conception du modèle et du choix de la matière, la suivante est celle de la coupe et de la couture. Tous les stylistes et modélistes ne sont pas nécessairement des artisans capables de transformer l'idée en réalité tangible ; c'est pourquoi il arrive que cette phase de confection voit intervenir des acteurs spécialisés en coupe, en couture et en finition.

Ces étapes font appel à des ouvriers, communément appelés « *tailleurs* » et apprentis-ouvriers, encore appelés « *apprentis-tailleurs* ».

Notons qu'en fonction de la taille de l'atelier de couture (mesurée par le nombre de têtes de machines à coudre), l'entreprise accueille de 3 à 10 employés.

Certaines étapes de la confection peuvent faire l'objet de sous-traitance. L'équipement en matériel de couture étant couteux, certains gestes, comme la fixation des boutons, la broderie sont souvent externalisés.

En somme, le cœur du métier étant la coupe et la couture, il est cependant courant dans la communication autour du créateur qu'il ne soit pas toujours fait mention du couturier ou du tailleur. Celui-ci a le statut d'ouvrier et est rémunéré à la tâche ; dans certains cas, il perçoit un salaire mensuel.

Les frais de production sont énormes pour un atelier de couture. Presque tout ce qu'il faut pour produire des vêtements fait l'objet d'importation. Le matériel d'équipement (machines de couture de toutes sortes), la matière première (tissu, fil, boutons, etc.) sont importés d'Europe et d'Asie, principalement. Ces cinq dernières années, la production s'est orientée vers la matière locale, mais celle-ci reste nettement faible.

Les capacités de production des ateliers de couture restent une équation difficile à résoudre, avec le peu de moyens et d'accompagnement structurel mis à la disposition des acteurs.

3. La distribution et la commercialisation

La distribution, puis la commercialisation, constituent la troisième phase qui consacre la mise en marché des produits de la mode. La distribution prépare et achemine aux détaillants les vêtements et autres accessoires de mode. L'observation de terrain a montré que la distribution est essentiellement faite par les maisons de couture elles-mêmes. Elles identifient et traitent directement avec certains magasins de vêtements, qui sont hors du pays, notamment en Côte d'Ivoire, au Sénégal, aux USA, en France, en Belgique et en Suisse.

La commercialisation, quant à elle, se fait de plusieurs manières. Certaines maisons de couture bénéficient de boutiques de présentation de leurs produits (des sh*ow-rooms*). Dans ces cas, elles mettent en place un service de vente et démarchent les clients elles-mêmes.

Le prêt-à-porter, qui, jusqu'à un passé récent, n'était pas bien apprécié, est aujourd'hui le modèle économique qui fait fonctionner les maisons de couture. Les consommateurs semblent ne plus avoir assez de temps pour attendre un mois de délais pour se faire une chemise, un pantalon, voire un costume. Le marché du *prêt-à-porter* s'est donc imposé petit à petit, avec l'irruption des produits venant de Chine.

En somme, tout comme la commercialisation des produits de la mode au Burkina Faso, la distribution s'exerce jusqu'à présent de façon peu professionnelle, sans un véritable circuit de distribution. Cette situation est due à la nature du marché et à l'organisation actuelle, jugée faible, des acteurs de la filière.

4. La consommation

C'est l'acte final du processus. C'est aussi le lieu de satisfaction du créateur de mode. La consommation se fait par les usagers. La consommation peut aussi être assurée par des clients spéciaux, comme les écoles (pour les tenues scolaires), les entreprises (pour les tenues professionnelles) et les autres (tenues pour la réalisation de projets artistiques).

Les clients que nous avons rencontrés pensent que les prix des produits sont relativement chers pour un Burkinabè moyen. Pour coudre un ensemble dame, en plus du tissu qui coute entre 6 000 F CFA et 60 000 F CFA, les frais de couture oscillent entre 7 500 F CFA et 35 000 F CFA, voire

plus selon les modèles[398]. Pour avoir une tenue, il faut donc débourser en moyenne entre 15 000 F CFA et 60 000 F CFA. Or avec 5 000 F CFA seulement, il est déjà possible de s'acheter une tenue venant de Chine, de Dubaï, de Turquie. La consommation pourrait donc croitre si les facteurs de production étaient amoindris et s'il y avait une semi-industrialisation de la confection de vêtements.

B. Acteurs principaux de la filière

1. Les créateurs-modélistes-stylistes

De façon empirique, nous savons qu'existent des couturiers ou des stylistes influents au Burkina Faso, qui s'imposent de plus en plus par leur travail et leur organisation, parmi lesquels nous pouvons citer *Pathé'O*, *Prince Dessuti*, *Emana Confection*, *Banzem's, DUA*, *François 1er*, *Safif'C*, *Koro D.K.*, *Lawson*, etc. Certains d'entre eux vivent et exercent leur métier hors du pays.

L'effet « *jeune créateur* » marque actuellement le secteur de la mode et joue positivement sur l'organisation de la filière. Ces jeunes acteurs semblent n'avoir pas de frontières dans l'imagination et se permettent tous les essais de coupes. Ce que les « *anciens* » n'osaient couper et coudre, les jeunes débordant d'imagination ne se l'interdisent pas. Cela crée un double effet, paradoxal : d'un côté, la richesse et la diversité des produits mais parallèlement, de l'autre, la méfiance de certains leaders d'opinion. Nous nous rappelons ce défilé à Ouagadougou, le premier du genre d'ailleurs, qui a fait couler beaucoup d'encre et de salive, parce que le styliste avait « *trop osé* » dans ses coupes et de ce fait, avait paru dévaloriser la femme par l'exposition de la nudité de son mannequin. Il semble qu'il est urgent d'articuler mode et mœurs, voire éthique, si le projet est de conquérir un public local. Les systèmes de représentations, les croyances et les mœurs vont résister, peut-être encore longtemps, aux influences extérieures, pour petit à petit, basculer dans ce qui se présentera.

Il existe encore des talents tapis dans l'ombre, faute de moyens ou d'opportunités pour se faire connaitre au grand public.

2. Promoteurs d'événementiels culturels

L'un des acteurs incontournables de la filière, c'est l'organisateur d'événementiels. La plupart des événementiels prennent en compte les défilés de mode, si ceux-ci ne constituent pas, d'ailleurs, l'objet premier de l'événementiel. C'est le cas des dîners-gala organisés qui consacrent

[398] Rappel, 1€ est égal à 655,957 F CFA.

une partie de la soirée à un défilé d'un créateur burkinabè ; c'est aussi le cas des cérémonies de tous genres (dédicaces, distinctions) ; c'est enfin le cas des événements culturels comme le FESPACO, le SIAO, la célébration de la fête nationale, la SNC, le SITHO, etc.

Par ailleurs, nous observons l'organisation par certains stylistes de manifestations artistiques et culturelles qui servent de tribunes à la promotion de leurs produits. Le styliste *Salif'C*, qui vit et crée à Dakar, organise en ce sens un événement dénommé *Mode-Afro*, qui en est d'ailleurs depuis le 20 mai 2017 à sa deuxième édition. De son côté, l'association *Yeelenba* organise un défilé de mode vestimentaire « *arc-en-ciel Mode* », pour offrir un espace d'expression aux stylistes modélistes du Burkina Faso.

La deuxième édition du *Dan'Fani Fashion week* est l'un des événements récents qui est né pour encourager la production du pagne tissé en coton.[399]

Nous pouvons encore citer *Mod'Afrik 2016*, qui a tenu sa 4e édition en 2016 sur le thème « *Femmes, fistules et Sida* », pour mettre la mode au service des causes humanitaires, notamment des femmes souffrant de fistules et du VIH/Sida au Burkina. Pour se convaincre que la mode compte, la promotrice a réuni des stylistes d'Afrique pour défiler. Entre autres, il s'agissait de *Gilles TOURÉ* (Côte d'Ivoire), *Pathé'O*, *Bazem'Sé*, *Ide Mava* (Burkina Faso), *Christalix* (Cameroun), *José Essam* (Congo-Kinshasa), *Grâce Wallace* (Togo), *Smail Akdim* (Maroc), *Awa Meité* (Mali), *Perle Noire* (Bénin), *Collé Sow Ardo* (Sénégal)... La styliste burkinabè Korotimi Decherf Koro, dite *Koro D. K*, voit dans l'événement une manière de mettre son talent au service des plus démunis. Pour la promotrice, *« les stylistes rassemblent du monde et dans ce cas, ils peuvent véhiculer des messages qui touchent les uns et les autres».*[400]

Par ailleurs, on peut citer *Ouaga Fashion Week*, *Bobo Fashion Week* et de nombreuses initiatives informelles qui naissent dans les quartiers des centres urbains du Burkina Faso.
Enfin, sans être exhaustif, nous pouvons encore citer l'organisation de l'événement *Folie de Mode* qui est à sa 8e édition. La dernière édition tenue à Ouagadougou du 10 au 12 novembre 2016 sur

399 La dernière édition s'est tenue du 25 mars au 1er avril 2017 au *Musée national* de Ouagadougou sous le thème évocateur « *La transformation du coton, un défi pour l'Afrique* ».

400 En rappel, à sa première édition, *« Mod'Afrik »* a permis de récolter 7 millions de F CFA à Kigali au Rwanda au profit des filles et femmes infectées par le VIH/Sida. La 2e édition, avec 5 millions de F CFA, est venue en aide aux sinistrés des inondations du 1er septembre et des enfants affectés par le VIH/Sida de l'Hôpital pédiatrique Charles De Gaulle de Ouagadougou. Et la 3e édition à Ouagadougou, avec 5 millions de F CFA de fonds récoltés, a contribué à la prévention du Sida et à la chirurgie réparatrice de la fistule.

le thème *« La mode africaine et l'industrialisation »* a permis à plusieurs stylistes burkinabè de renom et des stylistes du Tchad, du Gabon, du Bénin et de la Côte d'Ivoire de défiler sur le même podium.

Selon le promoteur de l'initiative, le styliste international burkinabè Sébastien BAZEMO, connu sous le nom de *Bazem'se*, l'idée vise à faire découvrir de nouvelles perles de la mode et faire ressortir de nouvelles créations pour les consommateurs.

3. Les structures de l'État

Au moins deux ministères de tutelle sont concernés par la filière *Mode* et *Textile*. D'une part, le ministère de la Culture ; d'autre part, celui du Commerce et de la Promotion de l'artisanat. Ces dernières années, le ministère de la Jeunesse et de la Promotion de l'emploi des jeunes constitue un interlocuteur important pour les acteurs de la filière. L'État est censé règlementer, organiser et assainir le climat des affaires. Des fonds d'appui aux initiatives de jeunes et pour la création des petites entreprises existent. Grâce à certains de ces fonds, des ateliers de couture et des projets de femmes tisseuses ont été financés. En ce sens, l'État peut continuer à stimuler le secteur, par l'octroi de crédits et surtout, en encourageant l'organisation des acteurs.

4. Les organisations faitières

Des groupes de tailles différentes se créent pour tenter de défendre les intérêts des corps de métiers qu'on peut bien trouver au sein de la filière.

Une organisation, *l'Union des professionnels du textile et de l'habillement du centre* (UPROTEX-HAC), a retenu notre attention.

Après analyse de la situation de la production du vêtement au Burkina, l'UPROTEX-HAC a pris à bras-le-corps la question de la production industrielle, de la conquête de marché et de la professionnalisation des acteurs. Nous pouvons en effet lire dans ses statuts et règlement intérieur qu' entre autres objectifs, elle poursuit l'amélioration de la croissance de fabrication et de traitement des textiles, afin d'obtenir les qualités demandées par les différents marchés et donc permettre, *in fine*, au fil burkinabè d'être compétitif ; outre cet objectif, l'UPROTEX-HAC travaille encore à assoir une complémentarité d'actions ; une sorte de chaine de valeur dynamique qui permet la réalisation d'affaires dans les domaines de la teinture, du tissage, de la couture et du design ; l'UPROTEX-HAC s'est encore tournée vers la recherche de marchés et travaille de ce fait à promouvoir un label UPROTEX-HAC et à développer des circuits de distribution et de commercialisation sur les marchés internationaux.

Le champ d'action est donc la teinture, le tissage, la couture et la mode. La couverture d'un tel champ de métiers montre bien la volonté de cette structure de fonctionner à l'image d'un *cluster*, d'une grappe. Notre entretien avec le président de ladite structure faitière a montré que l'ambition à termes, c'est la production industrielle des produits de la mode :

> *« Aujourd'hui nous travaillons à faire en sorte que tous les acteurs directs et indirects soient réunis pour exécuter des tâches qui profiteront à tout le monde. C'est un espace de dialogue pour tous les acteurs. Le modéliste peut facilement à travers UPROTEX préciser ses attentes aux teinturiers et le couturier pourrait interpeler la femme qui tisse le tissu ses attentes* vis-à-vis des motifs, des couleurs, etc. *Donc, tout le monde gagne et on pourrait espérer un jour lancer de grosses productions »*[401]

Grâce à cette structure, il est organisé chaque année une *Journée de valorisation du textile artisanal* (JVA). Chaque six mois, les membres organisent un défilé de mode pour promouvoir leurs produits. La faitière organise encore à l'attention de ses membres des sessions de formation sur les techniques de production, la gestion et le marketing…

5. La Chambre des métiers

La *Chambre des métiers* est une institution publique rattachée au ministère en charge du commerce, qui fédère tous les artisans et œuvre à la professionnalisation, et à la formation des artisans du Burkina Faso. Les différentes qualifications liées aux métiers artisanaux sont décidées par cette *Chambre des métiers*. C'est donc une structure de valorisation et de promotion des métiers dont ceux du textile et de la mode.

6. Les structures de formation

Dans un passé récent, la formation se pratiquait sur le tas et les métiers de couture étaient réservés aux enfants qui avaient échoué à l'école classique. Même si cette perception n'a pas complètement disparu, aujourd'hui, avec les quelques centres de formation tant du privé que du public, les métiers commencent à bénéficier d'une reconnaissance, avec l'organisation annuelle des examens de CAP en coupe et couture. Pour un niveau supérieur, il faut une bourse pour une formation hors du pays.

401 Entretien avec le Président de l'UPROTEX-HAC, OUEDRAOGO Marcel, le jeudi 14 septembre 2017 à 18h30 au sein de son atelier à Ouagadougou, secteur n°1.

- *Les structures publiques*

Parmi les acteurs publics, nous pouvons citer les *Centres de formation professionnelle de référence*, dont ceux de Ziniaré, de Bobo-Dioulasso, de Kaya et de Dédougou, qui offrent chacun des formations initiales en coupe et couture pour les adolescents et adultes. À travers l*'Agence nationale de promotion et de l'emploi*, l'État forme également des jeunes, en s'appuyant sur les ateliers des professionnels établis dans les centres urbains.

- *Les structures privées*

L'une des structures privées qui fait des progrès dans la formation en mode, c'est l'école dénommée NAS-MODE[402]. Elle forme et fait la promotion de ses élèves, à travers plusieurs évènements (des journées portes-ouvertes, des cérémonies de sortie de promotion, des défilés de mode, etc.). Le parcours de cette école est relaté dans l'encadré suivant.

Outre NAS-MODE, d'autres initiatives de formation existent mais se présentent beaucoup plus informelles. Les chefs d'ateliers acceptent souvent de prendre des jeunes déscolarisés pour les initier à la couture, puis à la coupe. Au bout d'un an ou plus, si l'apprenti estime qu'il est capable d'ouvrir à son tour un atelier, son patron le libère. Le plus souvent, même s'ils souhaitent s'installer à leur propre compte, beaucoup de ces apprentis ne le peuvent pas, faute de kit d'installation et de fonds de roulement.

7. Les prescripteurs

Si la mode est restée dans l'ombre jusqu'à une certaine période de son histoire au Burkina Faso, cela est dû en partie au faible intérêt de la presse et de la télévision pour ce secteur d'activité. Les médias sont des acteurs-clés du développement de la filière : avec une spécialisation des journalistes et un temps d'antenne meilleur accordé aux événements qui valorisent la mode et le textile burkinabè, les produits et les créateurs de mode seront mieux promus et se vendront mieux. Nous voyons souvent la télévision publique retransmettre en direct sur ses antennes des événementiels de mode ou impliquant celle-ci. Même si on n'a pas encore au Burkina Faso une presse dédiée à la mode et au luxe, il y a une couverture systématique des manifestations organisées par les stylistes ou par les faitières de la filière. C'est en inscrivant cette dynamique dans la durée qu'on finira par créer un effet de mode autour des produits confectionnés par les créateurs burkinabè.

[402] Voir annexes des parties pour plus d'informations sur la création de cette école.

III. Les marchés des produits de la mode

A. Le marché local

Le marché des produits de la mode est essentiellement local, malgré les produits *low-cost* venant d'Asie. Le marché local est essentiellement composé des ménages avec des niches associées (tenues pour enfants et pour dames). Il existe par ailleurs un marché, même timide, au niveau des entreprises, au même titre que les écoles ou les sociétés de plus 500 employés.

Par ailleurs, notre enquête a révélé un niveau de marché en progression : celui des hautes autorités nationales. Avec le regain d'intérêt pour le coton burkinabè, la filière toute entière connait un dynamisme, récemment impulsé par le chef de l'État burkinabè soi-même et l'ensemble du gouvernement. Des gestes symboliques et suffisamment forts de leur part ont ainsi permis de relancer le port des tenues conçues et fabriquées sur place de bout en bout par des artisans burkinabè.

Cependant, beaucoup de niches attendent encore d'être considérées, comme le marché des stars. Habiller les stars, c'est gagner deux fois, dit-on : avec la promotion de la marque, d'une part et les retombées financières, d'autre part. Autres niches encore inexplorées, c'est celles des tenues de scènes. Aucune passerelle n'existe encore entre les différents arts, tels que le théâtre, la danse, le cinéma, d'une part et la mode, d'autre part. Or, des spécialisations dans le milieu de la mode pourraient à notre avis constituer un marché non négligeable.

B. Le marché extérieur

- *La destination des produits de la mode*

Le marché extérieur est tourné vers les autres pays d'Afrique, puis vers les États-Unis, vers l'Europe et vers l'Asie. En Afrique, les échanges les plus importants se développent avec le Burkina Faso et le Niger, le Bénin, le Ghana et l'Afrique du Sud. Pour les destinations hors d'Afrique, ce sont des pays comme la France, l'Allemagne, l'Italie, les États-Unis, le Canada, le Japon et un peu la Chine, qui peuvent constituer ces marchés extérieurs. Les clients du marché en question sont principalement constitués de la diaspora, mais aussi des amis d'Afrique qui adoptent timidement la mode africaine (surtout les bijoux, et certains vêtements dits traditionnels). Certains créateurs (l'ancienne génération) vivent et travaillent hors du pays, voire du continent et, de ce fait, profitent des moyens de production, des circuits de distribution et des moyens de promotion pour faire valoir leurs produits.

– *Le volume des exportations*

Tout comme pour le *design* d'objets, le marché extérieur se constitue autour des expositions, des festivals, des rencontres associatives pour les jeunes créateurs et des boutiques, des défilés de mode pour les marques éprouvées.

Tableau 148: Évolution du nombre d'objets en textile exportés

Année	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	Total
Nombre d'objets en textile exportés	19760	15434	14018	10673	7052	13421	10362	11365	102085

Source : Annuaire statistique 2014, publié en août 2016

En l'absence de données pour apprécier ce marché, les entretiens ont montré que le marché international est orienté vers la diaspora comme consommateur final ou comme intermédiaire. Le tableau ci-dessus montre le nombre d'objets en textile que le Burkina Faso a exporté de 2007 à 2014. En effet, nous estimons ces exportations à plus de 100 mille objets. Ce volume évolue avec les opportunités d'affaires et aussi avec le climat sociopolitique du pays.

C. L'économie de la mode

En l'absence de données précises[403] sur ce que la filière de la *Mode* et du *Textile* rapporte à l'économie nationale, nous avons pris en compte les déclarations faites par les exportateurs des produits de textile pour nous faire une idée relative, en multipliant ce nombre par le prix moyen d'une pièce qui peut être évaluée à 12.500 F CFA. Ainsi, pour une exportation moyenne de 20 000 pièces l'an, nous obtenons 250 millions F CFA par an. Par l'observation, nous avons fait le calcul moyen des charges d'une unité de production de vêtements. Pour les charges fixes, une entreprise moyenne dépense par an près de cinq millions de francs CFA. Sur cette base, nous pouvons estimer que l'entreprise peut faire un chiffre d'affaires légèrement au-dessus des charges.

IV. Forces et faiblesses de la filière

A. Forces et opportunités de la filière

L'une des premières forces de la filière est vraisemblablement la capacité créatrice des stylistes ou modélistes burkinabè. Ils arrivent aujourd'hui à présenter leurs produits sur des podiums du

[403] Il a été difficile de savoir combien un atelier de couture ou les maisons de mode gagnent l'an. Il n'existe pas de comptabilité régulière, chez la plupart d'entre eux une comptabilité régulière. La peur du fisc fait aussi que certains hésitent à nous communiquer quoi que ce soit. L'économie de la mode est donc assurément sous-évaluée dans ce paragraphe.

monde entier, sans avoir de regrets. C'est bien une force quand nous considérons le parcours de certains d'entre eux et surtout, le manque de formation qui limite objectivement leurs possibilités artistiques et managériales.

Une opportunité qui est majeure aujourd'hui, c'est le retour dans les habitudes vestimentaires du pagne tissé avec le coton local. C'est une opportunité qui, fort heureusement, croise l'engagement des créateurs, lesquels travaillent à ce que ce tissu local et traditionnel prenne une place notable dans leurs créations modernes.

L'engagement politique et les mesures administratives qui sont prises aujourd'hui font que le textile burkinabè bénéficie de toutes les attentions. Le paradoxe notoire, entre d'un côté, le Burkina Faso, pays producteur de coton et de l'autre, le Burkina Faso, pays importateur de vêtements, se corrige lentement, avec une perspective plutôt rassurante.

La couverture médiatique des produits de la mode avec à la clé le début de spécialisation de quelques journalistes constituent également une opportunité à saisir. Le lancement de la chaine de télévision 100 % *Fashion Africa (*FA*)* sur le satellite à partir du bouquet *Canal+* constitue une aubaine pour la promotion des créateurs et de leurs produits, sur le continent et hors du continent.

L'organisation des événementiels constitue encore une force qui supplée à l'absence de mécanismes de promotion classiques.

Enfin, sans épuiser les forces et les opportunités, il convient de reconnaitre la relative liberté de création reconnue aux modélistes et stylistes du pays.

B. Faiblesses et menaces actuelles de la filière

L'un des secteurs d'activités créatives où l'on constate la faiblesse de la règlementation, c'est bien le secteur de la mode. Le secteur est régi plus par les textes de lois qui concernent le ministère du Commerce et sont faiblement discutés avec le ministère de la Culture. Les stylistes et autres promoteurs de mode se sentent artistes, mais ils sont traités au quotidien comme étant des commerçants purs.

L'autre faiblesse, beaucoup redoutée par les acteurs, c'est encore la question du financement. Les questions se multiplient à propos des banques et autres institutions financières, quant à leur rôle dans le financement du développement. Les acteurs évoquent toutes les difficultés qu'ils rencontrent pour contracter un prêt dans une institution bancaire. La *Chambre des métiers* et

les différentes faitières ont été créées pour pallier ces contraintes bancaires, mais l'effet de leurs actions est encore faible.

Le faible équipement en matériel nouvelle génération est une réalité dans la plupart des ateliers que nous avons visités. Les maisons de couture sont sous-équipées. Pour fixer des boutons ou encore pour broder un habit, ce ne sont pas tous les couturiers qui disposent de machines appropriées. Constamment, certains payent des services externes, comme en témoigne un couturier de la ville de Ouagadougou :

> *« Tu vois cette machine à broder, je l'ai acquise en me fâchant ! Je suis allé demander à la seule personne qui en disposait à Ouagadougou de me faire le travail et il m'a fait des foutaises. Quand j'ai quitté son atelier, je me suis fâché et j'ai travaillé de sorte à m'acquérir une pour moi ».*[404]

L'équipement technique peut faire l'objet d'un projet et d'actions structurantes de la part de l'État et des partenaires au développement. Plutôt que de chercher à acquérir des machines qui coutent cher, les acteurs peuvent, ensemble, se regrouper en coopérative ou en association, pour s'équiper.

Le niveau de formation et de professionnalisme fait que dans les ateliers, il est difficile de trouver une documentation sur les collections propres. Quelques photos tirées et placées dans un album et c'est tout. Il n'y a donc pas de trace de la création et du niveau de production des stylistes burkinabè.

L'une des menaces reste l'influence des faits religieux sur les faits artistiques, d'une part et les questions d'insécurité et de terrorisme, d'autre part. Nous gardons en mémoire qu'une des éditions, celle de 2015, du *Festival international de la mode africaine* (FIMA) dont le promoteur est Alphadi du Niger, avait dû être annulée, avec toutes les pertes que cela suppose. Les autorités nigériennes qui ont annoncé ce report avaient évoqué des « *risques d'attentat* ». Pourtant, environ 1 000 festivaliers dont des créateurs de mode, des mannequins et des célébrités du monde des arts et de la culture du monde entier étaient attendus à cette édition du FIMA.

En conclusion à cette section, nous pouvons dire que le Burkina Faso vit ces dix dernières années un renouveau de la mode, porté par des modélistes et stylistes qui ont eu l'audace

404 OUEDRAOGO Marcel, qui signe sous le nom de *Prince Dessuti International*, entretien du jeudi 14 septembre 2017 à 18h30 au sein de l'atelier à Ouagadougou.

d'innover et creuser dans le patrimoine national pour valoriser des tissus, des motifs et couleurs, du reste chargés symboliquement et qui dégagent un message que les consommateurs sont à même de comprendre. Tout comme le Burkina Faso, c'est l'ensemble de l'Afrique qui possède une culture et un rapport à la mode extrêmement riche et dynamique.

Nous pouvons cependant déplorer que la production soit encore largement artisanale, malgré son originalité. Une semi-industrialisation des actes pourrait assoir une économie d'échelle, capable d'absorber le textile fait sur place au lieu de l'exporter toujours à l'état brut, faute d'un marché local viable. Le marché est assez faible compte tenu du pouvoir d'achat des consommateurs, ce qui fait que le modèle économique orienté vers des pièces uniques ne constitue pas une option économique viable.

Les défis actuels des créateurs burkinabè concernent la production industrielle. Celle-ci n'est possible qu'à la condition exclusive que les ateliers de couture quittent le secteur informel pour se constituer en entreprises et bénéficier du même coup des financements bancaires, entre autres.

Le président de la faitière UPROTEX reconnait que si on confiait un marché de confection de 300 habits à un atelier de couture au Burkina, il aurait quelques difficultés à l'honorer dans un délai de 10 jours et même de 30 jours, faute d'équipement et d'organisation du travail.

Cette situation fait que les acteurs burkinabè sont actuellement incapables de concurrencer les grands producteurs de Turquie ou de Chine. Des mesures politiques pourraient cependant participer au lancement définitivement de la filière, qui présente des enjeux économiques certains.

Si l'État décidait par exemple de passer des marchés publics aux créateurs burkinabè qui utiliseraient du fil et tissu locaux, le coup de fouet économique serait assurément profitable à la filière. En réalisant que ces marchés publics pourraient être orientés pour la confection des tenues des Forces de défense et de sécurité, d'une part et pour celles des établissements scolaires et secondaires d'autre part, nous pouvons considérer sans pécher par excès d'optimisme eu égard aux effectifs non négligeables de ces corps sociaux, que le pari de la quantité de la demande pourrait être particulièrement bien engagé. Encore faut-il donc le vouloir, le vouloir vraiment. C'est-à-dire, en s'y attelant effectivement.

Conclusion générale de la partie 3

La troisième partie a dressé un état des lieux des filières en restructuration d'une part et celles émergentes, d'autre part. Elle nous a permis de mieux cerner leur potentiel et donc, leur capacité à contribuer à l'économie nationale et à relever les défis culturels, artistiques, politiques et socioéconomiques. Cette troisième partie a d'abord permis de comprendre un peu plus sur la filière du Livre en termes d'organisation et de fonctionnement mais aussi sur le rôle combien indispensable des pouvoirs publics pour lancer une économie interne du livre et de l'écrit. Ensuite, cette troisième partie a révélé les jeux vidéo comme étant une filière dynamique des industries culturelles, qui peut surprendre dans sa capacité de proposition artistique et bien entendu économique. Pierre-Jean BENGHOZI et Philippe CHANTEPIE ont d'ailleurs reconnu que l'Afrique, qui regroupe un cinquième de la population mondiale, représente un exceptionnel potentiel de croissance démographique et économique[405]. La configuration actuelle de la filière ne permet pas d'apprécier parfaitement les perspectives, mais quand nous prenons en compte le développement des plateformes ou les supports de jeux, nous pouvons percevoir les atouts d'une possible croissance économique et d'un développement de la filière. Actuellement, c'est beaucoup plus le maillon de la consommation qui est vivace mais il n'est pas exclu que dans un moyen terme, le développement des maillons de la création ou du développement de jeux vidéo soit effectif.

Le développement des jeux vidéo au Burkina Faso soit lancé et qu'à partir de là, le processus en cours soit enclenché. Surtout avec le développement des infrastructures de communication de plus en plus accessibles, il pourrait s'avérer possible pour le Burkina Faso de passer d'un pays de

[405] BENGHOZI, Pierre-Jean et CHANTEPIE, Philippe, *op. cit.*, p.216

consommation à un pays de production de produits vidéoludiques. À notre avis, il faut savoir dès maintenant anticiper ce développement pour ne pas faire de l'Afrique seulement un eldorado pour les éditeurs et distributeurs de jeux vidéo, mais un pays ou un continent qui propose au marché mondial, des œuvres artistiques et vidéoludiques porteuses d'images et de son propres à l'Afrique, propres au Burkina Faso.

Au Burkina Faso, le *design* est en pleine croissance et s'ouvre de plus en plus au monde, avec quelques *designers* de renom comme Hamed OUATTARA, Vincent BAILOU et Ousseni DAO. Le *design* des objets connait encore quelques flous sur les limites de son art et la question de la protection des œuvres en est affectée. La précarité du secteur a conduit certaines personnes, qui avaient initialement la vocation d'exercer dans le *design*, de se reconvertir ailleurs, pour survivre. Longtemps orienté vers l'Europe et l'Amérique, le marché du *design* peut devenir local, vu son actuelle évolution avec la construction progressive de la petite classe moyenne. Les œuvres que nous avons vues lors de notre enquête de terrain nous convainquent qu'avec plus de moyens techniques et financiers, d'une part et des politiques publiques destinées aux filières dites « *négligées* », d'autre part, le *design* peut devenir une filière porteuse de richesses et de création d'emplois.

La *Mode et Textile* est une filière dont on parle beaucoup plus que les deux précédentes, parce qu'elle présente des enjeux majeurs. Le Burkina Faso détenait le titre de 1er pays producteur de coton mais paradoxalement, il était aussi le pays qui ne profitait d'aucune plus-value dans la commercialisation de la fibre cotonnière. La situation de dégradation des termes de l'échange qui prévalait de ce fait a poussé des acteurs locaux à prendre à bras-le-corps la question de la transformation. À côté de cette question économique, technique et aussi politique, les créateurs de vêtements se sont saisis de la problématique et on assiste depuis à un retour de la consommation des produits du textile local. La capacité financière des stylistes et promoteurs de mode handicape cependant leurs ambitions : certains sont limités dans leurs créations ; d'autres n'arrivent pas à percer le marché international, malgré la qualité des produits.

En somme, les filières qui sont à nos yeux porteuses pour le Burkina Faso sont aussi bien culturelles que créatives. Elles sont caractérisées par des mutations en cours, tant au niveau des moyens et supports de communication ou du numérique tout court qu'au niveau de la demande exprimée par le marché local, régional et international. Une meilleure organisation des acteurs, combinée à la volonté politique de prendre des mesures idoines pour leur structuration, pourraient faire des filières *Jeux vidéo*, *Design et Artisanat* et *Mode & Textile* des filières du futur.

CONCLUSION GÉNÉRALE

Sortir les industries culturelles et créatives de leur chrysalide

Conclusion générale : sortir les industries culturelles et créatives de leur chrysalide

Un parcours atypique vers les industries culturelles

Le Burkina Faso, pays de *l'hinterland* et démuni par la nature, se bat depuis son accession à l'indépendance en 1960 pour se hisser au rang des pays développés ou à la limite, des pays dits émergents. Il compte sur ses hommes et femmes pour assoir son développement et ne se prive pas d'explorer bien de pistes menant à ce développement. C'est ce qui explique le recours quoique récent, aux industries culturelles comme capables de régler au moins deux problèmes : le problème du développement économique et celui du développement social et culturel. Le parcours a été semé d'embuches et les actions jusqu'ici ont de la peine à donner des fruits attendus par la vingtaine de millions de personnes vivant sur le sol burkinabè[406].

Les trois temporalités (y compris les deux sous-temporalités) évoquées dans notre travail illustrent bien, non seulement le parcours et l'élan des industries culturelles au Burkina Faso, mais aussi les hésitations qui caractérisent, principalement, les politiques publiques en matière de choix, voire de vision stratégique pour le développement de la culture.

[406] Ce qui est remarquable, ce sont les petits progrès faits par l'administration culturelle publique d'une part et le secteur privé de l'autre. Même si le secteur de la culture au Burkina Faso est fortement dominé par l'action publique (avec une forte prégnance des actions du Ministère de la Culture sur les initiatives privées) on constate des progrès d'une société civile culturelle qui s'organise et tente de jouer son rôle dans le projet de développement de la culture.

On peut évoquer pour mémoire, la faible dotation budgétaire au secteur de la culture qui oscille entre zéro et un pour cent. On peut également prendre pour preuve de ces hésitations, le nomadisme institutionnel, particulièrement dense pour le portefeuille Culture dans les nombreux gouvernements qui se sont succédé de la Haute-Volta au Burkina Faso. Ces perturbations au niveau institutionnel ne sont pas sans conséquences sur la conduite des politiques culturelles et les stratégies des acteurs privés de la culture. Depuis l'accalmie relative de ces dix dernières années, des résultats en termes de performance ou d'efficacité de l'action culturelle se laissent constater. C'est notamment l'affirmation des industries culturelles comme secteur prioritaire successivement dans les deux derniers référentiels de développement adoptés par les gouvernements, à savoir la SCADD et le PNDES[407].

Le secteur culturel compte…de plus en plus

Le secteur de la culture au Burkina Faso occupe une bonne partie de la population active. Il participe à créer des emplois plus ou moins pérennes avec 1,78 % des emplois créés en 2012. Il participe par ailleurs à générer des richesses en contribuant à hauteur de 2,2 % au PIB du pays toujours en 2012.

C'est donc conscient de la place de la culture dans le développement que depuis les années 1990-2000, l'État a adopté des textes et mis en œuvre des politiques publiques, à même de traduire cette volonté, somme toute relative. Le pays a en effet adopté en 2009, sa première (vraie) politique culturelle, avec pour objectif, entre autres, de développer l'économie de la culture.

Notre travail d'enquête a permis de comprendre que la prise de conscience des acteurs étatiques et privés, sur la dimension économique de la culture a été favorisée par les agendas au niveau international, de développement des industries culturelles. C'est ainsi que plusieurs initiatives ont été impulsées par des organisations comme l'UNESCO et/ou l'OIF. En somme, nous pouvons relever que pour la Burkina Faso, la Culture compte de plus en plus si l'on s'en tient à ce qui précède mais aussi si l'on prend en compte les déclaratifs (particulièrement nombreux) sur les « *bienfaits* » de la culture, considérée à dessein comme le pétrole du pays.

407 La SCADD est la Stratégie de croissance accélérée et de développement durable ; le PNDES est le Programme national de développement économique et social.

Que retenir de notre recherche ?

La première partie du travail a évoqué, entre autres, les stratégies de développement des industries culturelles et les difficultés historiques de leur mise en œuvre. Elle a aussi mis le doigt sur les trajectoires et les contextes d'émergence de l'objet considéré dans notre travail comme un « *fait social total* ».

Sur la base de cette première partie, nous pouvons tirer une conclusion qui est l'incapacité des politiques publiques à construire de façon durable un projet de développement des industries culturelles au Burkina Faso. Ce problème n'est pas propre au Burkina Faso, comme on peut le lire dans les propos suivants :

> *« Les États, du moins dans les régimes démocratiques, ont toujours eu à se justifier d'intervenir dans les domaines de l'information ou de la culture, généralement pour ne pas encourir le reproche d'un contrôle qui irait précisément à l'encontre des principes démocratiques. À des degrés divers, ils ont cependant été conduits depuis longtemps à s'engager pour soutenir ou aider au développement des industries culturelles et informationnelles ; le plus souvent, il s'agissait de favoriser le maintien d'industries nationales menacées par des concurrents offensifs et même de faciliter l'exportation de produits considérés comme nationaux ».*[408]

La lecture de la première partie engage la réflexion sur la capacité des autorités publiques et les acteurs du secteur privé à capitaliser l'expérience en termes de succès et d'échecs des actions du passé pour mieux orienter les initiatives actuelles et futures. C'est la faible volonté de tirer leçon du passé pour planifier le futur du projet d'industrialisation de la culture.

La deuxième partie a décrit et analysé les filières classiques en vue de tirer des points de forces et faiblesses dans la chaine de production. La vitalité de la filière a connu des hauts et des bas au Burkina Faso. Notre travail a révélé d'abord que le *Cinéma et l'audiovisuel* en tant que filière, présente des enjeux multiples. Actuellement, elle est à la croisée des chemins parce que les acteurs n'ont pas eu suffisamment de recul face aux mutations imposées par le numérique et l'Internet.

Avec l'intrusion du numérique dans l'univers de la production et de la distribution, plus rien pratiquement ne fonctionne comme avant. Par ailleurs, l'étude de cette filière montre qu'il existe aujourd'hui une demande assez forte d'images de soi (la vidéo en est une preuve) et que les facilités offertes par le numérique constituent une réponse à cette demande, autrefois

[408] MIÈGE, Bernard. 2017. *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*. Grenoble : Presses universitaires de Grenoble, Communication, p.163.

difficile à satisfaire dans le temps et dans l'espace. En 2017, le pays est passé à la TNT et de ce fait, il multiplie les chances de production pour les entreprises établies. Mais tout cet environnement est perturbé par la faible organisation des acteurs et la faiblesse encore visible de la formation des acteurs pour répondre aux exigences du marché mondial.

Les faitières existent mais la mauvaise gouvernance et la méfiance mutuelle persistent entre acteurs. Les appuis financiers, souvent consentis par l'État, deviennent des points de discorde entre acteurs du cinéma et de l'audiovisuel. Par ailleurs, certains textes règlementaires sont rapidement devenus obsolètes avec l'arrivée du numérique et les nouvelles pratiques de consommation des produits audiovisuels et cinématographiques. Le vrai « *drame* », c'est la non-application de la loi votée sur le cinéma et l'audiovisuel et de la règlementation en vigueur pour la pratique des métiers de l'audiovisuel et du cinéma.

Notre travail a ensuite révélé que la filière *Musique enregistrée,* dynamique et mobilisant plusieurs acteurs, passe cependant actuellement par une crise sans précédent. Les unités d'édition phonographiques qui existaient ont fermé leurs usines de fabrication et se sont reconverties en promoteurs de spectacles, sur la base des catalogues ou labels de leurs sociétés. Le piratage et le téléchargement gratuit sont venus mettre fin aux métiers de plusieurs acteurs, les conduisant à se reconvertir. Le modèle économique dominant dans cette filière est basé sur le *spectacle vivant*. Cette donne a détourné l'attention des acteurs vers des auto-productions et le recours aux *home studios*. Cette filière nous a donné à mieux comprendre la stratégie des acteurs comme attitude de survie dans le contexte du Burkina et non comme vision et planification du futur.

En somme, la seconde partie de notre recherche révèle des filières industrielles et culturelles fonctionnant tant bien que mal, avec beaucoup de défis à relever : les défis du numérique en sont du nombre, qui obligent au changement de stratégies, tant au niveau de la production que de la distribution des produits culturels industrialisés. Au Burkina Faso, la vitalité relative des filières du *Cinéma et de l'audiovisuel* et de la *Musique enregistrée*, atteste de l'existence de capacités locales et de marchés dynamiques, créateurs d'emplois et de revenus.

Une fois de plus, cette partie situe le rôle des acteurs du privé et la nécessité d'avoir des politiques publiques adaptées au nouvel environnement, pour aider les filières des industries culturelles à se développer pleinement. Cet appui de l'État est primordial et peut prendre plusieurs formes. Les enjeux artistiques portés par ces deux filières étudiées sont aussi pluriels,

puisque la possibilité pour chaque peuple d'exprimer sa vision du monde à travers ses savoirs, ses récits, ses musiques, ses images, constitue un bien et un droit publics.

La troisième et dernière partie met en exergue les filières industrielles et créatives du futur. Ces filières portent en elles des enjeux artistiques et économiques, voire financiers majeurs. Notre travail a révélé d'abord que l'industrie du *Livre* est bien en place, avec des acteurs historiques qui ont disparu, laissant ainsi la place à des jeunes, tant éditeurs que distributeurs.
Cette filière connait cependant un sérieux problème au niveau de la chaine de distribution. Ce problème est lié au modèle économique global de la filière, marquée par l'auto-édition ou le tirage à compte d'auteur. La filière du *Livre* offre assez d'éléments pour confirmer quelques-unes de nos hypothèses en lien avec les politiques publiques.
Voilà une filière qui peut connaitre un développement économique sans précédent, si seulement les acteurs, notamment l'État, organisaient mieux l'édition du livre scolaire. Les marchés sont captés par les éditeurs internationaux comme *Hachette*, *Nathan*…et échappent encore aux éditeurs nationaux reconnus par l'autorité publique comme incapables d'assumer une édition de qualité. Une bonne compréhension des enjeux avec une volonté politique dans ce sens, peuvent faire de l'édition et du livre un secteur porteur au Burkina Faso.

La filière du *Jeu vidéo* révèle des indicateurs sur les capacités du Burkina Faso pourrait en matière de développement de produits vidéoludiques. Par le truchement des moyens techniques et technologiques, il est envisageable de passer d'un pays de consommation des produits des jeux vidéo à un pays éditeur ou, pour le moins, développeur de jeux vidéo qui portent les images et les identités locales.

C'est par ailleurs le cas des filières *Design et artisanat d'art*, *Mode* et du *Textile* qui nous confirment les possibilités économiques basées sur la créativité. Lesdites filières se montrent encore timides mais bien présentes par le dynamisme qui caractérise les acteurs. L'étude de ces filières émergentes relève qu'elles sont encore mal organisées, sinon même pas du tout organisées pour défendre leurs métiers et améliorer ainsi, leur apport à l'économie nationale.

Avec en effet la volonté politique, qui n'est pas du reste une solution à tous les maux, la production et la consommation des produits faits à base du coton burkinabè pourraient être encouragées. Toujours à partir de cette même volonté politique, le marché local pourrait suffire à lancer la filière. Par exemple, si l'État décidait d'habiller son armée avec du pagne tissé ou encore que toutes les écoles publiques soient en uniforme fait de cotonnade burkinabè, toute la chaine de production gagnerait peut-être en dynamisme.

Que sont devenues nos hypothèses ?

Comment se construisent, se structurent et s'organisent les filières des industries culturelles et créatives au Burkina Faso ? Quel est leur niveau de développement ? Quels sont les défis actuels auxquels elles sont confrontées et quelles sont les stratégies des acteurs? Ce sont-là les questions que notre travail de recherche s'était proposé d'y répondre en s'appuyant sur deux hypothèses principales.

La première hypothèse en lien avec le développement culturel suggérait de comprendre ce développement au prisme des politiques et du contexte du Burkina Faso.

> *À propos du développement des industries culturelles et créatives, les politiques et les stratégies des acteurs conçues et mises en œuvre par le Burkina Faso correspondent à des spécificités et à des réalités politiques, économiques, culturelles et historiques. Il semble que les rapports aux industries culturelles seraient beaucoup plus caractérisés par le mimétisme et l'opportunisme et de ce fait entraveraient la conception et la mise en œuvre de politiques publiques à même de traduire dans les faits, après les discours, la réalité du développement industriel de la culture.*

Notre travail, en se basant sur les politiques culturelles qui ont été mises en œuvre depuis la période des Indépendances à la proclamation de la IV^{e} République en passant par la période dite révolutionnaire, a confirmé que la culture et la question de son développement n'ont pas toujours été une « *priorité concrète* » des autorités publiques et les seules initiatives privées n'étaient assez solides pour impulser les changements et la dynamique nécessaire à l'éclosion d'industries culturelles fortes et compétitives.

En revisitant le cadre institutionnel, puis les allocations budgétaires au fil des années, on s'aperçoit de la justesse de cette hypothèse. Par ailleurs, notre travail a révélé la jeunesse d'une démarche et d'un discours sur l'économie de la culture mais qui ne saurait justifier son niveau de développement actuel mais plutôt une jeunesse qui suit les tendances et les programmes et projets conçus ou impulsés par les organisations supranationales ; la dynamique de développement se conjugue chaque fois mieux avec l'appui des partenaires techniques et financiers et jamais assez par l'État central.

Le cas emblématique c'est la question des politiques de lecture publique qui ont évolué jusqu'ici qu'avec le soutien des partenaires comme l'OIF et la Coopération française.

L'hypothèse s'est aussi avérée vraie quand nous avons considéré le rôle de l'État dans le développement de l'édition littéraire. C'est assez emblématique la faible volonté politique et la capacité des acteurs du livre, de cerner les enjeux d'une économie du livre et de l'édition. Pour

nous, une politique publique en faveur de la filière *Livre* ne peut occulter la question des marchés du livre scolaire surtout dans un contexte marqué par des politiques d'éducation qui amplifient les besoin en manuels et en littérature. Une politique cohérente non plus ne peut ignorer les acteurs concernés. Le ministère de l'Éducation nationale ne peut, à lui seul, s'approprier les enjeux d'une filière entière sans jeter des passerelles avec par exemple le ministère en charge de la culture.

C'est donc fort de tout ce qui a été révélé par notre travail que nous estimons que le développement des industries culturelles est fonction des opportunités (de financement) ou de mimétisme mais rarement de pragmatisme éclairé par l'analyse des enjeux et défis intrinsèques des filières culturelles industrialisables.

La seconde hypothèse, elle, suggérait d'interpréter l'émergence et l'organisation actuelle des filières industrielles de la culture à l'aune des stratégies d'acteurs.

> *À propos des filières culturelles industrielles, l'organisation de la production (sous la forme d'un oligopole à franges avec des logiques ou des modèles stables) et l'environnement global ne favorisent pas suffisamment le développement des industries culturelles et créatives au Burkina Faso. Les mutations actuelles commandent une réorganisation des filières culturelles industrielles à partir de logiques et des synergies industrielles cohérentes et intégrées.*

Le développement des entreprises culturelles et des initiatives d'industrialisation de la culture a véritablement pris corps que dans le tournant des années 1990-2000 avec une accélération à partir des années 2010. Cet élan est certes, perceptible encore aujourd'hui mais les filières sont presque toutes frappées par une faible organisation et de structuration d'une part et un sérieux problème d'accès aux financements adéquats, d'autre part.

On notera par ailleurs la faiblesse du secteur privé en lien toujours avec la question d'organisation des acteurs. Face à cette situation couplée à la forte mutation provoquée notamment par l'incursion du numérique, les acteurs adoptent différemment des stratégies pour continuer d'exister. Les acteurs du cinéma ne se gênent plus d'imaginer l'acte de production à la fois pour le grand et le petit écran. Les maisons de production explorent sans cesse des possibilités de production à faible budget (*low-cost*) et les réalisateurs font la ronde des festivals pour faire voir leurs œuvres face à la faiblesse des maillons de la distribution et de la diffusion.

Une autre stratégie qui fait tourner la filière, c'est la production des films populaires qui racontent des histoires simples et tirées de la réalité quotidienne des gens. Avec les moyens

techniques à la portée des jeunes acteurs, on assiste à la production de vidéos pour tendre ensuite vers la réalisation de films.

Les acteurs de la filière *Musique enregistrée* ont pratiquement adopté les mêmes initiatives que le *Cinéma et l'audiovisuel* en privilégiant des contrats de production dits de 360°. Ils multiplient des actions vers le *spectacle vivant* qui devient le principal modèle économique après la crise du disque à partir des années 2007/2008.

Par ailleurs, les *home studios* traduisent bien la stratégie des acteurs qui est de faire recours à des productions à couts réduits. Pour réduire les incertitudes, les acteurs de la *Musique enregistrée* commencent à adopter dans cette dernière décennie le recours à la production de *single* qui préfigure la production d'un album. Puisque l'autoproduction est à la mode et une financiarisation quasiment absente, un oligopole à frange caractéristique des industries culturelle est peu visible. Il n'y a pas en effet un phénomène de concentration qui susciterait des stratégies de marché avec des dépenses pharaoniques pour la publicité et le renouvellement excessif de l'offre de produits culturels. Des micro-acteurs existent dans toutes les filières (notamment dans l'édition littéraire et la musique enregistrée) mais ne dépendent pas (dans leur modèle économique) des grands pour vivre. La seule structure qui était bien partie pour développer le phénomène de star système, c'était bien *Seydoni productions*. Cette maison de production avait même pu installer des succursales au Mali, en Guinée et couvrait la Côte d'Ivoire et quelques pays de la sous-région. En effet, dans les années 2000 en allant, de petits producteurs étaient en tandem avec *Seydoni productions* dans l'identification et la promotion de nouveaux talents.

A part cet exemple, nous n'avons repéré aucune entreprise culturelle dans les filières étudiées qui titille le marché avec des logiques de financiarisation. C'est tout le contraire ! Des entreprises qui font recours sans gêne aux subventions de l'État et qui se plaignent du faible accompagnement des institutions financières et bancaires.

Cette hypothèse se vérifie par ailleurs sur les aspects de l'environnement institutionnel, juridique et financier. D'abord, citons le cas de l'édition littéraire où les acteurs ont de la peine à maitriser la chaine de production, faute d'un environnement juridique et règlementaire suffisamment favorable aux entreprises d'édition et d'un environnement financier et institutionnel encore fébrile. Pendant notre enquête, nous avons vu un texte, qui, s'il venait à être adopté par l'Assemblée nationale, pourrait assainir le milieu et impulser les initiatives

d'édition au Burkina (avec une réserve qu'une adoption de textes au Burkina Faso n'est pas gage de changement notoire dans les pratiques des acteurs).

Toujours dans la même filière, pour confirmer notre hypothèse, l'organisation institutionnelle du livre au sein du ministère de la Culture laisse entrevoir clairement que le livre et l'édition ne constituent pas un secteur rentable et ne méritent pas des traitements particuliers. La Bibliothèque nationale que nous avons évoquée dans notre travail témoigne de cette ambiguïté institutionnelle. La BNB est devenue au fil des années une simple direction technique !

Ensuite, la question du Cinéma au Burkina Faso est un paradoxe. On n'a pas pu asseoir depuis 1969 une véritable industrie du cinéma au pays du FESPACO. Le cinéma doit son existence par les subventions des partenaires techniques et financiers et de l'État. Or, il était possible de tendre vers le modèle marocain pour construire une industrie du cinéma au service de la sous-région entière avec le FESPACO comme alibi et la position stratégique du pays comme argument.

Enfin, les filières comme le *Design*, la *Mode* et les *Jeux vidéo* ne bénéficient pas d'une organisation adéquate ni d'un environnement juridique garantissant leur plein développement. Elles ne bénéficient d'aucune stratégie de développement alors qu'elles portent en elles des potentialités économiques et financières et renferment des enjeux artistiques et symboliques caractéristiques des industries culturelles et créatives.

En somme, l'hypothèse confirme le faible développement des filières du fait de l'environnement et suggère la prise en compte d'une approche filière pour éventuellement cerner l'ensemble des enjeux liés en vue de construire une réponse holistique à la question du développement des industries de la culture au Burkina Faso.

L'approche filière pour mieux cerner les défis et orienter des politiques publiques adaptées

L'approche filière dans le cadre du développement des industries culturelles nous a semblé plus indiquée tout au long de cette recherche. Elle révèle que les filières ont des développements hétérogènes et qu'elles ne sont pas au même niveau. Par exemple dans la plupart de ces filières, le maillon distribution est quasiment inexistant parce que la dynamique de marché n'est pas suffisante pour provoquer la division du travail qui permettrait à ce maillon d'être viable. On trouve par conséquent la même personne exerçant les fonctions de producteur, distributeur, réalisateur, scénariste et exploitant de salles dans certains cas.

Autre chose, nous voyons dans cette approche la possibilité de faire des choix raisonnés sur ce qu'on pourrait appeler « *filière porteuse* » c'est-à-dire qui est à même, une fois bien lancée,

d'entrainer bien d'autres filières. Cette démarche étant possible par une analyse fine des filières, rendrait désormais lisibles les politiques publiques en matière de programmation du développement des industries culturelles au Burkina Faso. Notre conviction est par ailleurs fondée sur la position de Francisco D'ALMEIDA qui fait remarquer :

> *« … qu'en Afrique, il y a des filières qui sont dynamiques et il y a des filières sinistrées. Les pays africains, ils ont intérêt à miser fortement sur image et son. D'autant plus que ce sont des sociétés d'oralité, c'est la filière de l'image de cinéma qui est vivante. En musique enregistrée, du son enregistré, là il y a un dynamisme. Il y a d'autres filières qui ont du dynamisme aussi. C'est celle du spectacle vivant. Il y a un patrimoine culturel aussi dont fait l'articulation avec les autres filières notamment le design, l'architecture, le textile. Donc, il y a plusieurs filières qui pourraient faire l'objet de ça. Et il y a une filière qui est sinistrée, c'est celle du livre, de l'écrit. Bon il y a des pays où la filière du livre est dynamique comme l'Afrique du Sud, comme le Cameroun, mais le développement de la filière est freiné par l'absence d'une politique publique qui permet une action de l'État. Donc il faut une stratégie produite à partir d'une stratégie cohérente, d'encadrement et de soutien qui serait fondée à la fois sur le développement scolaire et à la colonne vertébrale de l'économie du livre, et le développement des publics, des lecteurs. »*[409]

Enfin, l'approche filière permet de toucher du doigt les problèmes de la chaine de production. Notre travail a permis de comprendre que de la production des biens culturels à leur consommation, il y a des particularités propres à chaque filière. Les filières partagent cependant des difficultés qui peuvent faire l'objet d'un examen global mais pas une réponse générale.

Premièrement, si l'on prend la production, il ressort globalement qu'il y a une insuffisance de ressources humaines spécialisées et d'agences uniquement spécialisées que dans les financements de la création. C'est un handicap observable dans l'analyse des filières. Ce handicap s'est accentué avec la banalisation des actes d'accès illégaux aux biens et services culturels. Les producteurs ne trouvent plus d'intérêt à investir dans des secteurs qui ne leur rapportent pratiquement rien. Pendant ce temps, la volonté de créer et les capacités artistiques des auteurs ou créateurs ne sont pas remises en cause ni défaillantes. C'est entre autres ce qui explique la forte montée de l'autoproduction dans presque toutes les filières étudiées.

Deuxièmement, si on considère la question de la distribution on se rend compte que c'est un maillon qui est quasiment inexistant. C'est aussi l'un des maillons les plus chers dans le

[409] Entretien réalisé le 20 mai 2017 à 15h30 à Grenoble dans les locaux de Culture et développement

domaine de l'industrie culturelle. Celui qui demande plus d'investissement en logistique, en organisation et en capacité de connaissance de la demande. On peut donc dans une approche filière encourager la réflexion sur des modalités alternatives au lieu d'abdiquer et encourager la *stratégie multicarte* où un seul fait tout : scénariste, réalisateur, producteur, distributeur, etc.

Enfin, au niveau de l'étape de la jouissance de la consommation des biens, il n'y a pas non plus suffisamment de structures d'accès qui organisent de façon professionnelle le lien indispensable entre l'œuvre ou le produit culturel et son public. C'est par exemple le cas du livre (et toutes les autres filières étudiées) quand on se pose justement un certain nombre de questions : pourquoi les gens produisent les livres ? Comment les acteurs font ? Comment le livre écrit par l'auteur est promu ? Par quels circuits il va jusqu'aux mains des lecteurs ? Il n'y a pas suffisamment de lieu de médiation ou des structures de médiation pour raccourcir le circuit entre le livre et les lecteurs. C'est parce que l'ensemble des acteurs n'ont pas encore compris la fonction de la chaine de valeur qui caractérise une filière et la nécessité d'avoir un ensemble complet et cohérent de fonction évoluant dans un contexte qui permet la viabilité économique de la filière, que l'ensemble des filières étudiées dans ce travail, peinent à s'épanouir.

L'approche filière, à la lumière de notre travail, oriente les actions voire les stratégies adaptées à chacune des filières culturelles industrialisables au lieu de les considérer comme un tout indifférencié qui n'aurait pas besoin de précautions particulières. C'est une erreur en effet, de penser que la question du financement des entreprises culturelles, puisqu'elle est objectivement générale, est de ce fait la même pour les filières *Livre*, *Cinéma*, *Jeux vidéo*, etc. L'approche filière permet donc d'apporter avec finesse des réponses beaucoup structurelles à l'ensemble de la chaine de valeur et de considérer l'ensemble des acteurs de près ou de loin concernés par le processus de production jusqu'à la consommation.

Oser sortir les industries culturelles de leur chrysalide

Même si nous sommes mal à l'aise d'adopter une posture prescriptive sur les industries culturelles et créatives au Burkina Faso, il nous a paru un peu logique de terminer notre travail par des pistes voire des orientations qui engageront la réflexion sur comment s'y prendre dans le projet de développement des industries culturelles.

Premièrement, notre travail a montré que les industries culturelles sont dans leur organisation actuelle, assez jeunes. Nous avons constaté depuis le tournant des années 2000, l'effet d'un certain nombre de mesures prises au début des années 1990. On pourrait noter principalement la création de la maison de production *Seydoni productions,* l'adoption d'une politique

culturelle, l'inscription de la culture comme secteur prioritaire dans les référentiels de développement du pays, les nouveaux dispositifs de financement de la culture et le début d'une organisation des acteurs.

Deuxièmement, nous avons relevé qu'à l'épreuve du temps, les mesures prises relevant des politiques publiques, n'ont pas suffisamment donné les résultats escomptés. Les initiatives n'ont pas bénéficié des moyens nécessaires et de toute la volonté nécessaire pour atteindre les ambitions fixées. Pourtant inscrites en lettres d'or dans les référentiels de développement du pays, certaines de ces ambitions ont été purement et simplement abandonnées ou pour le moins, reconsidérées, du fait des nombreux changements sociopolitiques dans le pays.

Sur la base de ces observations, nous suggérons la réflexion autour des points ci-après dans l'espoir de voir s'améliorer les conditions et le rythme de développement des industries culturelles au Burkina Faso.

Repenser les politiques publiques

Les politiques développées jusque-là produisent des effets souvent contradictoires et sont victimes de leur incohérence interne. Par exemple sur le plan institutionnel, on a une simple direction qui s'occupe de la promotion des industries culturelles donc avec des moyens limités. Aussi, cette même direction voit son champ d'action se rétrécir avec des Directions générales qui œuvrent dans le champ des industries culturelles. Ces contradictions sont aussi perceptibles dans les mécanismes de financement de la culture. Alors qu'un fonds vient d'être opérationnalisé pour l'ensemble des actions culturelles, personne n'a envie de créer une synergie forte autour dudit fonds avec par exemple, la suppression des autres fonds satellites de nature sectorielle. Bien au contraire, nous avons entendu les acteurs et les cadres du ministère de la Culture défendre la nécessité de maintenir ou de créer des fonds spécifiques.

Il n'y a pas une vision globale qui fédère les actions et qui les inscrit dans la durée. Les actions sont sporadiques et fonction de la coloration politique du moment. Tantôt on responsabilise le secteur privé, tantôt c'est l'administration publique culturelle qui pilote à sa guise l'essentiel des actions.

Il nous faut alors tendre vers ce qu'il convient d'appeler des actions structurantes de sorte à faciliter un effet d'entrainement au sein et entre filières culturelles. Pour cela, le seul document de politique ne suffit pas, mais plus de la volonté suite à une prise de conscience de que les industries culturelles et créatives représentent (ou peuvent représenter) pour un pays comme le Burkina Faso (en considérant les enjeux de tous ordres liés à chacune des filières étudiées dans

notre travail) et de l'investissement sans saupoudrage calculé au prisme des dividendes politiques et partisans.

Questionner le rôle du secteur privé et de la société civile culturelle

Le développement des industries culturelles ne pourra se faire sans le secteur privé. Mais tout laisse croire que son rôle n'est pas encore bien perçu par les acteurs. Les politiques publiques soufflent le froid et le chaud quant à la responsabilisation du privé[410]. Les propos de certains acteurs privés sont assez édifiants.[411] Le secteur privé a des difficultés bien connues mais aucune politique ne vise le traitement de ces difficultés de façon à le rendre beaucoup plus compétent et efficace. Nous pensons donc que la société civile culturelle doit davantage se constituer et renforcer ses capacités pour impulser la dynamique souhaitée au secteur de la culture. Cette société civile culturelle pourrait s'investir le rôle de faire adopter des politiques culturelles et des outils capables de structurer assez efficacement le secteur des industries culturelles et créatives.

Par ailleurs, pour donner aux pouvoirs publics les interlocuteurs de terrain requis, c'est-à-dire, expérimentés et compétents, il est essentiel de soutenir et de repenser le regroupement des professionnels de la culture. Des organisations faitières ont été mises en place ces dernières années mais manquent de l'accompagnement de l'État et peinent à devenir de véritables forces de proposition. Or, en s'appuyant sur ces organisations professionnelles, structurées, les acteurs culturels peuvent acquérir des compétences techniques et artistiques et faire face au marché mondial.

L'autre aspect à considérer, c'est la question de la gouvernance insuffisante de la société civile culturelle. La gouvernance au niveau des acteurs culturels demeure faible, mal organisée et faiblement structurée. Le manque de régulation du secteur culturel reste très largement dominé par l'informel. Le fonctionnement du secteur formel lui-même est peu réglementé. Une ingénierie culturelle digne de ce nom qui aide les artistes et opérateurs à gérer divers aspects de leurs projets ou leur carrière est inopérante. On constate un problème de représentation et des difficultés de mise en réseau malgré les débuts d'une structuration impulsés par le programme ARPIC. En effet, les Associations nationales de musiciens, d'artistes plasticiens, de

410 Des rencontres entre secteurs public et secteur privé avaient été initiées pour rapprocher les deux entités mais ont été abandonnées pour plusieurs considérations. Les politiques actuelles font de l'État un véritable entrepreneur avec l'argument selon lequel, le niveau d'organisation et de compétence du privé ne lui permet pas d'assurer certaines actions. Ainsi, c'est la Foire internationale du livre de Ouagadougou, le FESPACO, le Salon internationale de l'artisanat de Ouagadougou, etc. ont aujourd'hui un ancrage institutionnel fort évacuant la possibilité pour l'État de céder ces initiatives aux acteurs du privé.

411 Lire l'annexe n°X.

producteurs, d'animateurs culturels, de cinéastes, de managers culturels et managers d'artistes, censées représenter les intérêts de diverses catégories d'acteurs et corps de métiers, ne sont pas toujours efficaces et dignes de confiance ; elles ne bénéficient pas non plus de l'aide nécessaire de la part de l'État central pour mieux défendre leurs intérêts. Toute cette situation a révélé des acteurs du développement de l'entrepreneuriat culturel, très mal informés sur des questions aussi importantes que sont le potentiel des industries culturelles, les logiques de fonctionnement des filières, les conventions internationales que l'État s'est engagé à respecter, les droits d'auteur, les réglementations du travail, les formations disponibles, les sources de financement potentielles, etc.

Après ce travail de recherche et le temps passé sur le terrain, nous sommes à mesure de dire que le secteur privé est la solution, à terme, à la question de développement des industries culturelles en tandem avec une administration publique qui reste et joue un rôle de facilitateur et d'aménagement de l'environnement d'affaires.

Créer une économie de la culture compétitive et assurer l'éducation à la consommation culturelle

Une chose est de créer des biens et services culturels et une autre est de les mettre sur le marché afin qu'ils parviennent aux consommateurs finaux.

L'évolution des marchés des biens culturels au Burkina Faso est déterminée en partie par la croissance régulière de la demande, ainsi que par l'amélioration des capacités de production. Or, la faiblesse du pouvoir d'achat et la faible taille démographique des marchés, l'insuffisance de ressources financières ainsi que les facteurs alourdissant les couts de production et de commercialisation, empêchent la production nationale, de satisfaire la globalité de la demande de biens culturels. Trop chère et parfois de qualité artistique et technique insuffisante, la production n'est ni qualitativement compétitive comparée aux biens culturels occidentaux, ni économiquement concurrentielle par rapport aux produits piratés vendus à un prix dérisoire au plus grand nombre.

Outre la taille restreinte de la population et le faible pouvoir d'achat de ses consommateurs potentiels, les entreprises culturelles du Burkina Faso sont confrontées à une forte fragmentation linguistique et culturelle de leurs marchés. Le faible taux d'alphabétisation et de scolarisation limite le nombre de consommateurs potentiels d'un certain nombre de produits comme ceux de la filière du *Livre* par exemple.

La filière *Cinéma* connait une baisse de la fréquentation des salles depuis les années 1990 avec une timide reprise impulsée par des projets comme « *Succès cinéma* » mis en œuvre depuis 2012.

En somme, l'étroitesse du marché pourrait s'expliquer par le prix élevé des produits culturels, et qui contraste avec le pouvoir d'achat des consommateurs. Il s'agit là d'un obstacle structurel qui facilite la pénétration de produits étrangers. Toutefois, cette pénétration ne remet pas toujours en cause le succès des œuvres produites localement ; l'exemple type qui convainc c'est le succès des films produits dans le cadre de l'action de *l'Association de soutien et de gestion du fonds succès cinéma Burkina Faso* dont nous venons de faire cas.

Pour apporter un souffle nouveau à l'économie de la culture souhaitée d'ailleurs par les deux derniers référentiels de développement de notre pays, il nous semble qu'il faut en plus de ce qui vient d'être dit, agir sur les fiscalités souvent défavorables. Jusque-là, les régimes fiscaux ne tiennent pas toujours compte des réalités des secteurs culturels et vont souvent même à l'encontre de leur développement. Par ailleurs, jusque-là, l'État burkinabè n'a su développer une politique fiscale incitative en matière d'investissement dans l'industrie de la culture. Les équipements musicaux et informatiques, par exemple, ne bénéficient pas d'exonérations ou de facilités destinées à favoriser l'investissement dans le secteur. Selon l'étude de l'OIF,[412] les taxes douanières sont prohibitives sur les intrants et les équipements et varient entre 40 % et 110 %. Les filières culturelles n'attirent pas d'importants investissements de la part du secteur privé. La nature aléatoire de la rentabilité des investissements dans le secteur culturel, la prédominance de l'informel et sa difficile prévisibilité, rebutent le secteur bancaire. En outre, ces filières sont d'autant plus perçues comme étant dénuées d'intérêt qu'il n'existe pas de mesures fiscales pour inciter l'investissement privé à s'y engager. A cela s'ajoute la piraterie qui menace les retours sur investissement ainsi que l'encadrement institutionnel et juridique qui demeure insuffisant.

Ce qui pourrait expliquer que certains opérateurs soient en effet moins attirés par le secteur et beaucoup plus attirés par des investissements dans les mines, les BTP et les transports.

Il faut par ailleurs travailler à réduire les couts de production jusque-là alourdis. En effet, la production de biens dans le cadre des industries culturelles, est caractérisée par l'utilisation de marchandises intermédiaires et de facteurs de production rarement produits au Burkina Faso. L'importation d'intrants à un prix souvent inadapté au pouvoir d'achat des opérateurs culturels

412 D'ALMEIDA Francisco, ALLEMAN Marie-Lise. *Les industries culturelles des pays du sud. Enjeux du projet de convention sur la diversité culturelle*. Paris, France: OIF; 2004.

ainsi que les taxes, alourdissent finalement les couts de production et pénalisent les filières en termes de rentabilité ou de compétitivité.

La question semble cependant aujourd'hui trouver des débuts de solution avec l'appropriation du numérique par les acteurs pour ce qui concerne les acteurs de la filière *Cinéma et audiovisuel* et de la *Musique*. Pour la filière *Livre*, le cout du papier semble toujours assez cher pour les imprimeurs et les éditeurs de presse. Aussi, il existe de plus en plus avec les actions de formation professionnelle, un vivier de techniciens et professionnels du cinéma. Tout compte fait, il existe encore ces contraintes liées aux couts de la production qui sont de nature à décourager l'initiative des jeunes entreprises culturelles.

Traiter les problèmes juridiques et réglementaires

On estime 90 % les œuvres contrefaites au Burkina Faso. Les activités de piratage forment une véritable industrie à laquelle participent certains artistes, producteurs et distributeurs. On note donc une faible culture du droit d'auteur et la généralisation du piratage. Le décalage entre les lois existantes et leur non-application est dû tant à l'ignorance de la législation en vigueur par les créateurs qu'au manque d'outils et de soutien public auxquels les bureaux de droits d'auteur sont confrontés. Ainsi, cette situation freine le développement de la production culturelle et artistique.

Au Burkina Faso, l'adoption du statut d'artiste a été un parcours du combattant. Il a été finalement adopté avec ses outils d'application mais personne ne s'en sert pour en faire un moyen d'organisation et de valorisation du métier d'artiste. Du même coup, la pauvreté des artistes et leur sécurité sociale sont pleinement d'actualité. En effet, les artistes exercent souvent leur travail dans l'informel et bénéficient rarement d'une couverture sociale. Les revenus des artistes sont précaires et cette situation ne permet pas d'assurer leurs charges essentielles. On note au Burkina l'adoption d'un nouveau code de sécurité sociale favorable au secteur de la culture mais les acteurs semblent ne pas vouloir s'en approprier.

Une rigueur dans la règlementation pour contribuer un tant soit peu à réduire la pauvreté des artistes. Aujourd'hui, beaucoup sont emmenés à accepter n'importe quelle condition de travail et de rémunération. Cette précarité matérielle et financière constitue un frein à l'innovation car elle empêche la prise de risque et encourage la facilité.

Plus grave encore, la pauvreté des artistes est en train d'orienter la production vers les marchés sûrs et faciles. Elle pénalise de ce fait l'éclosion de la création des jeunes artistes et favorise d'autres maux.

Face à toutes ces questions, la règlementation et la législation devraient pouvoir y apporter des réponses idoines. Certains textes existent et sont même appréciés par les autres pays comme étant très bien élaborés, mais pratiquement aucun n'est mis en œuvre de façon satisfaisante pour les raisons que nous avons évoquées plus haut.

Financer la culture et développer les infrastructures culturelles (y compris numérique)

Au Burkina Faso, plusieurs fonds de soutien accompagnent le développement de l'activité culturelle : le Fonds de promotion des activités culturelles datant de 1996, le Fonds de développement des activités cinématographiques, le Fonds de développement culturel et touristique (le dernier-né) et dans une certaine mesure, les actions spontanées comme celle du *milliard du Président du Faso*.

En outre, il existe d'autres mécanismes de financement disponibles et ouverts à tous les secteurs d'activités tout comme le prélèvement de taxes sur les opérateurs de téléphonie mobile.[413] Mais force est de constater que la mise en œuvre souvent défectueuse de ces fonds les a rendus peu efficaces. C'est pour cela que nous estimons qu'il faut continuer d'explorer des pistes de financements innovants et travailler à combler les carences qui existent déjà dans le fonctionnement des fonds créés. C'est entre autres la mauvaise organisation technique et administrative de la gestion, la mauvaise définition des bénéficiaires des prêts, les faiblesses de l'étude technique et financière des projets, l'absence de réflexion sur le système de garanties à mettre en place, l'absence d'une vraie stratégie de récupération des fonds prêtés, et la question de la confiance et de l'appropriation des systèmes de financement par les acteurs en les mettant au cœur de la démarche plutôt que de simples bénéficiaires.

S'il est vrai que le développement des entreprises culturelles exerçant dans les filières culturelles industrialisables, passe par le secteur privé nécessairement, il est indiqué de souhaiter, voire d'encourager, l'accompagnement des banques et des institutions bancaires du Burkina Faso. Notre enquête nous a mis en lien avec les différentes banques et le constat est que le capital confiance des banques vis-à-vis des opérateurs culturels d'abord et vis-à-vis du produit culturel ensuite, est un capital faible voire, nul[414]. Il convient de relever la faible implication du secteur bancaire et de l'investissement privé. Les conditions d'accès aux crédits et aux subventions sont très difficiles pour les acteurs et les matières premières et fournitures subissent une fiscalité importante. Les difficultés d'accès aux ressources nationales réduisent les marges de manœuvre des professionnels et limitent leur capacité à répondre aux

413 Consulter l'annexe n°XVIII.

414 Lire de ce fait l'annexe n°XII.

demandes des marchés locaux et internationaux. Ce phénomène les rend dépendants des financements extérieurs dont les critères et le montant peuvent fluctuer.

Pour la question des infrastructures, elle est capitale et encore totale. L'insuffisance des infrastructures culturelles constitue un frein important au développement de l'économie de la culture. L'engagement public et les initiatives privées ont fortement freiné et l'implantation des infrastructures techniques nécessaires au développement des industries culturelles se fait au compte-gouttes. Les centres techniques et de ressources, les locaux de répétition, les salles ou lieux de spectacle, les salles de cinéma, les écoles et centres spécialisés de formation artistique et technique sont pour la plupart fermés ou en état de délabrement avancé. Les théâtres populaires construits à l'époque de la Révolution sous le régime du Président Thomas Sankara, sont actuellement dans un état de délabrement. La plupart de ces infrastructures ont été rétrocédées aux collectivités locales en manque de budget d'entretien. Comme nous l'avons évoqué dans ce travail, des projets de réalisation d'infrastructures existent dans les tiroirs du ministère de la Culture mais ont de la peine à se concrétiser. Dans le secteur du Cinéma, c'est le *Groupe Bolloré* qui investit dans la réalisation de salles de cinéma (salles *Olympia* au nombre de deux) aux normes internationales.

En somme, les infrastructures de formation, de création et de diffusion sont assez précaires. La question des infrastructures numériques d'Internet sont encore hors de portée et de très mauvaise qualité de service. Les infrastructures énergétiques n'encouragent guère des investisseurs parce que l'accès à l'électricité est devenu, ces cinq dernières années, problématique….

Poursuivre la formation et de la professionnalisation des acteurs

Notre enquête de terrain a révélé qu'il y a des capacités de création mais il n'y a pas suffisamment de dispositifs de formation qui les accompagnent. Cette situation laisse penser que la création artistique est du talent inné. On ne pense pas que ça nécessite aussi de la formation. L'essentiel du dispositif de formation est détenu par le privé qui fait un peu par passion les choses et dont même le résultat dans ce domaine n'est pas reconnu par l'autorité. Nous en voulons pour preuves, entre autres, les nombreuses formations de deux à trois ans, dispensées par les centres et écoles de théâtre, de danse et de musique, mais qui ne sont pas sanctionnées par un diplôme national. Ce sont des attestations ou certifications de participation qui sont distribuées aux impétrants et qui ne peuvent assurer un statut social C'est donc organiser mieux la formation des acteurs en insistant sur la formation professionnelle qui

permettra de toucher des métiers dépourvus de ressources humaines qualifiées (manager d'entreprises culturelles, éditeur, marketing culturel, etc.).

Changer les mentalités et développer des outils de management culturel

La question des mentalités est à prendre à bras-le-corps. Les perceptions du métier ne sont pas toujours favorables à l'esprit d'entreprise nécessaire à faire valoir dans le cas des industries culturelles. Les acteurs gèrent les entreprises comme si elles étaient des associations ou de simples regroupements d'activités. C'est pourquoi nous pensons qu'une éducation dans ce sens est primordiale. Sinon les entreprises vont être créées mais aussitôt elles vont disparaitre parce que tout simplement les lois infaillibles de gestion ou de management et celles du marché se seront appliquées.

Les entreprises culturelles n'ont pas toujours des outils de gestion ou ne trouvent pas nécessaire d'en avoir. C'est le cas de l'élaboration de *business plan*, de la planification des actions sur plusieurs années et aussi les outils de gestion comptable et financière. La plupart des entreprises rencontrées ne disposent pas d'un bilan financier annuel ni de projections budgétaires sur les trois ans. On ne retrouve pas non plus des bilans d'activités de l'entreprise en bonne et due forme. Quand on rencontre des cas de gestion modèle, on se rend compte que c'est le résultat des exigences des bailleurs de fonds ou des partenaires techniques et non pas une culture naturelle de gestion et de fonctionnement développée par l'entreprise.

En somme, trop de handicaps freinent le développement de la culture et en particulier les industries culturelles. L'importance des investissements financiers que requièrent les industries culturelles, la non-opérationnalisation du statut de l'artiste, la faible protection de la propriété intellectuelle, le développement de la piraterie, les couts de production et de commercialisation handicapants, l'accès difficile au crédit et au financement privé, une taille de marché réel insuffisante (dû au pouvoir d'achat faible entre autres) et des réseaux de distribution peu efficaces voire défaillants d'une part et l'absence d'études systématiques rendant compte de la réalité économique de la culture et des industries culturelles dans le développement du pays d'autre part, constituent en effet de sérieux handicaps auxquels il faudra remédier en réfléchissant à des pistes qui viennent d'être proposées.

Perspectives de recherches futures

À ce stade de notre travail, nous avons le sentiment d'avoir ouvert des chantiers de recherches qui peuvent être abordés sous plusieurs approches. Ce sentiment est fondé sur les éléments

évoqués dans notre introduction générale où nous faisions remarquer le caractère parcellaire, univoque des travaux scientifiques sur les industries culturelles au Burkina Faso.

Avec ce travail, à défaut d'impulser la création d'un laboratoire de recherche tourné vers les questions des mutations des industries culturelles et créatives dans une perspective des sciences de l'information et de la communication, c'est à la limite travailler à faire entrer la question dans les débats universitaires et politiques avec une perspective pluri et interdisciplinaire.

L'Afrique, un champ de recherche particulier sur les ICC ?

À titre personnel, il s'agit de considérer avec de nouveaux outils d'analyse et des méthodes de travail créatives pour cerner l'objet des industries culturelles et créatives dans l'espace Afrique francophone. La question des marchés étant centrale dans le développement des industries culturelles, il faut parier que ce défi sera relevé par aires géographiques et linguistiques avant d'envisager grâce à l'Internet la conquête des autres marchés possibles.

L'Afrique, il nous semble, serait à l'orée des années 2050 une force démographique et un grand marché de consommation de produits. Qui va donc assurer la production et distribution de ces produits ? Va-t-il se jouer sur le sol africain des questions de positionnement de multinationales des industries culturelles où les Africains seront réduits à de simples consommateurs ou bien il va jouer stratégiquement la carte d'une Afrique qui produit ce qu'elle veut et consomme ce qu'elle consomme ?

Déjà, la situation laisse penser à une Afrique consommatrice mais nous sommes de ceux qui pensent que les acteurs peuvent inverser la tendance actuelle avec une prise de conscience suivie d'actions concrètes comme l'effort de planification du développement des industries culturelles et créatives.

Orientations de recherches possibles

C'est d'abord la question des mutations actuelles qui caractérisent les industries culturelles et créatives. Comment en effet, malgré la jeunesse relative des industries culturelles au Burkina Faso, ces mutations touchent la structure et l'organisation des filières prises individuellement ? Comment la question particulière du numérique et de l'Internet révolutionne la chaine de valeur des industries culturelles et créatives dans le contexte du Burkina Faso ? C'est en somme suivre de près les mutations des industries culturelles au Burkina Faso pour rendre compte des changements ou transformations (tant de l'intérieur que de l'extérieur) et dégager les grandes tendances.

Ensuite, ce sont les questions d'économie de la culture en lien avec le développement des territoires. D'ores et déjà, il conviendra de nous prévenir de la magie de la créativité, érigée en panacée du développement autour des bénéfices directs et indirects pour les collectivités qui auraient réussi le pari de l'attractivité d'une *pseudo* « *classe créative* » que Richard FLORIDA ou Charles LANDRY recommandent aujourd'hui aux acteurs.

Les auteurs critiques de la théorie des industries culturelles devraient nous aider à nous prévenir de ce risque, aussi bien Philippe BOUQUILLION, Pierre MŒGLIN, Bernard MIÈGE et Bertrand CABEDOCHE, que les auteurs anglo-saxons Mark BANKS et David HESMONDHALGH[415]. Nous sommes donc préoccupé de trouver l'articulation entre territoire (identité et diversité) et industries culturelles.

Enfin, les questions orientées vers la sociologie qui prennent en compte les pratiques et les usages culturels dans un contexte où la dépense culturelle des ménages est faible. Réaliser une première étude nationale à caractère scientifique sur les pratiques culturelles des Burkinabè, nous semble un impératif et une urgence pour changer ou renforcer les perspectives.

Au moment de conclure ce travail, qui a été pour nous très passionnant et éprouvant, nous ne pouvons que relever les imperfections de forme malgré toutes les précautions prises et le soutien particulièrement bien appuyé de nos deux directeurs de thèse d'une part, et éventuellement les insuffisances de fond de notre travail, qui du reste, vont nourrir en nous de nouveaux défis de recherche, à l'intérieur de notre cadre de travail professionnel tout comme dans notre engagement personnel pour la Culture en général et la promotion des industries culturelles et créatives au Burkina Faso en particulier.

C'est pourquoi nous considérons les limites de ce travail comme un adjuvant pour avancer.

415 Cf. BANKS, Mark, HESMONDHALGH, David (2009), "Looking for work in creative industries policy", *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 15, n° 4, November, pp. 415-430.
BOUQUILLION, Philippe, MIÈGE, Bernard, MŒGLIN, Pierre (2009), « La question des industries créatives en France », *Economica della cultura*, (Rivista trimestrale de l'Associazione per l'Economia della Cultura), Roma, n° 1, pp. 37-47, repris dans « La situacion de la industria creativa. Un debate significativo en Francia », pp. 97-116, in Enrique BUSTAMANTE, (ed.), 2011, *Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*. Barcelona, Editorial Gedisa SA.
CABEDOCHE, Bertrand (2018), « La ville, lieu de diffusion ou de captation des ressources ? Une analyse critique des politiques urbaines d'attractivité de la « classe créative », in Gerardo Arias CARBAJAL et Yves THÉORÊT(2018), *Communication, ville et espace public*, Lima et Paris, Université de Lima et Les éditions de l'immatériel, coll. « Ecritures du monde ».

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages généraux, chapitres d'ouvrages, articles scientifiques et autres documents

Bibliographie générale

Ouvrages généraux

- ADORNO, Theodor W. 1958. *Philosophie der Neuen music*, Frankfut : Europaïsche Verlagsanstalt [transl. *Philosophy of Modern Music*. New York : The Continuous International Publishing Group Inc. 2004].
- ANATÉ, Kouméalo, CAPO-CHICHI, Alain, KIYINDOU, Alain (dir.). 2015. *Quand l'Afrique réinvente la téléphonie mobile*. Paris, L'Harmattan.
- AURAY, Nicolas, BACACHE-BEAUVALLET, Maya, BASTARD, Irène, BEAUDOUIN, Valérie, BEUSCART, Jean-Samuel, BEAUVISAGE, Thomas, BENHAMOU, Françoise et al. 2011. *Culture numérique. Regards sur les industries créatives*. Paris: Le Manuscrit.
- BARRERE, Christian ; SANTAGATA, Walter. 2005. *La mode : une économie de la créativité et du patrimoine, à l'heure du marché*. Paris: La documentation française.
- BELL, Daniel. 1973. *The coming of post-industrial society: A venture in social forecasting*. New York: Harper Colophon Books.
- BENGHOZI, Pierre-Jean et CHANTEPIE, Philippe. 2017. *Jeux vidéo : l'industrie culturelle du XXI^e siècle ?* Questions de culture. Paris, France: Les presses sciences Po.
- BILTON, Chris. 2006. *Management and Creativity: From Creative Industries to Creative Management*. Malden, MA: Blackwell Pub.
- BOUQUILLION, Philippe, MIÈGE, Bernard et MŒGLIN, Pierre. 2013. *L'industrialisation des biens symboliques. Les industries créatives en regard des industries culturelles*. Grenoble, France: Presses Universitaires de Grenoble.
- BOUQUILLION, Philippe, MIÈGE, Bernard et MŒGLIN Pierre. 2013. *L'industrialisation des biens symboliques. Les industries créatives en regard des industries culturelles*. Grenoble, France: Presses Universitaires de Grenoble.
- BOUQUILLION, Philippe et COMBÈS, Yolande. 2007. *Les industries de la culture et de la communication en mutation*. Questions contemporaines. Paris, France: L'Harmattan.
- BOUQUILLION, Philippe, et COMBÈS, Yolande. 2007. *Diversité et industries culturelles*. Questions contemporaines. Paris, France: L'Harmattan.

- BOUQUILLION, Philippe. 2008. *Les industries de la culture et de la communication. Les stratégies du capitalisme*. Grenoble : PUG.
- BOUQUILLION, Philippe. 2008. *Les industries de la culture et de la communication. Les stratégies du capitalisme*, Grenoble, Presses Universitaires de Grenoble.
- BOUQUILLION, Philippe. 2012. *Creative economy creative industries. Des notions à traduire.* Médias. Paris, France: Presses Universitaires de Vincennes.
- BOUQUILLION, Philippe; COMBÈS, Yolande (dir). 2007. *Les industries de la culture et de la communication en mutation*. Paris : L'Harmattan.
- BUSTAMANTE, Enrique & ZALLO, Ramon. 1988. *Las industrias culturales en España. Grupos multimedia y transnacionales*. Madrid: Akal/Comunicación.
- BUSTAMANTE, Enrique. (Ed). 2003. *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- CABEDOCHE, Bertrand. 1990. *Les Chrétiens et le tiers-monde. Une fidélité critique*, Paris, Karthala (Coll. « Economie et Développement »).
- CASTELLS, Manuel. 1998. *La société en réseaux*. L'ère de l'information I. Paris: Fayard.
- CASTELLS, Manuel. 1999. *Fin de millénaire*. L'ère de l'information III. Paris: Fayard.
- CASTELLS, Manuel. 1999. *Le pouvoir de l'identité*. L'ère de l'information II. Paris: Fayard.
- CAVES, Richard. 2002. *Creatives Industries, Contracts between art and commerce.* Cambridge, London: Harvard University Press.
- CAVES, Richard. 2000. *Creative Industries : Contacts Between Art and Commerce*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- COWEN, Tyler. 2002. *Creative destruction, how globalization is changing the world's cultures*. Princeton: Princeton University Press.
- De BEUKELAER, Christiaan. 2012. *Developing cultural industries. Learning from the Palimpsest of Practice*. Amsterdam, The Netherlands: Diane Dodd.
- De CERTEAU, Michel.1980. *L'invention du quotidien. Les arts de faire*. Paris: Gallimard (The Practice of Everyday Life, trans. Steven Rendall, Berkeley : University of California Press, 1984).

- DUCOL, Benjamin. 2015. *Devenir djihadiste à l'ère du numérique - Une approche processuelle et situationnelle de l'engagement djihadiste au regard du web*. Université Laval, Canada,
- EKAMBO, Jean-Chrétien. 2018. *Médias pionniers au Congo : Se Kukianga 1891 ; Minsamu Miayenge. 1892*. Kinshasa et Paris, L'Harmattan, coll. "Médias d'hier"
- FLICHY, Patrice. (1980, 1991). *Les industries de l'imaginaire: pour une analyse économique des médias*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- FLICHY, Patrice. 1991. *Une histoire de la communication moderne*. Espace public et vie privée. Paris: Éditions La Découverte.
- GARNHAM, Nicholas. 2005. *From cultural to creative industries: An analysis of the implications of the "creative industries" approach to arts and media policy making in the UK*. International Journal of Cultural policy.
- GATES, Bill. 1995. *The road ahead*. Viking Penguin Books.
- HARTLEY, John. 2004. *Creative Industries*. Blackwell Publishing.
- HENNION, Antoine, VIGNOLLE, Jean-Pierre, 1978. *L'oligopole et la fourmilière : l'économie du disque en France*. Paris: ENSMP.
- HENRY, Colette. 2007. *Entrepreneurship in the Creative Industries: An International Perspective*. Edward Elgar Publishing.
- HIVER, Marc. 2010. *ADORNO et les industries culturelles. Communication, musiques et cinéma*. Communication et civilisation. Paris, France: L'Harmattan.
- HORKHEIMER, Max et ADORNO, W. Theodor. 1974. *La dialectique de la raison*. 1974e éd. Paris, France: Gallimard.
- HORKHEIMER, Max. 1972. *Critical theory. Selected essays.* Seabury Press.
- HUET, Armel, ION, Jacques, LEFÈBVRE, Alain, PERON, René et MIÈGE, Bernard. *Capitalisme et industries culturelles*. Deuxième édition revue et augmentée : 1984. Grenoble, France: Presses Universitaires de Grenoble, 1978.
- KABORÉ, Armand Joseph. 2007. *L'édition du livre au Burkina Faso*. Paris, France: L'Harmattan.
- KABORET, Auguste Ferdinand, et KABORÉ, Oger. 2004. *Histoire de la musique moderne du Burkina Faso Genèse, évolution et perspectives*. Ouagadougou, Burkina Faso: EDIPAP.

- LACROIX, Jean-Guy & TREMBLAY, Gaëtan. 1997. *The information society and the cultural industries theory*. Current Sociology Trend Report. Londres: Sage Publications.
- LACROIX, Jean-Guy. 1990. *La condition d'artiste: une injustice*. Montréal: VLB.
- LACROIX, Jean-Guy. La condition d'artiste : une injustice. Outremont, Québec: VLB éditeur, 1990.
- LEGUÉRÉ, Jean-Pierre, et STERN, Georges. 2000. *Manuel pratique d'édition pour l'Afrique*. Tunis: Agence Intergouvernementale de la Francophonie.
- LESSIG, Lawrence. 2004. *Free culture*. New York: Penguin Press.
- London: MIT Press.
- MACHLUP, Fritz. 1962. *The production and distribution of knowledge in the United States*.
- MADIÉGA, Yénouyaba Georges, NAO, Oumarou. 2003. *Burkina Faso. 100 ans d'histoire*, tome1, Paris, Karthala.
- MARGHEIRO, Lynn, HENRY, Dave, COOKE, Sandra & MONTES, Sabrina. 1998. *The emerging digital economy*. Washington: U.S. Department of Commerce.
- MATTELART, Armand, et MATTELART, Michèle. 2004. *Histoire des théories de la communication*. 3e édition. Repères. Paris, France: La découverte.
- MATTELART, Armand, NEVEU, Érik. 2003. *Introduction aux Cultural Studies*, Paris, La découverte, (Coll. "Repères").
- MATTELART, Tristan. 2011. *Piratages audiovisuels voies souterraines de la mondialisation culturelle*. Bruxelles : De Boeck.
- MATTELART, Armand, MATTELART, Michèle et DELCOURT, Xavier. 1984. *La culture contre la démocratie ? L'audiovisuel à l'heure transnationale*, Paris, La Découverte, 1984 (Cahiers libres).
- MÉNARD, Marc. 2004. *Eléments pour une économie des industries culturelles*. Montréal: Société de développement des entreprises culturelles.
- MIÈGE, Bernard, PAJON, Patrick & SALAÜN, Jean-Michel. 1986. *L'industrialisation de l'audiovisuel. Des programmes pour les nouveaux médias*. Paris: Aubier.
- MIÈGE, Bernard. 1997. *La société conquise par la communication. La communication entre l'industrie et l'espace public*. Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.

- MIÈGE, Bernard. 2004. *L'information-communication, objet de connaissance*. Bruxelles et Paris: De Boeck & Ina.
- De BUSTOS, Miguel, CARLOS, Juan. 1993. *Los grupos multimedia, estructuras y estrategias en los medios europeos*. Barcelona: Bosch Comunicacion.
- Ministère de la culture et de la communication. 2017. *Chiffres clés. Statistiques de la culture et de la communication 2017*. Paris, France: Ministère de la culture et de la communication, DEPS.
- Ministère de la Culture, des Arts et du Tourisme. 2016. *Bibliographie nationale n°3*, Ouagadougou, éd. Nouvelles éditons Pensée Africaine.
- Ministère des Arts et de la culture. 2001. *Livre blanc sur la culture*. Ouagadougou, Burkina Faso : Découvertes du Burkina.
- MINOUNGOU, Etienne et SAVADOGO, Mahamadé (dir). 2015. *Gouverner pour et par la culture*. Ouagadougou, Burkina Faso: Découvertes du Burkina.
- MURPHY, Peter; MARGINSON, Simon; PETERS, Michael. 2008. *Creativity and the Global Knowledge Economy*. First printing: Peter Lang Publishing.
- NORA, Simon & MINC, Alain. 1978. *L'informatisation de la société*. Paris: La documentation française.
- O'CONNOR, Justin. 2007. *The Cultural and Creative Industries, a Review of Literature*. Arts Council England.
- OUEDRAOGO, Jean Bernard. 2006. *Arts photographiques en Afrique*. Paris, France: L'Harmattan.
- OUEDRAOGO, Mahamoudou. 1997. *Prolégomènes pour l'action au sein du ministère de la communication et de la culture*. Éditions Sidwaya
- PARIS, Thomas. 2010. *Manager la créativité*. Pearson Village Mondial.
- PORAT, Marc U. 1977. *The information economy: Definition and measurement*. Washington DC: US Department of Commerce. Princeton: Princeton University Press.
- PRONOVOST, Gilles. 1996. *Sociologie du temps*. Bruxelles: De Boeck.
- RIFKIN Jeremy. 2000. *The age of access: The new culture of hypercapitalism*. New York: Putnam Publishing Group.
- SANOU, Salaka. 2000. *La littérature burkinabè: l'histoire, les hommes, les œuvres*. Francophonies. Limoges: Presses Universitaires de Limoges.

- SARE, Issoufou. 2011. *Création et développement des entreprises musicales au Burkina Faso. Enjeux, difficultés et perspectives.* Allemagne: Éditions Universitaires Européennes.
- SCHROEDER, Ralph 2002. *The social life of avatars: Presence and interaction in shared virtual environments*. London: Springer-Verlag ;
- SCHROEDER, Ralph, and AXELSSON, Ann-Sofie (Eds.). 2006. *Avatars at work and play: Collaboration and interaction in shared virtual environments*. New York: Springer ;
- SCHUWER, Philippe. 1994. *Traité pratique de l'édition*. Paris : Édition du Cercle de la Librairie.
- SISSAO Alain Joseph. 2002. *Alliances et parentés à plaisanterie au Burkina Faso, mécanismes de fonctionnement et avenir.* Sankofa & Gurli, novembre.
- THROSBY, David. 2000. *Economics and Culture*. Cambridge: University Press.
- TOFFLER, Alvin. 1980. *La troisième vague*. Paris: Denoël. Touraine, Alain. 1969. *La société post-industrielle*. Paris: Denoël.
- TREMBLAY, Gaëtan & LACROIX, Jean-Guy. 1991. *Télévision: La deuxième dynastie*. Québec: Presses de l'Université du Québec.
- TREMBLAY, Gaëtan. 1990. *Les industries de la culture et de la communication au Québec et au Canada.* Communication et société. Québec: Presses de l'Université du Québec.
- ZALLO, Ramon. 1988. *Economia de la communicacion y la cultura*. Madrid, Espagne: Madrid: Akal/Communicacion.
- ZOROM, Idrissa. 2017. *Législation et réglementation culturelles et artistiques au Burkina Faso*. Educ Afrique. Ouagadougou, Burkina Faso.

Chapitre d'ouvrages

- ADORNO, Theodor W. (1958). «Television and the patterns of mass culture». In Bernard Rosenberg and David Manning White (Eds), *Mass culture, the popular arts in America* (pp. 474- 488). New York: The Free Press & The Falcons Wing Press.
- AURAY, Nicolas et DAVIDOVICI-NORA, Myriam. 2011. « La filière du jeu vidéo ». In *Culture numérique: regards sur les industries créatives*, Le Manuscrit, 250. Paris, France: Le Manuscrit.
- BADINI, Amadé. 2002. « Les relations de parenté à plaisanterie : éléments des mécanismes de régulation sociale et principe de résolution des conflits sociaux au Burkina Faso » in *Le Burkina Faso entre révolution et démocratie* (1983-1993), l'Harmattan, Paris.
- BENCHENNA, Abdelfettah. 2016. « Une économie politique critique de l'entrepreneuriat culturel dans les pays du Maghreb est-elle envisageable ? » In *Industries culturelles et entrepreneuriat au Maghreb*, 282. Socio-anthropologie des mondes méditerranéens. Paris, France: L'Harmattan.
- BENGHOZI, Pierre-Jean. 2006. « Mutations et articulations contemporaines des industries culturelles ». In *Création et diversité au miroir des industries culturelles*, 129-52. Paris, France: La documentation française.
- BENJAMIN, Walter. 1969. « The Work of Art in the Age of Mechanical Reproduction », in *Illuminations*, New-York : Schocken.
- BOUQUILLION, Philippe, BRIGAUD-ROBERT, Nicolas, COMBÈS, Yolande, RODIONOFF, Anolga. 2011. (avec la contribution de Bernard MIÈGE), « Les mutations des filières cinématographiques et audiovisuelles : enjeux pour la diversité culturelle », in BOUQUILLION, Philippe, COMBÈS, Yolande (dir.), *Diversité et industries culturelles*, Paris, L'Harmattan.
- BOUQUILLION, Philippe, MIÈGE, Bernard, MŒGLIN, Pierre. 2009. « La question des industries créatives en France », Economica della cultura, (Rivista trimestrale de l'Associazione per l'Economia della Cultura), Roma, n° 1, pp. 37-47, repris dans « La situacion de la industria creativa. Un debate significativo en Francia », pp. 97-116, in Enrique BUSTAMANTE, (ed.), 2011, *Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*. Barcelona, Editorial Gedisa SA.

- BOUQUILLION, Philippe. 2007. « Les mutations des ICIC, entre mutations des filières, des contenus et des sociétés ». In *Les industries de la culture et de la communication en mutation,* 11-29. Questions contemporaines. Paris, France: L'Harmattan.
- CABEDOCHE, Bertrand. 2013. « Diversité culturelle et régulation : des convocations terminologiques historiquement et politiquement délicates », pp. 53-68, in NAJI, Jamal Eddine et THÉORÊT, Yves (dir.), *Réflexions sur les diversités mondiales*, (Orbicom, Unesco et HACA), Casablanca, Les éditions maghrébines Aïn Sebaâ. Vidéo : http://orbicom.ca/fr/archives/188-morocco-2013-videos.html.
- CABEDOCHE, Bertrand. 2013. « L'inscription du cinéma documentaire en Afrique dans le champ des sciences humaines et sociales », préface pp. 17-44, in KIFOUANI, Delphe et FRONTY, François (dir.), *La diversité du documentaire de création en Afrique*, Paris, L'Harmattan.
- CABEDOCHE, Bertrand. 2016. « Objectivité et imagerie médiatique à l'heure de la photographie numérique : la quête insoluble », 2016, Hermès, An Academic Reffered Journal In *Human and Social Sciences*, Vol. 5 issue n° 4, october 2016, pp. 85-116, Cairo University Center for Languages and translation, Le Caire (Égypte)
- CABEDOCHE, Bertrand (2018), « La ville, lieu de diffusion ou de captation des ressources ? Une analyse critique des politiques urbaines d'attractivité de la « classe créative », in CARBAJAL, Gerardo Arias et THÉORÊT, Yves (2018), *Communication, ville et espace public*, Lima et Paris, Université de Lima et Les éditions de l'immatériel, coll. « Ecritures du monde ».
- CABEDOCHE, Bertrand. 2018. « Témoignage du désir d'Histoire », pp. 8-16, préface à l'ouvrage de EKAMBO, Jean-Chrétien, *Médias pionniers au Congo : Se Kukianga 1891 ; Minsamu Miayenge 1892*. Kinshasa et Paris, L'Harmattan, coll. "Médias d'hier".
- CABEDOCHE, Bertrand. 2018. « Une recherche de plus en plus structurante depuis l'Afrique sur la relation entre les technologies de l'information et de la communication et le changement social », in *Les apories des questions de développement dans les sciences de l'information et de la communication en Afrique.* Mélanges offerts au Professeur Missè Missè, Paris, L'Harmattan.
- ELLERSON, Beti. 2015. « Cinémas documentaires en Afrique au féminin », in FRONTY, François, KIFOUANI, Delphe. *La diversité du documentaire de création en Afrique*. Paris, L'Harmattan (Coll. "Images plurielles").

- FLICHY, Patrice. 1993. « Industries culturelles ». In SFEZ, Lucien (Ed.), *Le dictionnaire de la communication* (pp. 976-980). Paris: Presses universitaires de France, tome 2.
- GARNHAM, Nicholas. 2001. «From the arts to the creative industries: anatomy of a confusion» in Selwood, S. (ed.), *The UK Cultural Sector, profile and policy issues*, PSI, p. 445-458.
- GARNHAM, Nicholas. 1998. "Information society theory as ideology: A critique". In TREMBLAY, Gaëtan et MIÈGE, Bernard (Eds), *Théories de la communication*. *Loisir et Société*, (21), 1, 97-120.
- HOUNDÉGLA, Franck. 2007. « Une économie du design en Afrique ? » In *Les cultures africaines sont-elles à vendre? Richesses artistiques et développement économique*, 248. Paris, France: L'Harmattan.
- JEDLOWSKI, Alessandro. 2015. « The Women Behind the Camera : Female Entrepreneurship in the Southern Nigerian Video Film Industry», pp. 245-263, in Ute, RÖSHENTHALER, SCHULZ, Dorothea (eds), *Cultural Entrepreneurship in Africa*, New York, London, Routledge.
- KANGA, Osée Nana. 2006. « Un exemple de développement dans le contexte africain. L'appropriation de la téléphonie mobile en Côte d'Ivoire », pp. 106-123, in LAFRANCE, Jean-Paul, LAULAN, Anne-Marie, de SOTELO, Carmen Rico (dir.), *Place et rôle de la communication dans le développement international*, Québec, Presses de l'Université du Québec,
- LALLEMAND, S. 1997. « Relations à plaisanterie, relations froides » in *Une famille mossi*, Paris-Ouagadougou, CNRST, Recherches Voltaïques 17, pp. 269-294.
- MIÈGE, Bernard. 2016. « Industries créatives versus industries culturelles: quoi de nouveau? Quoi de différent? » In *Industries culturelles et entrepreneuriat au Maghreb*, 282. Socio-anthropologie des mondes méditerranéens. Paris, France: L'Harmattan.
- MAUSS, Marcel (1927-1928) « Parenté à plaisanterie », in Ecole Pratique des Hautes Etudes (EPHE), Section des Sciences religieuses, *Annuaire*, Paris, pp.3-21.
- MŒGLIN, Pierre et TREMBLAY, Gaëtan. 2012. « Industries culturelles, politiques de la créativité et régime de propriété intellectuelle ». In *Creative Economy, creative Industries : des notions à traduire*, 193-239. Médias. Paris, France: Presses Universitaires de Vincennes.

- NICOLAS, Yann. 2012. « Définir un champ des industries culturelles ou créatives? » In *Creative economy creative industries. Des notions à traduire*, 69-84. Paris, France: Presses Universitaires de Vincennes. Médias.
- OUEDRAOGO, Désiré. 2015. « La politique culturelle du Burkina Faso: où aller? » In *Gouverner pour et par la culture*. Ouagadougou, Burkina Faso: Découvertes du Burkina.
- PINHAS, Luc. 2007. « L'édition africaine à la croisée des chemins ». In *Les cultures africaines sont-elles à vendre? Richesses artistiques et développement économique*, 248. L'Harmattan.
- PINHAS, Luc. 2016. « La coopération internationale et le soutien aux initiatives culturelles au Maghreb ». In *Industries culturelles et entrepreneuriat au Maghreb*, 59‑77. Socio-anthropologie des mondes méditerranéens. Paris, France: L'Harmattan.
- ROVINE, Victoria. 2007. « Mode africaine: réseaux mondiaux et styles locaux ». In *Les cultures africaines sont-elles à vendre?*, 248. 69. Paris, France: L'Harmattan.
- TOURÉ, Chab. 2004. « L'Afrique et les objets ». In *Design made in Africa*, AFAA, 18‑22. Paris, France: Jean-Michel Place.
- TOUSSAINT, Florence. 2012. « Approche des industries créatives: origines et définition de la notion ». In *Creative economy creative industries. Des notions à traduire*, 61‑68. Médias. Paris, France: Presses Universitaires de Vincennes.
- TREMBLAY, Gaëtan. 1994. « De l'arbre de vie à l'autoroute électronique ». In Jean-Guy LACROIX, Bernard MIÈGE et Gaëtan TREMBLAY (Eds), *De la télématique aux autoroutes électroniques. Le grand projet reconduit*. Québec: Presses de l'Université du Québec, Grenoble: Presses de l'Université de Grenoble.
- TREMBLAY, Gaëtan. 2007. « Espace public et mutations des industries de la culture et de la communication ». In Philippe BOUQUILLION et Yolande COMBÈS (Eds). *Les industries de la culture et de la communication en mutation* (pp. 207-228). Paris: L'Harmattan.
- VANICA, Catherine. 2007. « Télécommunications mobiles avancées: réorganisation des filières et des logiques industrielles ». In *Les industries de la culture et de la communication en mutation*. Paris, France: L'Harmattan.
- YEE, Nick 2006. "The psychology of Massively Multi-User Online Role-Playing Games: Motivations, emotional investment, relationships and problematic usage". In

Avatars at Work and Play: Collaboration and Interaction in Shared Virtual Environments (Ed.). AXELSSON and Schroder, 34. London.

Dossiers et articles scientifiques

- ADORNO, Theodor W. 1964. « L'industrie culturelle. Communications ». (3), 12-18.
- ADORNO, Theodor W. 1987. « L'industrie culturelle revisitée ». Parachute, (48), 46-48.
- ANDRIEU, Sarah. 2007. « La mise en spectacle de l'identité nationale. Une analyse des politiques culturelles au Burkina Faso », Journal des anthropologues, Hors-série « Identités nationales d'État » (: 89-104).
- BANKS, Mark ; O'Connor, Justin. 2009. "After the creative industries", International Journal of Cultural Policy, vol. 15, no. 4, November, p. 365–373.
- BANKS, Mark, HESMONDHALGH, David. 2009. "Looking for work in creative industries policy", International Journal of Cultural Policy, Vol. 15, n° 4, November, pp. 415-430.
- MIÈGE, Bernard. 2012. « La théorie des industries culturelles (et informationnelles), composante des SIC », Revue française des sciences de l'information et de la communication [En ligne], 1 |, mis en ligne le 01 septembre 2012, consulté le 16 juin 2014. URL : http://rfsic.revues.org/80.
- BOUQUILLION, Philippe. 2010. «Industries, économie créatives et technologies d'information et de communication », tic & société [En ligne], vol. 4, no. 2, consulté le 23 avril 2012. URL : http://ticetsociete.revues.org/876.
- BOUQUILLION, Philippe. 2005. « La constitution des pôles des industries de la culture et de la communication. Entre "coups" financiers et intégration de filières industrielles ». *Lavoisier Réseaux* 2005/3 (131): 111 à 144.
- BOURON, Jean-Marie. 2010. « Les Pères Blancs, acteurs du jeu colonial. Mission catholique et enjeux politiques en Haute-Volta au lendemain de la seconde guerre mondiale », Histoire et missions chrétiennes, 2, n° 14, Karthala, pp. 59-81.
- CABEDOCHE, Bertrand. 2012. « Femmes et patrimoine culturel immatériel : l'expérience du film documentaire de création en Afrique sub-saharienne », pp. 107-120, in Études interculturelles, Grecirea, 5/2012, tome 2, et http://www.grecirea.net/textes/17Bertrand12.html

- CABEDOCHE, Bertrand. 2018. "Deconstructing and reconfiguring ICTs and Social Change in the Third Millenium. A state of the African contribution", in Dossier : L'internationalisation de la culture, de l'information et de la communication II : l'emprise progressive des industries de la communication sur les industries culturelles et créatives, Les Enjeux de l'Information et de la Communication, n°18/3A, pp. 5-50, [en ligne le 27 décembre 2017] URL : https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2017-supplementA/01-Cabedoche/.
- CABEDOCHE, Bertrand, « Communication Internationale » et enjeux scientifiques : un état de la recherche à la naissance des sciences de l'information - communication en France ». https://lesenjeux.univ-grenoble-alpes.fr/2016-dossier/04-CABEDOCHE/. Consulté le 26 avril 2018.
- CASTRONOVA, Edward, « The Right to Play », New York Law School Law Review, Vol. 49, No. 1, pp. 185-210.
- CHAMBAT, Pierre. 1994. « Usages des Technologies de l'information et de la communication (TIC) : évolution des problématiques », Technologies de l'information et société, 6 (3), p. 249-269.
- CUNNINGHAM, Stuart. 2009. "Trojan horse or Rorschach blot? Creative industries discourse around the world", International Journal of Cultural Policy, vol. 15, no. 4, November, p. 375–386.
- CUNNINGHAM, Stuart; FLEW, Terry. 2010. "Creative Industries after the First Decade of Debate," The Information Society: An International Journal, vol. 26, no. 2, p. 113-123.
- DEUZE, Mark. 2007. "Convergence culture in the creative industries," International Journal of Cultural Studies, vol. 10, no. 2, June, p. 243-263.
- TRAVERSO, Enzo. 2012. « ADORNO et les antinomies de l'industrie culturelle ». Communications 2012/2, no 91: 51-63.
- FLEURDORGE, Denis. 2005. « Du vêtement en général…et de celui de l'exclusion en particulier », Le sociographe, n° 17, pp. 13-14.
- CHARPY, Manuel. 2015. « Les aventuriers de la mode. Les sapeurs congolais à Paris et l'usage de la mode en migration (1890-2014) », Hommes et migrations, n° 1310, avril, pp. 25-33.

- FLEW, Terry. 2010. "Toward a Cultural Economic Geography of Creative Industries and Urban Development: Introduction to the Special Issue on Creative Industries and Urban Development", The Information Society, vol. 26, no. 2, march, p. 85-91.
- FLICHY, Patrice. 1987. Communication: Progrès technique et développement des usages. (Rapport à la CEE). Réseaux, (24), 105-110.
- FLICHY, Patrice. 1989. « Qui perd gagne. Histoire comparée de deux innovations: le vidéotex et le vidéodisque. Technologies de l'information et société ». (2), 1. Et Réseaux (37), 81-94.
- FOORD, Jo. 2009. "Strategies for creative industries: an international review", Creative Industries Journal, vol. 1, no. 2, p. 91-113.
- GARNHAM, Nicholas. 2005. "From Cultural to Creative Industries: An analysis of the implications of the 'creative industries' approach to arts and media policy making in the United Kingdom", International Journal of Cultural Policy, vol. 11, no. 1, p. 15-29.
- GIBSON, Chris; KLOCKER Natascha. 2004. "Academic publishing as 'creative' industry, and recent discourses of 'creative economies': some critical reflections", Area 36, no. 4, p. 423-434.
- GIBSON, Chris; KONG; Lily. 2005. "Cultural economy: a critical review", Progress in Human Geography, vol. 29, no. 5, October, p. 541 -561.
- LACROIX, Jean-Guy. 1986. Pour une théorie des industries culturelles. Cahiers de recherche sociologique, *4*(2), 5-18.
- MATTELART, Tristan. 2009. « Enjeux intellectuels de la diversité culturelle. Éléments de déconstruction théorique », Culture et prospective, n°2, 2009, p. 1-8.
- MIÈGE, Bernard & TREMBLAY, Gaëtan. 1999. Pour une grille de lecture du développement des techniques de l'information et de la communication. *Sciences de la société*, (47), 9-22.
- MIÈGE, Bernard. 2011. « La question des industries culturelles impliquées par/dans la diversité culturelle » dans Actes du colloque Systèmes Informatiques et Gestion de l'Environnement (SIGE), Douala, Cameroun, 2006, p. 75-81, repris dans Les Enjeux de l'Information et de la Communication [en ligne], 2006, mis à jour 14 août 2011. w3.u-grenoble3.fr/les.../Actes%20de%20Douala-Miege-pp75-81.html.
- MIÈGE, Bernard. 2004. « L'économie politique de la communication », Hermès/1, n° 38, p. 46-54.

- MIÈGE, Bernard, TREMBLAY, Gaëtan, 1998, « Introduction, théories sociales de la communication et théories communicationnelles de la société », Loisir et société, Vol. 21, n° l, p. 11-25.
- MISSÉ, Missé. 2014. « Les théories critiques en communication pour le changement social : regard critique », Revue française des sciences de l'information et de la communication [En ligne], 4 | 2014, mis en ligne le 01 janvier 2014. URL : http://rfsic.revues.org/931 ; DOI : 10.4000/rfsic.931.
- MŒGLIN, Pierre. 2012. « Une théorie pour penser les industries culturelles et informationnelles ? », Revue française des sciences de l'information et de la communication [En ligne], 1 | 2012, mis en ligne le 05 septembre 2012, consulté le 04 juillet 2016. URL : http://rfsic.revues.org/130.
- MŒGLIN, Pierre. 2012. « Une théorie pour penser les industries culturelles et informationnelles ? » *Société Française des Sciences de l'Information et de la Communication*, nº 130: 10.
- PERTICOZ, Lucien. 2011. « Envisager le jeu vidéo comme une filière des industries culturelles et médiatiques ». *Les Enjeux de l'information et de la communication* 2011/1 (n° 12/1): 125 à 142.
- POTTS, Jason, CUNNINGHAM, Stuart, HARTLEY, John & ORMEROD, Paul. (2008). "Social network markets: A new definition of the creative industries" in Journal of Cultural Economics, vol. 32, no. 3, p. 167-185.
- ROUET, François. 2014. « La création dans l'industrie du jeu vidéo, Abstract ». *Culture études*, nº 1 (novembre): 1‑16.
- RUEDA, Amanda. 2011. "Relations Nord/Sud dans le développement du cinéma documentaire en Afrique : enjeux économiques et esthétiques". Communication dans colloque Communication et changement social en Afrique, Grenoble, janvier 2010, publiée in Les Enjeux, janvier 2011. http://w3.u-grenoble3.fr/les_enjeux/2010-supplementA/Rueda/index.html.
- SANOU, Salaka. 2005. « La problématique de l'édiction littéraire au Burkina Faso ». *Langues & Littératures*, nº 9: 125‑38.
- SCHLESINGER, Philip. 2007. Creativity: from discourse to doctrine? *Screen*, (48) 3, 377-386. Silverstone, Roger. (1999). What's new about new media? *New Media and Society*, (1), 1, 10-12.

- SCHLESINGER, Philip. 2009. "Creativity and the experts: New Labour, think tanks and the Policy Process", The International Journal of Press/Politics, vol. 14, no.3, p. 3-20.
- SESSOUMA, Dramane. 2002. « Les parentés à plaisanterie », in Regard, n° 37 du 21 au 27 juin 1993, pp8-11 ;
- STALINSKY, Steven, SOSNOW R., « From Al-Qaeda to the Islamic State (ISIS), jihadi groups engage in cyber jihad : beginning with 1980s promotion of use of 'electronic technologies' up to today's embrace of social media to attract a new jihadi generation», The Middle East Media Research Institute Inquiry and Analysis - Jihad and Terrorism Studies, 5 décembre 2014.
- TALL, Sékou, « Les alliances cathartiques (parenté à plaisanterie) », in Tradition et modernité, n° 04, Juillet 1996.
- TREMBLAY, Gaëtan, 1997. « La théorie des industries culturelles face aux progrès de la numérisation et de la convergence », Sciences de la société, n° 40, p. 11–22.
- TREMBLAY, Gaëtan. 1995. Las autopistas electrónicas: modelos y desafíos. Autopistas de la Informació, què hi ha darrera d'aquesta metàfora? Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació, monografies i documents 13, Generalitat de Catalunya, pp. 11-24.
- TREMBLAY, Gaëtan. 1995. Hacia la sociedad de la información o el mercado electronico? Una perspectiva crítica. Comunicación y Estudios Universitarios, *Revista de ciencias de la información*, (5), 11-25.
- TREMBLAY, Gaëtan. 1997. La théorie des industries culturelles face aux progrès de la numérisation et de la convergence. *Sciences de la Société*, (40), 11-23.
- TREMBLAY, Gaëtan. 2003. La sociedad de la información y la nueva economía. Promesas, realidades y faltas de un modelo ideológico. *Télos*, (54), 16-23.
- TREMBLAY, Gaëtan. (2005-2006). Quels changements !? Entre l'exclamation et l'interrogation (pp. 29-33). Terminal, Paris: L'Harmattan.
- TREMBLAY, Gaëtan. 2006. Economía política del espacio público y mutaciones medíaticas. *CIC Cuadernos de Información y Comunicación*, (11), 223-240.
- TREMBLAY, Gaëtan. 2008. « Industries culturelles, économie créative et société de l'information ». Global Media Journal -- Canadian édition, vol. 1, no. 1, p. 65-88.
- TREMBLAY, Gaëtan. 1995. La société de l'information: du fordisme au GATESisme. *Communication Information*, (16), 2, 131-158.

- VOIROL, Olivier. 2011. « Retour sur l'industrie culturelle ». *Revue Réseaux* 2 (166): 125‑57. https://doi.org/10.3917/res.166.0125.
- YEE, Nick, BAILENSON, Jeremy N., and DUCHENEAUT, Nicolas. 2009. The Proteus effect: Implications of transformed digital self-representation on online and offline behavior. Communication Research, 36, 285–312.

Thèses et mémoires

- ATALLAH, Nabil. 2016. Joueurs des jeux de rôle en ligne massivement multi-joueurs (MMORPG) : caractéristiques de la pratique des jeux, aspect communicationnelle et orientations identitaires. Étude de cas : jeunes adultes libanais, thèse en doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université libanaise de Beyrouth, 2016.
- BANAO, Moumouni. 2010. « L'avènement du numérique et la production cinématographique au Burkina Faso: enjeux et perspectives ». Mémoire. Ouagadougou, Burkina Faso: ENAM.
- BITOND, Adrien. 2015. Titrailles, interactions et construction d'un espace public autour de la presse écrite : analyse ethnosociologique du kiosque à journaux au Cameroun, thèse pour le doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université Stendhal, Grenole3.
- CRETON, Laurent. 1997. « Innovation, filières et stratégies : analyse des industries du cinéma et de l'audiovisuel [synthèse de travaux en vue de l'obtention de l'habilitation à diriger des recherches] ». HDR, Paris: Université de Paris III-Sorbonne.
- RAMOS PASQUATI, Éric. 2011. L'appropriation socioculturelle du téléphone portable par les agriculteurs de la boucle de Mouhoun, Burkina Faso. Contribution à une approche socioculturelle des TIC pour le développement socio-économique, thèse pour le doctorat en sciences de l'information et de la communication, Université de Paris-Ouest Nanterre La Défense.
- VERHILLE, Odile. 2003. « Les activités cinématographiques et audiovisuelles en Afrique Subsaharienne, l'exemple du Burkina Faso ». Mémoire de maîtrise. France: Centre Universitaire de formation et de recherche Nîmes-Vauban.
- ZIDA, Raguidissida, Émile. 2018. Les industries culturelles dans les pays d'Afrique subsaharienne : le cas du Burkina Faso, Université Grenoble Alpes, 2 mars 2018.

Rapports et documents institutionnels

- Actes du Colloque : *Les langues nationales dans les systèmes éducatifs du Burkina Faso : état des lieux et perspectives.* Ouagadougou : DGINA-CRDI, 1994.
- ALLEMAN, Marie-Lise, D'ALMEIDA, Francisco Ayi, MIÈGE, Bernard, WALLON, Dominique. 2004. « Les industries culturelles des pays du sud, enjeux du projet de convention internationale sur la diversité culturelle », Paris.
- ARCEP. 2015. « Rapport annuel d'activités 2014 ». Final. Ouagadougou, Burkina Faso: Autorité de régulation des communications électroniques et des postes.
- DEP. 2011. « Répertoire des entreprises culturelles du Burkina Faso ». MCT.
- INSD. 2015. « Enquête multisectorielle continue (EMC) 2014. Caractéristiques sociodémographiques de la population ». Rapport d'études. Ouagadougou, Burkina Faso: Institut National de la Statistique et de la démographie.
- MCAT. 2017. « Stratégie nationale de développement de la culture et du tourisme ». Rapport final. Ouagadougou, Burkina Faso: Ministère de la Culture des Arts et du Tourisme.
- Ministère de la Communication et de la Culture. 1997. « États généraux du cinéma burkinabè ». Rapport introductif, MCC, Ouagadougou.
- Ministère de la Culture et du Tourisme. 2012. « Etude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique ». Rapport final. Ouagadougou, Burkina Faso: Ministère de la Culture et du Tourisme.
- Ministère de la Culture et du Tourisme. 2013. « Textes règlementaires sur le cinéma et l'audiovisuel ». MCT.
- PNUD. 2016. Rapport sur le développement humain [document PDF].
- UEMOA. 2004. « Programme d'actions communes pour la production, la circulation et la conservation de l'image au sein des États membres de l'UEMOA ». Programme d'actions. Ouagadougou, Burkina Faso: UEMOA.
- UNCB. 2014. « Recensement des structures, du matériel et des membres de l'UNCB ». Rapport de recensement des membres. Ouagadougou, Burkina Faso: UNCB.
- UNESCO, Institute for Statistics. 2005. « International Flows of Selected Cultural Goods and Services 1994-2003 : Defining and capturing the Flows of Global Cultural Trade ». Montréal, UIS, disponible sur www.uis.unesco.org/template/pdf/cscl/IntFlows_EN.pdf. Consulté le 12/05/2018.

- UNESCO. 2015. « Repenser les politiques culturelles. 10 ans de promotion de la diversité des expressions culturelles pour le développement ». Rapport mondial. Paris, France: Unesco.

Autres documents

- « Chiffre d'affaires mondial des jeux vidéo : 2015, 2016, 2019 ». s. d. Consulté le 7 février 2018. https://www.afjv.com/news/6197_chiffre-d-affaires-mondial-des-jeux-video-2015-2016-2019.htm .
- « Musique enregistrée et numérique : quels scénarios d'évolution de la filière ? - Département des études, de la prospective et des statistiques ». s. d. Consulté le 30 janvier 2018. http://books.openedition.org/deps/852 .
- « OXO, ou l'origine du jeu vidéo - IIM Paris - Grande École du Digital ». s. d. Consulté le 9 février 2018. https://www.iim.fr/lorigine-jeu-video/.
- « Présentation – Ciné Droit Libre ». s. d. Consulté le 31 décembre 2017. http://cinedroitlibre.org/presentation/ .
- AIDARA, Aminata. 2006. « On me reproche de réaliser des objets pas assez sculptés, pas assez africains ». *Africultures* (blog). 26 avril 2006. http://africultures.com/on-me-reproche-de-realiser-des-objets-pas-assez-sculptes-pas-assez-africains-4398/.
- BARLET, Olivier. 2017. « Boubakar Diallo : Répondre aux attentes des spectateurs ». *Africultures* (blog). 6 septembre 2017. http://africultures.com/boubakar-diallo-repondre-aux-attentes-spectateurs/ .
- BRECHON, Pierre, ABRIAL, Stéphanie, BOZONNET, Jean-Paul GONTHIER, Frédéric LOUVEL, Séverine et TOURNIER Vincent. 2011. *Enquêtes qualitatives, enquêtes quantitatives*. Politique en plus. Grenoble, France: Presses Universitaires de Grenoble.
- BYMAN Daniel L., WILLIAMS Jennifer R., AQ vs. IS and the battle for the soul of jihad, Brookings Institution, http://www.brookings.edu/blogs/markaz/posts/2015/03/24-lawfare-byman-williams-battle-soul-jihad#.VRJ9YcBPodI.twitter , 24 Mars 2015
- Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (2008). Creative Economy Report. The challenge of assessing the creative economy: Towards informed policy making, www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf.

- Département des études, de la prospective et des statistiques. « Musique enregistrée et numérique : quels scénarios d'évolution de la filière ? - http://books.openedition.org/deps/852. Consulté le 30 janvier 2018.
- DUBOIS, Natacha, « Le jeu vidéo comme outil pédagogique », Savoirs CDI, [mis en ligne juin 2017], https://www.reseau-canope.fr/savoirscdi/cdi-outil-pedagogique/apprentissage-et-construction-des-savoirs/education-et-pedagogie-reflexion/organiser-et-animer-des-espaces-pedago-ludiques-du-cdi/le-jeu-video-comme-outil-pedagogique.html.
- FORSANS, Emmanuel. 2014. « La dynamique économique du secteur du jeu vidéo français : La chaîne de valeur du jeu vidéo en France ». Agence. www.afjv.com. 2014. https://www.afjv.com/news/3285_la-chaine-de-valeur-du-jeu-video-en-france.htm.
- GRAWITZ, Madeleine. 1998. *Méthodes des sciences sociales*. 10e éd. Paris, France: Dalloz.
- HESMONDHALGH, David; BAKER, Sarah. 2006."Creative work in Cultural Industries". Communication au colloque international "Mutations des industries de la culture, de l'information et de la communication", 25, 26, 27 septembre, La Plaine Saint-Denis. Disponible sur le site Internet de l'OMIC.
- HUSICK Lawrence A., « The Islamic State's electronic outreach », Foreign Policy Research Institute e-notes, Philadelphie - États-Unis, Septembre 2014
- MATTELART, Armand. « Des biens et des services, porteurs d'identité, de valeurs et de sens. Bataille à l'UNESCO sur la diversité culturelle », Le Monde Diplomatique, octobre 2005. https://www.monde-diplomatique.fr/2005/10/MATTELART/12802

ANNEXES

Annexes A : Outils de collecte de données

Annexe I : Questionnaire papier administré aux acteurs culturels

SONDAGE SUR LES INDUSTRIES CULTURELLES AU BURKINA FASO

Collecte de données pour la Thèse de doctorat de Jacob Yarabatioula
Tél. : 70 32 11 50 ; E-mail : ORDEC.BF@GMAIL.COM

ADMINISTRE AUX ACTEURS CULTURELS DU PUBLIC ET DU PRIVE

Note : ce que nous vous demandons de faire s'inscrit dans le cadre strict de notre travail de recherche sur les **Industries Culturelles au Burkina Faso**. Nous cherchons à comprendre « comment on/se développe(nt) les industries culturelles au Burkina Faso? ». Nous vous prions donc d'accorder quelques minutes aux questions suivantes pour nous aider à collecter le maximum d'informations de qualité. Si vous avez des soucis quelconques, merci de ne pas hésiter à nous contacter au **+226 70 32 11 50** ou par e-mail : **ordec.bf@gmail.com**

31

I. IDENTIFICATION ET TRAJECTOIRES DES ENQUETES

1. Nom & Prénoms (facultatif)

YAMEOGO SOSTHENE

2. Pseudonyme (surnom sous lequel vous êtes beaucoup plus connu)

FJAC/4e

3. Age

53 ans

4. Sexe

- ○ Femme
- ⊗ Homme

5. Quel est votre niveau d'étude ?

- ○ Aucun
- ○ Primaire
- ○ Secondaire
- ⊗ Supérieur
- ○ Alphabétisé

6. Quel est votre dernier diplôme obtenu ?

- ○ AUCUN
- ○ CEP/CAP
- ○ BEPC/BEP
- ○ BAC
- ○ LICENCE
- ⊗ MAITRISE
- ○ DESS
- ○ DEA
- ○ MASTER
- ○ DOCTORAT
- ⊗ Autre (précisez) Formation Professionnelle Bac + 5

7. Indiquez ici votre nationalité

BURKINABE

8. Si vous résidez au Burkina Faso, indiquez ici la Région

- ⊗ Région du Centre
- ○ Région du Centre-Sud
- ○ Région du Centre-Nord
- ○ Région du Centre-Est
- ○ Région du Centre-Ouest
- ○ Région des Hauts-Bassins
- ○ Région des Cascades
- ○ Région du Sud-Ouest
- ○ Région du Mouhoun
- ○ Région du Nord
- ○ Région du Sahel
- ○ Région de l'Est
- ○ Région du Plateau Central

9. Quelle est votre ville de résidence actuelle?

OUAGADOUGOU

10. Indiquez ici votre adresse complète (Téléphone, E-mail, Site Web, etc.)

worgy100@yahoo.fr / 76 33 58 97

11. Indiquez ici si vous êtes du public ou du privé

- ○ Secteur Privé
- ⊗ Secteur Public

12. Avant de poursuivre, veuillez indiquer votre profession.

- ○ Artiste/Auteur/Réalisateur...
- ○ Promoteur ou entrepreneur culturel
- ○ Étudiant/Chercheur
- ⊗ Administrateur/Conseiller/Assistant/Animateur/formateur...
- ○ Journaliste culturel/Critique...
- ⊗ Autre (précisez) Professeur de Musique / Artiste - Acteur Compositeur

II. CONNAISSANCE DES INDUSTRIES CULTURELLES

13. Avez-vous déjà entendu parler d'industries culturelles ?

- ○ Non
- ⊗ Oui

14. Si oui dites approximativement quand ?

- ○ 50 ans passés
- ○ 40 ans passés
- ○ 30 ans passés
- ○ 20 ans passés
- ○ 10 ans passés
- ⊗ 5 ans passés
- ○ Moins de 5 ans

15. Si oui dites où et dans quelles circonstances

Dans le cadre d'une formation des acteurs culturels organisé par ARPIC

16. S'il vous fallait quatre mots pour exprimer votre compréhension de la notion d'Industries culturelles, quels seraient ces mots ? Citez-les ici.

- Entreprenariat
- Professionalisation
- Economie
- Statut de l'artiste

17. Définissez par vos propres mots la notion d'Industries Culturelles.

Statut de l'artiste et contrats de travail, marché de la culture, distribution et circulation des biens et services culturelles, structuration des maillons et filières culturelles

18. Croyez-vous qu'il existe des industries culturelles au Burkina Faso ?

- [x] Non
- [ ] Oui

19. Si oui, citez trois (3) exemples concrets de produits issus des industries culturelles ?

20. Citez ici trois (3) entreprises reconnues comme étant des industries culturelles au Burkina Faso ?

III. LES ENJEUX ET LES DEFIS DES INDUSTRIES CULTURELLES AU BURKINA FASO

21. Quelle est votre réaction à la seule évocation du mot « Industries Culturelles »? (cochez cinq (5) réponses maximum)

- [X] C'est un gros mot importé de l'Occident
- [ ] C'est un mot de plus sans trop d'importance
- [ ] C'est une autre trouvaille pour capter des financements
- [ ] C'est encore une machinerie de l'Occident pour piller notre patrimoine
- [ ] C'est un moyen pour se faire de l'argent à travers la culture
- [ ] C'est du capitalisme pur
- [ ] C'est une façon de vendre la culture
- [ ] C'est un danger pour la création
- [ ] C'est une menace pour la liberté des artistes
- [ ] C'est une façon de faire des artistes des esclaves
- [X] C'est un modèle de développement de la culture
- [X] C'est un moyen de prouver la dimension économique de la culture
- [X] C'est une solution pour sortir les artistes de la pauvreté
- [X] C'est un secteur d'activité à part entière
- [ ] Autre (précisez)

22. Quel est selon vous le pouvoir des Industries Culturelles ? (cochez trois réponses max)

- [X] Capables de Créer des emplois
- [X] Capables de Créer de richesses
- [ ] Capables de promouvoir la diversité culturelle
- [X] Capables de booster la production des biens et services culturels
- [ ] Capables de « démocratiser » les produits culturels
- [ ] Capables de prouver la dimension économique de la culture
- [ ] Capables de pervertir nos cultures
- [ ] Autre (précisez)

23. Pensez-vous que le Burkina Faso peut s'appuyer sur la culture et les industries culturelles pour asseoir un développement durable ?

- ○ Non
- ⊗ Oui

24. Justifiez ici votre réponse

Le développement durable ou tout développement durable, est d'abord endogène et qui de plus indique que la Culture pour promouvoir ce développement doit s'éduquer. La sensibilisation et la production des biens & services culturels

25. Quelle appréciation faites-vous en général de la qualité (artistique et technique) des produits culturels

	Très mauvaise qualité	Mauvaise qualité	Assez bonne qualité	Bonne qualité	Très bonne qualité
Disque (CD, k7)	○	○	⊗	○	○
Livre	○	○	○	⊗	○
Film	○	○	○	⊗	○
Presse écrite	○	○	○	⊗	○
Audiovisuel (télé, radio)	○	○	○	⊗	○
Oeuvre d'art (design)	○	○	○	⊗	○

26. Pour vous, quel est le niveau de formation, d'enseignement ou de recherche sur la problématique des Industries culturelles au Burkina Faso ?

	Très insuffisant	Insuffisant	Plutôt suffisant	Suffisant	Tout à fait suffisant
Cochez une réponse	⊗	○	○	○	○

27. De façon générale, quelle appréciation faites-vous des prix appliqués aux produits culturels (livres, cassettes, films, oeuvres d'arts...) au Burkina Faso?

	Très chers	Chers	Abordables	Moins chers
Le prix du livre	○	⊗	○	○
Le prix du CD ou K7	○	○	⊗	○
Le prix du ticket du cinéma	○	○	⊗	○
Le prix des oeuvres d'art (artisanat, design...)	○	⊗	○	○

28. Pour vous quels sont les problèmes majeurs du secteur des industries culturelles au Burkina Faso ? (Cochez 5 max)

- ☐ Le manque d'argent
- ☒ La faiblesse de la formation
- ☒ Le manque de volonté politique
- ☒ La faiblesse des maillons
- ☐ La faiblesse des politiques publiques
- ☐ L'inadaptation des politiques culturelles
- ☐ La faible décentralisation culturelle
- ☒ La faible professionnalisation des acteurs
- ☐ Les ressources humaines peu qualifiées et en nombre insuffisant
- ☐ La piraterie
- ☐ La faiblesse du droit d'auteur
- ☐ La faiblesse de la couverture médiatique
- ☐ Les infrastructures insuffisantes et inadaptées
- ☒ La faiblesse du marché
- ☐ La culture de la gratuité
- ☐ L'Etat (le système)
- ☐ Le privé (organisation, structuration)
- ☐ La mauvaise gouvernance
- ☐ Autre (Précisez)

29. Voulez-vous commenter avec des cas précis quelques unes de ces difficultés identifiées?

- Pour la musique que je connais, il n'y a jusqu'à présent aucune structure d'enseignement de la hauteur qui soit standardisée selon les standards internationaux, or la musique est universelle dans bien de ses approches méthodiques
- La non finalisation du statut de l'artiste est un manque de volonté politique qui fait la part belle à toutes formes d'imposteurs professionnelles

30. Quelle appréciation faites-vous du niveau de qualité des maillons des industries culturelles au Burkina Faso ?

	Très bon	Bon	Appréciable	Très faible	Faible	Médiocre
Niveau de la création/ Réalisation	○	○	○	⊗	○	○
Niveau de la Production/Édition	○	○	○	○	⊗	○
Niveau de la Commercialisation	○	○	○	○	⊗	○
Niveau de la Distribution	○	○	○	○	⊗	○
Niveau de la Promotion/Diffusion	○	○	○	○	⊗	○
Niveau de la formation	○	○	○	⊗	○	○

31. Quelle appréciation faites-vous du niveau de professionnalisme, des acteurs culturels du privé et du public?

	Très bon	Bon	Appréciable	Très faible	Faible	Médiocre
Acteurs du privé	○	○	○	○	⊗	○
Acteurs du public	○	○	○	○	⊗	○

32. Quelle appréciation faites-vous du niveau de consommation des produits issus des industries culturelles ?

	Très bon	Bon	Appréciable	Très faible	Faible	Médiocre
Cochez votre réponse	○	○	⊗	○	○	○

33. Pour vous, qu'est-ce qui pourrait justifier ce niveau de consommation des produits culturels du Burkina Faso?

- les complexes de toute genre transposés à l'Ecole à dans la vie et les médias
- l'acculturation galopante
- les impostures professionnelles asphyxiant
- la démission de l'Etat
- la fuite de responsabilité parentale dans l'éducation

34. Quelle appréciation faites-vous du niveau de couverture médiatique ou de promotion des produits et activités du secteur des industries culturelles?

	Très bon	Bon	Appréciable	Très faible	Faible	Médiocre
Cochez votre réponse	○	○	○	○	⊗	○

IV. Le développement culturel au Burkina Faso et les politiques publiques en faveur des industries culturelles

35. Au Burkina Faso, avez-vous l'impression que la culture fait des progrès ?

	La culture progresse tout à fait	La culture, plutôt progresse	La culture régresse carrément	La culture plutôt tâtonne
Cochez votre réponse	○	○	○	⊗

36. Quelle est pour vous la période charnière (remarquable) du développement culturel au Burkina Faso?

- ⊗ 1960-1980
- ⊗ 1980-1990
- ○ 1990-2000
- ○ 2000-2010
- ○ 2010 à nos jours
- ○ Autre (précisez) _____

37. Justifiez votre choix en situant des actions ou acteurs phares de cette période.

-Dans la musique, 1960-1980 fut la période des grands groupes musicaux (Harmonie, Super Volta, CVD, Dan Sympathique, Afro Soul System, etc) et des plus grandes créations léguées jusqu'à ce jour au patrimoine nationale
-1980-1990, avec la Révolution de 83, l'engagement politique et volontariste de Sankara a boosté [illegible] Ce dom

38. Pour vous, l'Etat devrait-il intervenir dans le développement des industries culturelles ?

- ○ Non
- ⊗ Oui

39. Si Oui ou Non dites pourquoi et Comment ?

Pour orienter et appuyer l'installation de ces industries au début. Il pourra par la suite, progressivement, faire la place au privé

40. Pour vous, quels sont les éléments les plus importants pour asseoir un développement culturel ? (cochez trois (3) max)

- ☐ Le Projet culturel et artistique
- ☒ La Formation
- ☐ L'environnement juridique et réglementaire
- ☒ L'organisation des acteurs et la structuration du secteur
- ☐ L'étude et les plans d'affaires (le modèle économique)
- ☐ Le Financement (subvention, prêt, sponsoring, mécénat...)
- ☒ La volonté (politique des acteurs)
- ☐ Autre (précisez)

41. Que pensez-vous du soutien financier de l'Etat à la culture en général et des industries culturelles en particulier ?

	Très faible	Faible	Assez faible	Consistant	Très consistant
Cochez votre réponse	○	○	○	⊗	○

42. Que pensez-vous du soutien politique (volonté politique) de l'Etat à la culture en général et des industries culturelles en particulier ?

	Fort	Franc	Faible	Mitigé
Cochez votre réponse	○	○	○	⊗

43. Que pensez-vous de l'environnement juridique et réglementaire du secteur de la culture en général et des industries culturelles en particulier ?

	Favorable	Plutôt favorable	Défavorable	Plutôt défavorable
Cochez votre réponse	○	○	⊗	○

44. Avez-vous connaissance/souvenir d'un ou plusieurs projets qui ont contribué de façon concrète au développement de la culture dans notre pays ?

- ○ Non
- ⊗ Oui

39. Si Oui ou Non dites pourquoi et Comment ?

Pour orienter et appuyer l'installation de ces industries au début. Il pourra par la suite, progressivement, faire la place au privé

40. Pour vous, quels sont les éléments les plus importants pour asseoir un développement culturel ? (cochez trois (3) max)

- ☐ Le Projet culturel et artistique
- ☒ La Formation
- ☐ L'environnement juridique et réglementaire
- ☒ L'organisation des acteurs et la structuration du secteur
- ☐ L'étude et les plans d'affaires (le modèle économique)
- ☐ Le Financement (subvention, prêt, sponsoring, mécénat...)
- ☒ La volonté (politique des acteurs)
- ☐ Autre (précisez)

41. Que pensez-vous du soutien financier de l'Etat à la culture en général et des industries culturelles en particulier ?

	Très faible	Faible	Assez faible	Consistant	Très consistant
Cochez votre réponse	○	○	○	⊗	○

42. Que pensez-vous du soutien politique (volonté politique) de l'Etat à la culture en général et des industries culturelles en particulier ?

	Fort	Franc	Faible	Mitigé
Cochez votre réponse	○	○	○	⊗

43. Que pensez-vous de l'environnement juridique et réglementaire du secteur de la culture en général et des industries culturelles en particulier ?

	Favorable	Plutôt favorable	Défavorable	Plutôt défavorable
Cochez votre réponse	○	○	⊗	○

44. Avez-vous connaissance/souvenir d'un ou plusieurs projets qui ont contribué de façon concrète au développement de la culture dans notre pays ?

- ○ Non
- ⊗ Oui

45. Si oui, citez-les ?

- Semaine Nationale de la Culture
- SIAO
- Les grands prix de la Musique
-

V. LE ROLE DES ACTEURS DANS LE DEVELOPPEMENT DES INDUSTRIES CULTURELLES

46. Pensez-vous que l'Etat fait souvent la concurrence aux promoteurs privés des industries culturelles ?

○ Non
⊗ Oui

47. Justifiez votre réponse

Je pense que l'Etat se substitut au rôle du privé de la manière la plus mauvaise, en ce qu'il est devenu est centre de clientélisme et d'affairisme au service de quelques privilégiés, triés sur le tas et selon les réorientations des ministres de la Culture au pouvoir

48. Quel rôle l'Etat et ses démembrements peuvent jouer dans le développement des industries culturelles ?

La conception, l'orientation et les conseils --- Il peut aussi favoriser la visibilité extérieur des productions culturelles, notamment le ministère des ~~Affaires~~ Etrangères, la Présidence

49. Avez-vous le sentiment que les décideurs politiques et administratifs parlent beaucoup plus de culture qu'ils n'en font ?

○ Non
⊗ Oui

50. Commentez votre réponse

L'événementiel et le populisme capitalisent l'intérêt au détriment de stratégies réalistes et réalisables, dans le court, moyen et long terme, en continue et homogène

51. Quel rôle le privé ou de la société civile culturelle peut jouer selon vous dans le développement des industries culturelles ?

Le privé pourrait apporter l'exigence de qualité, donc l'exigence de professionalisation et de formation des acteurs de la chaîne - la loi du marché

52. Pensez-vous que le privé joue pleinement son rôle dans le secteur de la culture ?

- [x] Non
- [ ] Oui

53. Quel rôle les Partenaires Techniques et Financiers (PTF) peuvent jouer selon vous dans le développement des industries culturelles ?

Ils peuvent orienter & guider avec des apports financiers divers, mais si et seulement si, l'Etat a lui-même défini clairement les étapes et les logiques du développement des industries culturelles

54. Pensez-vous que les PTF jouent pleinement leur rôle dans le développement des industries culturelles ?

- [ ] Non
- [x] Oui

55. Quel rôle les publics (Consommateurs) peuvent jouer selon vous dans le développement des industries culturelles ?

Ce sont les nerfs de la création artistique et de l'économie culturelle - Mais l'éducation des futurs consommateurs commence dès l'enfance, à la maison, à l'école, dans les médias

56. Pensez-vous que les Publics (Consommateurs) jouent pleinement leur rôle dans le développement des industries culturelles ?

- [x] Non
- [ ] Oui

57. Pensez-vous que la décentralisation (culturelle) est un moyen pour booster le secteur de la culture et les industries culture ?

- [ ] Non
- [x] Oui

58. Justifiez votre réponse

- Elle permet d'accompagner et d'être le centre même du développement endogène
- Elle donnera plus de visibilité à chaque région et boostera la concurrence
- Elle sera porteuse de la diversité culturelle et surtout servira de passerelle d'édification culturelle métis

59. Exprimez-vous librement dans l'espace ci-dessous si vous avez des points que vous souhaitez développer sur les Industries Culturelles au Burkina Faso.

Je trouve que l'on veut mettre les charrues avant les bœufs, voire sans les bœufs. Depuis quelques années qu'il est fait un tapage à propos de l'émergence des industries culturelles, nulle part je ne vois le même engouement ou empressement à proposer des solutions adéquates en matière de formation des acteurs et pour la finalisation du statut de l'artiste --- Quelle sera les délimitations juridiques et professionnelles qui vont encadrer le fonctionnement de ces industries culturelles ?

Quels sont les étapes logiques de la stratégie d'accompagnement des industries culturelles ?

Annexe II : Questionnaire numérique administré aux consommateurs

SONDAGE SUR LES INDUSTRIES CULTURELLES AU BURKINA FASO

Collecte de données pour la Thèse de doctorat de Jacob Yarabatioula
Tél. : 70 32 11 50 ; E-mail : ORDEC.BF@GMAIL.COM

ADMINISTRE AUX PUBLICS (CONSOMMATEURS)

Note : ce que nous vous demandons de faire s'inscrit dans le cadre strict de notre travail de recherche sur les Industries Culturelles au Burkina Faso. Nous cherchons à comprendre « comment on (se) développe(nt) les industries culturelles au Burkina Faso ». Nous vous prions donc d'accorder quelques minutes aux questions suivantes pour nous aider à collecter le maximum d'informations de qualité. Si vous avez des soucis quelconques, merci de ne pas hésiter à nous contacter au **+226 70 32 11 50** ou par e-mail : **ordec.bf@gmail.com**

I. Caractéristiques sociologiques de l'enquêté

1. Nom & Prénoms (facultatif)

Congo Nathanael

2. Pseudonyme (surnom sous lequel vous êtes beaucoup plus connu)

N/A

3. Age

30

4. Sexe

- ○ Femme
- ◉ Homme

5. Quel est votre niveau d'étude ?

- ○ Aucun
- ○ Primaire
- ○ Secondaire
- ◉ Supérieur
- ○ Alphabétisé

6. Quel est votre dernier diplôme obtenu ?

- ○ AUCUN
- ○ CEP/CAP
- ○ BEPC/BEP
- ○ BAC
- ○ LICENCE
- ◉ MAITRISE
- ○ DESS
- ○ DEA
- ○ MASTER
- ○ DOCTORAT
- ○ Autre (précisez)

7. Indiquez ici votre nationalité

Burkinabè

8. Si vous résidez au Burkina Faso, indiquez ici la Région

- ◉ Région du Centre
- ○ Région du Centre-Sud
- ○ Région du Centre-Nord
- ○ Région du Centre-Est
- ○ Région du Centre-Ouest
- ○ Région des Hauts-Bassins
- ○ Région des Cascades
- ○ Région du Sud-Ouest
- ○ Région du Mouhoun
- ○ Région du Nord
- ○ Région du Sahel
- ○ Région de l'Est
- ○ Région du Plateau Central

9. Quelle est votre ville de résidence actuelle?

Ouagadougou

10. Indiquez ici votre adresse (téléphone, E-mail...)

nathanedecongo@gmail.com

11. Avant de poursuivre, veuillez indiquer ici votre profession.

Economiste Gestionnaire

II. Perceptions et réalités du concept d'industries culturelles

12. Avez-vous déjà entendu parler d'industries culturelles ?

- ○ Non
- ◉ Oui

13. Si oui, dites approximativement quand ?

- ○ 50 ans passés
- ○ 40 ans passés
- ○ 30 ans passés
- ○ 20 ans passés
- ○ 10 ans passés
- ◉ 5 ans passés
- ○ Moins de 5 ans

14. Si oui, dites où et dans quelles circonstances

Avec un beau frère diplomé de trois cycle en gestion des industries culturelles

15. S'il vous fallait quatre mots pour exprimer votre compréhension de la notion d'Industries culturelles, quels seraient ces mots ? Citez-les ici.

organisation production art audio-visuel

16. Quelle est votre réaction à la seule évocation du mot « Industries Culturelles »? (cochez cinq réponses max)

- ☐ C'est un gros mot importé de l'Occident
- ☐ C'est un mot de plus sans trop d'importance
- ☐ C'est une autre trouvaille pour capter des financements
- ☐ C'est du capitalisme pur
- ☐ C'est une menace contre la création
- ☐ C'est encore une machinerie de l'Occident pour piller notre patrimoine
- ☐ C'est un moyen pour se faire de l'argent à travers la culture
- ☐ C'est une façon de vendre la culture
- ☐ C'est un modèle de développement de la culture
- ☐ C'est un moyen de prouver la dimension économique de la culture
- ☑ C'est un secteur d'activité à part entière
- ☐ Autre (précisez) _____

17. Définissez par vos propres mots la notion d'Industries Culturelles

organisation produisant et mettant sur le marché des produits ou des services artistiques ou audio visuels marchands ou non marchands

III. Connaissance et consommation des produits issus des industries culturelles

18. Croyez-vous qu'il existe au Burkina Faso des industries culturelles ?

- ○ Non
- ◉ Oui

19. Si oui citez trois (3) exemples concrets de produits issus des industries culturelles ?

le Fespaco
le SIAO
les NAK

20. Si oui citez ici trois (3) entreprises culturelles au Burkina Faso ?

le CENASA
Seydoni Production
CDC la termitière

21. Avez-vous déjà eu à consommer ou acheter des produits issus des industries culturelles ? (tels un livre, un CD, DVD...)

- ○ Non
- ◉ Oui

22. Quelle appréciation faites-vous en général de la qualité (artistique et technique) des produits culturels ?

	Très mauvaise qualité	Mauvaise qualité	Assez bonne qualité	Bonne qualité	Très bonne qualité
Disque (CD, k7)	○	○	◉	○	○
Livre	○	○	◉	○	○
Film	○	○	◉	○	○
Presse écrite	○	○	◉	○	○
Audiovisuel (télé, radio)	○	◉	○	○	○
Oeuvre d'art (design)	○	○	○	◉	○

23. Indiquez le nombre de produits culturels que vous pouvez acheter ou consommer par an :

	Au moins 1	Moins de 5	Au moins 5	Plus de 5
Nombre de livres par an	◉	○	○	○
Nombre de films par an	◉	○	○	○
Nombre de CD par an	○	◉	○	○
Nombre de spectacles par an	○	◉	○	○
Nombre d'oeuvres d'art par an	◉	○	○	○

24. Êtes-vous abonné à un journal ? Ou possédez-vous une télé? Où possédez-vous une radio? Ou possédez-vous un téléphone portable ?

○ Non
◉ Oui

25. Quelle est votre fréquence vis-à-vis des médias suivants?

	Tous les jours	Très souvent	Occasionnellement	Jamais
Presse écrite (journaux)	○	○	◉	○
Radio	◉	○	○	○
Télé	◉	○	○	○
Internet	◉	○	○	○
Téléphone portable	◉	○	○	○
Bibliothèque	○	○	◉	○

26. Quelle appréciation faites-vous des prix appliqués aux produits culturels au Burkina Faso?

	Très chers	Chers	Abordables	Moins chers
Le prix du livre	○	◉	○	○
Le prix des CD/K7	○	○	◉	○
Le prix des tickets de cinéma	○	○	◉	○
Le prix des oeuvres d'arts (artisanat, design...)	◉	○	○	○
Le prix des journaux	○	○	◉	○
Abonnement bibliothèque	○	○	◉	○

27. Combien de francs en moyenne vous dépensez dans la culture au cours d'une année ?

250 000

28. Quels sont vos critères de choix d'un produit culturel ? (cochez deux (2) max)

- ☐ Qualité artistique (fond)
- ☑ Qualité technique (forme)
- ☑ Prix
- ☐ Disponibilité du produit ou du service
- ☐ Proximité du produit ou du service
- ☐ Autre (précisez)

29. A quelles conditions seriez-vous prêt à mettre plus d'argent pour acquérir des produits culturels ? (cochez deux (2) max)

- ☐ S'ils sont de bonne qualité artistique
- ☐ S'ils sont de bonne qualité technique
- ☐ S'ils sont de bonne qualité technique et artistique
- ☑ Si le prix est abordable
- ☐ Autre (précisez) _____

30. Pour vous informer sur l'actualité culturelle quels moyens utilisez-vous le plus ?

- ☐ La télé
- ☐ La presse
- ☑ La radio
- ☐ Internet
- ☐ Téléphone portable
- ☑ Réseaux sociaux
- ☐ Affiches
- ☐ Newsletters
- ☐ Bouche-à-oreille
- ☐ Autre (précisez) _____

31. Pensez-vous avoir beaucoup plus accès (en termes de disponibilité) aux produits culturels de nos jours?

- ◉ Non
- ○ Oui

IV. La perception du développement culturel au Burkina Faso

32. Au Burkina Faso, avez-vous l'impression que la culture fait des progrès ?

	La culture progresse tout à fait	la culture, plutôt progresse	La culture régresse carrément	La culture plutôt tâtonne
Cochez votre réponse	○	○	○	◉

33. Avez-vous l'impression que le développement de la culture au Burkina Faso est une véritable préoccupation des décideurs politiques ?

- ◉ Non
- ○ Oui

34. Commentez votre réponse

Parmi les projets ayant objet d'appel à financement lors de la table des bailleurs cette année, il n' y a eu aucun projet culturel. Nous ne percevons pas de politique culturelle claire à part des manifestations ponctuelles organisées ça et là!

35. Que peut-on faire (en termes d'actions concrètes) pour développer plus les industries culturelles au Burkina Faso?

vulgariser la politique culturelle
professionnaliser d'avantage le secteur
mettre des professionnels et non des praticiens (artistes/artisan) à la tête des industries culturelles

Annexe III : Questionnaire administré aux entreprises des industries culturelles et créatives

GRESEC **THESE YARA**

APERCU DES ACTEURS DES INDUSTRIES CULTURELLES AU BURKINA FASO

Août 2015 - THESE

Collecte et Analyse de données des filières Livre, Cinéma&Audiovisuel, Musique et Arts de la scène

I-IDENTIFICATION DE LA STRUCTURE

1. NOM DE LA STRUCTURE

2. STATUT DE LA STRUCTURE

☐ 1. SARL ☐ 2. S.A. ☐ 3. ASSOCIATION ☐ 4. ENTREPRISE INDIVIDUELLE
☐ 5. ENTREPRISE PUBLIQUE ☐ 6. ENTREPRISE MIXTE ☐ 7. INFORMEL

3. NOMBRE D'ANNEES D'EXISTENCE

☐ 1. Moins de 1 an ☐ 2. De 1 à 5 ans ☐ 3. De 6 à 10 ans ☐ 4. De 11 à 15 ans ☐ 5. De 16 à 20 ans
☐ 6. De 21 à 25 ans ☐ 7. Plus de 26 ans

SI DATE DE CREATION CONNUE, NOTEZ-LA.....

4. AVEZ-VOUS UN DOCUMENT JUSTIFIANT DE VOTRE EXISTENCE ?

☐ 1. OUI ☐ 2. NON

5. DOMAINE D'ACTIVITES

☐ 1. LIVRE ☐ 2. CINEMA & AUDIOVISUEL ☐ 3. MUSIQUE ☐ 4. ARTS DE LA SCENE

Vous pouvez cocher plusieurs cases.
La question n'est pertinente que si FILIERES D'ACTIVITES = "ARTS DE LA SCENE"

6. NOMBRE DE FILIERES PAR ENTREPRISE

☐ 1. 1 filière ☐ 2. 2 filières ☐ 3. 3 filières ☐ 4. 4 filières

7. A quel niveau de la chaine des valeurs votre entreprise se situe-t'elle?

☐ 1. EDITION ☐ 2. PUBLICATION ☐ 3. DISTRIBUTION
☐ 4. DUPLICATION ☐ 5. IMPRIMERIE ☐ 6. LIBRAIRIE
☐ 7. LECTURE PUBLIQUE ☐ 8. REALISATION ☐ 9. PRODUCTION
☐ 10. EXPLOITATION ☐ 11. FORMATION ☐ 12. COMMERCIALISATION
☐ 13. MANAGEMENT DES ARTISTES ☐ 14. PROMOTION/EVENEMENTIEL ☐ 15. CREATION

8. NOMBRE DE MAILLONS FONCTIONNELS

☐ 1. [1-2] ☐ 2. [3-4] ☐ 3. [5-6] ☐ 4. [6 et plus]

9. NOMBRE D'EMPLOYES

☐ 1. Moins de 5 ☐ 2. De 5 à 10 ☐ 3. De 11 à 20 ☐ 4. De 21 à 25 ☐ 5. De 26 à 30 ☐ 6. De 31 à 35
☐ 7. De 36 à 40 ☐ 8. De 41 à 45 ☐ 9. De 46 à 50 ☐ 10. Plus de 50 ☐ 11. ND

Précisez le nombre de femmes employées.....

10. LOCALISATION PAR REGION

☐ 1. CENTRE ☐ 2. CENTRE-OUEST ☐ 3. CENTRE-EST
☐ 4. CENTRE-SUD ☐ 5. CENTRE-NORD ☐ 6. HAUTS-BASSINS
☐ 7. BOUCLE DU MOUHOUN ☐ 8. NORD ☐ 9. SAHEL
☐ 10. PLATEAU-CENTRAL ☐ 11. SUD-OUEST ☐ 12. CASCADES
☐ 13. EST

11. LOCALISATION PAR PROVINCE

☐ 1. BALÉ	☐ 2. BAM	☐ 3. BANWA
☐ 4. BAZÈGA	☐ 5. BOUGOURIBA	☐ 6. BOULGOU
☐ 7. BOULKIEMDÉ	☐ 8. COMOÉ	☐ 9. GANZOURGOU
☐ 10. GNAGNA	☐ 11. GOURMA	☐ 12. HOUET
☐ 13. IOBA	☐ 14. KADIOGO	☐ 15. KÉNÉDOUGOU
☐ 16. KOULPÉLÉGO	☐ 17. KOMANDJARI	☐ 18. KOMPIENGA
☐ 19. KOURITENGA	☐ 20. KOURWÉOGO	☐ 21. KOSSI
☐ 22. LÉRABA	☐ 23. LOROUM	☐ 24. MOUHOUN
☐ 25. NAHOURI	☐ 26. NAMENTENGA	☐ 27. NAYALA
☐ 28. NOUMBIEL	☐ 29. OUBRITENGA	☐ 30. OUDALAN
☐ 31. PASSORÉ	☐ 32. PONI	☐ 33. SANGUIÉ
☐ 34. SANMATENGA	☐ 35. SÉNO	☐ 36. SISSILI
☐ 37. SOUM	☐ 38. SOUROU	☐ 39. TAPOA
☐ 40. TUY	☐ 41. YAGHA	☐ 42. YATENGA
☐ 43. ZIRO	☐ 44. ZONDOMA	☐ 45. ZOUNDWÉOGO

II-IDENTIFICATION DU/DES PROMOTEUR(S)

12. NOM & PRENOMS

13. FONCTION DANS LA STRUCTURE/ENTREPRISE

14. NIVEAU D'ETUDES

☐ 1. AUCUN ☐ 2. PRIMAIRE ☐ 3. SECONDAIRE ☐ 4. SUPERIEUR ☐ 5. NON DECLARE

15. AVEZ-VOUS BENEFICIE D'UNE FORMATION PROFESSIONNELLE?

☐ 1. OUI ☐ 2. NON

III-PRODUCTION DES BIENS ET SERVICES CULTURELS

16. VOTRE STRUCTURE A-T-ELLE UN EVENEMENT REGULIER ?

☐ 1. OUI ☐ 2. NON

17. Si 'OUI', précisez :

NOM DE L'EVENEMENT ; NATURE DE L'EVENEMENT ; DATE DU PREMIER LANCEMENT ; PERIODICITE ; LIEU DE TENUE ;

IV-MOBILISATION FINANCIERE DES STRUCTURES

18. AVEZ-VOUS UN PLAN D'ACTION /PLAN D'AFFAIRES ET UN BUDGET?

☐ 1. OUI ☐ 2. NON

19. SI OUI QUEL EST LE COUT DE VOTRE PLAN D'ACTION REALISE CES TROIS DERNIERES ANNEES?

☐ 1. Moins de 100000	☐ 2. De 100000 à 500000	☐ 3. De 500000 à 1000000
☐ 4. De 1000000 à 5000000	☐ 5. De 5000000 à 10000000	☐ 6. De 10000000 à 20000000
☐ 7. De 20000000 à 30000000	☐ 8. De 30000000 à 50000000	☐ 9. De 50000000 à 100000000
☐ 10. Plus de 100000000	☐ 11. ND	

20. Si 'NON', POURQUOI ?

21. VOS FONDS SONT-ILS ESSENTIELLEMENT:

☐ 1. FONDS PROPRES ☐ 2. FONDS NATIONAUX ☐ 3. FONDS ETRANGERS

LES FONDS NATIONAUX RENVOIENT AUX SUBVENTIONS DE L'ETAT ET DES COLLECTIVITES

22. Si 'FONDS ETRANGERS', précisez :

Noms des Partenaires

Annexe B : Outils de collecte de données qualitatives

Annexe IV : Exemple de guide d'entretien

Guide d'Entretien sur les industries culturelles au Burkina Faso
(A l'attention des Artistes et créateurs…)

Note : ce questionnaire est conçu dans le cadre de notre travail de recherche sur les industries culturelles au Burkina Faso. Nous cherchons à comprendre « comment on (se) développe les industries culturelles au Burkina Faso ». Nous vous prions donc d'accorder quelques minutes aux questions suivantes pour nous aider à collecter le maximum d'informations et des informations de qualité. Si vous avez des soucis quelconques, merci de ne pas hésiter à nous contacter au +226 70 32 11 50 ou par e-mail : ordec.bf@gmail.com

N°:----------

Identification de l'enquêté

Nom & Prénoms/Pseudonyme	:	----------
Age	:	----------
Sexe	:	----------
Fonction actuelles	:	----------
Fonctions précédentes	:	----------
Etudes et niveau d'études	:	----------
Pays/Ville	:	----------
Adresse	:	----------

Thèmes du guide d'entretien	Relances verbales prévues
1. Le développement culturel au Burkina Faso	Quelle appréciation faites-vous du niveau de développement culturel au Burkina Faso ? Quels sont les grands problèmes, selon vous, de notre culture aujourd'hui ? Comment améliorer selon vous le niveau de développement culturel dans un pays comme le Burkina Faso ? Quelle appréciation faites-vous de la qualité des œuvres et de la création au Burkina Faso ? Quel peut être le rôle des artistes dans le développement du pays ? Quel est le rôle que l'État doit jouer selon vous ?
2. Les industries culturelles au Burkina Faso	La notion d'industries culturelles est en vogue dans le pays, quel est votre lecture du phénomène des industries culturelles ? Qu'est-ce que les industries culturelles peuvent apporter à pays comme le Burkina Faso Les industries culturelles ont changé votre façon de créer ? Comment ? De nos jours, vous créer en visant un marché ou bien vous créer pour vous-même dans l'espoir que votre œuvre puisse intéresser un marché ? Quels sont vos rapports avec les producteurs, les managers ? Etes-vous toujours libre de créer ou bien vous subissez des pressions de leur part ? Pensez-vous avoir plus de possibilités de créer de nos jours qu'auparavant ? Qu'est-ce qui selon vous explique cette facilité ou cette difficulté ? Pour vous comment promouvoir des industries culturelles au Burkina Faso ? Quelle place peut occuper les créateurs que vous êtes dans le développement des industries culturelles ?
3. Perspectives pour les industries culturelles	Pensez-vous que le secteur de la culture est porteur au Burkina Faso ? Comment ? Quels sont les grands projets en perspectives pour le secteur culturel ?

Annexe n°V : Entretien avec K.A, journaliste culturel exerçant dans un quotidien d'État

Quelle est votre lecture du développement culturel au Burkina Faso ?

K.A : Le Burkina est un pays culturel. On le dit, c'est le slogan qui est tout temps prononcé, mais en réalité lorsqu'on creuse un peu, on voit que cette culture se repose sur des piliers assez fragiles ; c'est très très fragile car une partie des aspects culturels ne dépend que de la bonne volonté des pouvoirs politiques. Je trouve ça dommage. Lorsque le pays a des difficultés, le premier secteur où on doit réduire le budget, c'est la culture... Franchement, y a beaucoup de problèmes.

Ensuite y a un secteur culturel privé très dynamique et beaucoup de volonté, mais qui repose aussi sur des partenaires extérieurs, et vraiment je crois que, c'est assez dommage. Parce que la crise qui secoue un peu les pays occidentaux, s'est ressentie tout de suite. Des grands festivals qui sont en train de rechercher des financements et qui n'arrivent plus à les trouver, c'est dommage. On est à peu près combien d'années d'indépendance ? 50 ans d'indépendance ! Je crois qu'il faut changer la manière de voir cette culture-là, sinon en termes de contenu, en termes de richesse ça y est là, mais maintenant le développement, c'est le management qui fait défaut…

Est-ce qu'il y a d'autres faiblesses que vous avez constatées ?

K.A : En termes de faiblesses, il y a aussi le marché interne qui n'arrive pas à faire vivre les acteurs de la culture. On n'arrive pas aussi à exporter même pas dans la sous-région. Il y a aussi une des grosses faiblesses qui l'absence de vision et de motivation : on vient dans le secteur pour quoi ? Pour faire quoi ? Pour apporter quoi ? Malheureusement beaucoup viennent pour partir donc, ils créent quelque chose quand ça marché et bien voilà, et quand ça ne marche pas, ils changent de branche et ils deviennent aigris et puis bon. Pour moi, on vient pour apporter quelque chose. Mais malheureusement les gens n'ont pas cette vision et de la patience. Les gens veulent que ça soit immédiat ; c'est de l'impatience.

D'autres faiblesses…

K.A : Bon, En dehors du marché exigu, c'est aussi l'absence d'un modèle culturel qui peut convaincre même les partenaires financiers. On n'a pas une structure au Burkina qui est allée prendre un prêt bancaire puis qui l'a remboursé ou qui a pu rentabiliser. Y en n'a pas ! Donc y a l'absence vraiment d'un modèle économique qui a marché et qui fait tache d'huile et qui peut convaincre les partenaires. Toutes les banques qui ont essayé se sont cassé les dents. Ça n'a jamais été remboursé. Or c'est un milieu qui a besoin d'argent pour fonctionner, pour avancer. Je crois que c'est l'une des faiblesses qui plombe notre secteur culturel. Puis j'évoquerai la question de la formation. Beaucoup viennent par passion. A un moment, la passion ne suffit pas. Il faut aller faire des petits stages, des petites formations des ateliers pour vraiment apprendre les b.a.-ba. Beaucoup d'acteurs culturels ne veulent pas apprendre. Ils appellent que lorsqu'il y a l'échec. Il y a aussi le problème de la transmission entre les anciens et les jeunes. Les anciens passent leur temps à dénigrer les jeunes et les jeunes aussi se mettent de retrouvent entre eux. Ces derniers sont dans leur insuffisance et voilà on se retrouve avec des produits de moindre qualité et c'est ce qui revient à soit même.

Entre-temps pour pallier à un certain nombre de problèmes que vous avez évoqués, des mécanismes ont été imaginés. Qu'est-ce que vous pensez de ces mécanismes ?

K.A : Bon, moi je dis que c'est normal. L'État doit accompagner ces visions politiques. Maintenant pour moi, l'accompagnement c'est de mettre des infrastructures qui permettent aux gens de développer leur champ d'action, d'avoir un marché local qui leur permet de vivre ensuite s'exporter. Mais tant qu'on n'aura pas ça et que tout se passera à Bobo, à Ouaga, à Koudougou et peut être même à Tenkodogo, ça ne marchera nulle part. Donc moi je crois que l'État doit se débrouiller pour mettre en place des infrastructures. Maintenant ça va obliger les acteurs du secteur privé à faire preuve d'imagination, à apprendre à grandir leur champ. Mais tant que tout va se passer à Ouaga, ça ne marchera pas. C'est ce qui fait notre difficulté. Et il y a un deuxième point, l'État burkinabè a mis de l'argent pour booster certains artistes pour qu'ils produisent ; voilà il y a des clips aujourd'hui. C'est bon. Mais l'État a fait que beaucoup d'acteurs sont devenus des assistés .Il faut arrêter l'assistanat. Il faut financer ceux qui le méritent et n'en faites pas un problème politique pour compenser tout le monde. Il y a un acteur culturel qui a fait ses preuves, il a besoin de 50 millions pour organiser un événement bien donné… On peut aider celui-ci avec les cinquante millions et non les diviser par mille pour distribuer à plusieurs des petites sommes de deux cent mille. Ça ne va pas. On fait des artistes des assistés ! Maintenant comme ils disent qu'avec la création des fonds, il y'aura des subventions, des prêts et des avances sur recettes, bon ! Peut-être ça va résoudre le problème. Mais maintenant là, il y a beaucoup d'assistés et je trouve ça dommage.

Si vous créez une industrie culturelle, c'est que vous avez fait une étude du marché. Mais qui a fait une étude du marché ? Personne ! Chacun vient, il crée un label. Tout le monde a un label dans son sac. Par rapport au secteur musical, généralement le label même nait après un succès. Un artiste qui vient, il lance un truc, ça marche, il crée un label. Il dit que c'est le produit de son label, c'est faux. On crée un label pour aider les autres. On ne crée pas un label pour ses produits. Je suis arrivé à un stade, à un niveau, je peux créer un label pour diversifier mes champs d'action, pour aider les gens. Mais je ne peux créer un label pour moi-même. Souvent y a une confusion de rôle. Tu ne peux pas être chef d'entreprise et artiste en plein temps. Donc, c'est difficile. On peut déléguer ses pouvoirs. Les artistes aiment centraliser les choses. C'est ce que j'ai dit plus haut, c'est la vision qu'on a du métier de créateur ; parce que les grands artistes, ce qui les intéresse, c'est le défi artistique. Si un artiste doit se reproduire devant un public à Ouagadougou ou à l'intérieur du pays ou même à l'extérieur, c'est le défi artistique qui l'intéresse. Qu'est-ce que je dois montrer aux gens ? Est-ce que ça va les séduire ? C'est ça la question. C'est ça qui fait que l'artiste ne dort pas. Or il y a une absence de vision artistique, une absence de passion. Mais malheureusement chez nous, si on a un concert, la question que l'artiste se posse c'est combien on gagne ? C'est l'argent, c'est vraiment dommage. C'est aussi ça le problème.

Alors maintenant parlons du cas particulier de la musique. Comment vous appréciez les œuvres produites ?

K.A : En termes de qualité, y a la qualité parce qu'il y a des jeunes qui maîtrisent l'outil informatique, qui ont appris quand même quelque part la musique et qui font des arrangements. On ne peut pas faire la musique sans arrangement… On a quelques studios, on a des *home studio*, on a SEYDONI qui est le plus grand studio du Burkina. Il y a aussi les artistes qui essayent d'apporter leur pierre. On a beaucoup de produits. Chaque jour que Dieu fait, y a des albums qui sortent ; c'est déjà quelque chose. Maintenant aujourd'hui, (ailleurs on a des concepts, on a des musiques qui ont des noms. Les musiques ne sont pas anonymes), chez nous, on est toujours dans la variété, donc, ça crée un problème. On est tous dans la variété. C'est vrai qu'à un moment, il y a eu des groupes qui ont essayé de lancer certains concepts, mais ça n'a pas donné, ça n'a pas suivi parce qu'il faut que tout le monde suive. Ça, c'est une petite faiblesse parce que si on dit Burkina Faso, on pense à qui ? Au niveau marché, on a beaucoup de succès médiatique, mais peu de succès commerciaux. Il n'y a pas un réel marché pour ces artistes musiciens. Beaucoup ne s'en sortent pas. Si ce n'est que, trois à quatre artistes sur plus de trois mille et quelques artistes. C'est compliqué.

Maintenant parlez-nous de votre engagement associatif…

Bon, on dit que l'Union fait la force. En tant que jeunes journalistes, entre nous, on a créé la J2C, journalistes communicateurs pour la culture. On s'est vraiment associé pour s'entraider et pour avancer. L'objectif c'est de se spécialiser dans un domaine donné. Parce qu'on ne peut pas tout faire. Un journaliste ne peut être spécialiste de musique, de mode de théâtre, de danse contemporaine, de danse traditionnelle. C'est difficile. On ne peut pas. Ce n'est pas possible. Donc, l'objectif c'est de se spécialiser dans quelque-chose. On a créé cette association pour ça. Ça nous a permis d'avoir quelques formations. Un journaliste culturel aujourd'hui, dans une rédaction, fait tout ; par contre lorsqu'il y a des reportages de culture, les autres journalistes ne partent pas ; ils disent que ce n'est pas leur domaine et aussi, ce n'est pas du tout rentable pour le journal. La culture n'est pas rentable pour les médias ; les médias ne perçoivent rien dans la culture. Il faut qu'on soit clair. Je vais le dire une fois. Même un grand festival, il veut mendier la couverture médiatique. Même s'ils ont des partenaires financiers qui leur donnent de l'argent pour la communication, ils ne donnent rien.

Mais quand vous dites que les médias ne gagnent rien à travers la culture cela veut dire quoi ?

K.A : En Europe, ça marche parce que là-bas il y a une concurrence, si vous êtes une chaine à la traîne personne ne va vous suivre. Eux-mêmes, ils financent les films. Ils produisent des spectacles. Mais ici on ne le peut pas. Ici le premier souci du patron de presse, c'est de payer les salaires. Donc tout est facturé. Les artistes musiciens, on comprend, que chacun se débrouille, c'est de l'informel, on n'a pas les moyens. Donc on évite généralement la facturation, mais y a de grands festivals qui ne payent pas des factures et qui préfèrent ce qu'on appelle *échange marchandise* qui donne dix places contre un service de quatre, trois millions. Voilà la réalité. Lui il ne sait pas que quand nous on va disparaître, lui il risque de disparaître. Mais voilà au lieu de venir dire cette année ça marché, on vous donne un million, faites nous un bon plan de communication, mais non, ils viennent et ils disent on vous donne 22 places de type 25 000 francs. La place à 25 000F ou encore on vous donne deux tables, ça fait 500 000 francs. Mais le service que vous rendez-là, c'est entre 3 à 5 millions. C'est pour ça, pour certains médias, vous ne payez pas, ils ne viennent pas. À Sidwaya, nous on est allé loin pour aider tout le monde en mettant en place un *pack culture* à 50 000 francs qui donne droit à une interview, la couverture médiatique, la publicité. Un service qui coute en réalité plus de neuf cent mille, on le donne à 50 000 francs. Et même avec ça, personne ne vient payer. Les gens viennent demander la gratuité...

Quelles sont les difficultés des journalistes culturels au sein d'un organe de presse ?

K.A : Un journaliste culturel dans les organes, généralement c'est un marginal. Un journaliste dans son organe, quand tu es respecté, c'est quand les stars viennent te rendre visite. Les gens ont besoin de causer avec telle vedette, ton carnet d'adresses est stable. Nous sommes là parce qu'il y a la vedette ; les sommités de la Culture viennent nous rendre visite au sein de la rédaction. Il y a aussi le leadership de la personne. Lorsqu'il y a un papier important qui vient à la dernière minute, on classe la culture de côté, mais nous, on ne se laisse pas faire. Souvent se sont des empoignades, mais c'est pour faire avancer les choses. C'est pour faire comprendre aux gens que c'est important notre rôle. Si le patron dit qu'un desk est spécialement consacrée à la culture aux arts, ça veut dire que c'est important. Ce n'est pas aux autres membres de la structure qui vont vous marginaliser. On ne se laisse pas faire. Mais dans d'autres rédactions c'est des gens qui sont seuls. Ils n'ont pas le matériel. Ça ne va pas. Le responsable même du journal, s'en fou de la culture. Il y a peu de culture dans son journal. Là vous êtes marginalisé. Maintenant quand vous prenez les journaux de la place, il n'y a pas de culture comme ça. Ça ne les intéresse pas parce que ce n'est pas rentable. Mais la politique, les sociétés, les trucs comme ça, c'est ça qui est assez rentable. Ils vont là-bas. C'est une question de réalisme. Eux, ils payent le courant, ils payent l'eau, ils payent le local. Donc c'est hyper compliqué.

Venons maintenant à la question des industries culturelles, quelle est l'analyse que vous, vous faites des industries culturelles, est-ce une menace pour nos cultures ou une opportunité ?

K.A : En principe ça devrait être une opportunité, parce c'est la duplication des biens culturels de façon industrielle pour que ça soit accessible à tout le monde, pour que ça produise de la richesse. Moi, si j'ai bien compris la chose, c'est comme ça, ça devrait être. Mais est ce qu'on est dans ça ? Est-ce qu'il y a infrastructures pour ça ? Non. Avant de rentrer dans l'industrie culturelle, on devrait faire une consultation de tous les acteurs, pour savoir est-ce que c'est bon ou ce n'est pas bon ? Qu'est-ce qu'on fait ? C'est ça qui est important. **Mais si on veut toujours être dans la mode, ça va être compliqué**. Pour le moment moi je dis que c'est une mode parce qu'il n'y a rien d'industries culturelles. On n'a pas d'industrie, on n'a pas d'entreprises culturelles. Peut-être, on va vers l'industrialisation... Maintenant quand on dit industries, ça veut dire que tu as droit au marché et chaque fois tu dois payer les impôts. Mais comment faire si tu n'as aucun marché. Est-ce que le marché burkinabè nous permet de parler d'industries culturelles ? Il n'y en a pas ! On peut aller vers l'industrialisation, puisqu'on était dans ce mécanisme. Industries culturelles c'est nouveau. Avec le PSIC, on a obligé les gens à se structurer pour avoir des financements. C'était ça l'industrialisation, peut-être ce n'était pas à la mode, de toute les façons c'est un concept clé. Je crois que la meilleure façon c'est de permettre aux entreprises qui existent de façon plus ou moins informelle, de les structurer, de les aider, de trouver un modèle de financement pour ces personnes-là. Qu'au niveau des impôts, on se dit que c'est une spécificité, on ne va pas les taxer comme le riz. Il faut trouver un moyen pour que les gens aient le courage de se lancer dans la chose avec la garantie d'avoir accès au financement. Mais maintenant tout ça repose sur quoi ? C'est ce que je crains. C'est l'État toujours. C'est l'État qui lance les appels d'offres. Si l'État ne lance pas, le marché vient d'où ?

Annexe n°VI : Entretien avec O.C.P., Journaliste, Directeur de publication d'un bimestriel

Pour vous, quel est l'état des lieux de l'action des journalistes culturels au Burkina Faso ?

O.C.P : Ok, les journalistes culturels d'une manière générale, c'est ceux-là qui, chaque fois, qui sont au four et au moulin ; ils sont à un nombre réduit, c'est pourquoi trouver ceux qui sont spécialement dans le domaine de la culture c'est difficile. Je pense que les journalistes dans leur progression, dans leur carrière, ont développé des sentiments profonds pour certains domaines, certaines thématiques comme la culture. Naturellement dans les média, on constate que c'est tel ou tel journaliste qui écrit davantage sur la culture, parce que de manière spontanée, la personne a affiché son intérêt vis-à-vis de la culture. Ces journalistes travaillent quotidiennement sur les autres articles pour lesquels ils développent plus d'énergie pour couvrir les évènements culturels du weekend, souvent même à des heures impossibles, et que le lundi ils doivent reprendre les mêmes activités habituelles. Donc, ce qui fait que quand on est journaliste culturel dans une rédaction, on est toujours pratiquement dehors (rires). Ce qui fait que quelque fois on a l'impression que ces gens-là sont faits pour rester hors des rédactions (rires), pour rester célibataires ou dans des conditions difficiles. Mais, nos devanciers qui sont à la retraite actuellement, c'est vraiment ceux-là qui nous ont émerveillés... Je pense qu'en m'engageant à l'observateur, il y a 16 - 17 ans maintenant comme secrétaire au niveau de la rédaction, c'est à travers Keïta que j'ai manifesté l'intérêt, que j'ai découvert l'intérêt des uns et des autres journalistes pour la culture…Les journalistes culturels se déplacent avec leurs moyens de locomotion, et il faut gérer le carburant, il faut payer le parking ; avec tout ça, ce n'était pas trop vu, mais c'était un investissement...

Mais pour revenir aux journalistes culturelles, après les années 1999-2000 jusqu'à nos jours, certains aspects ont eu une incidence sur l'évolution, notamment le développement des TIC, de l'Internet et surtout les réseaux sociaux

ces dernières années. Certains ont été utilisés pour chercher certaines dignités, et beaucoup de journalistes culturels les utilisent. Ce sont des écrits le plus souvent courts avec des coquilles. Mais le fait de publier chaque jour, certains sont devenus des icônes...

Après tout cela, comment vous pouvez définir le rôle du journaliste culturel ? Son rôle au sein d'une rédaction, son rôle pour la culture c'est quoi ?

O.C.P : Le journaliste culturel, son rôle c'est de révéler, de dévoiler aussi, plusieurs pans de de la culture, ses racines, puisqu'il y a de nos jours d'autres cultures, qui, petit à petit perdent le terrain. Mais de dévoiler aussi les dangers parce qu'il n'y a pas que d'aspects positifs. Il y a certaines pratiques culturelles qui peuvent menacer un certain nombre d'aspects, de matière, de personnes dans la société. Donc le journaliste doit faire un travail de critique, critique du cinéma, de la musique, etc. Donc c'est de donner l'information sans faillir. C'est aussi incarner cette option de la culture comme un témoin de l'histoire culturelle du Burkina Faso.

Est-ce que ce rôle est bien perçu ? Comment le journaliste culturel est vu ?

O.C.P : Ce n'est pas évident comme je l'ai dit. Il y a beaucoup de choses qui ont évolué. Les journalistes culturels étaient prêts marcher depuis kolg-naba jusqu'à une salle donnée pour couvrir un évènement. Aujourd'hui les jeunes sont très exigeants, cela complique aussi bien au niveau de la formation que de la production des uns et des autres. Moi je pense que les gens ont mis la barre assez haute. De plus en plus ils ne veulent plus avancer dans ces domaines qui demandent beaucoup de sacrifices. C'est toujours une question d'intérêt et il y a des jeunes aussi qui font de très bons boulot en faisant pas mal de sacrifices...

Maintenant de votre expérience, quelle analyse faites-vous du développement culturel, comment vous voyez la marche de notre culture à la date d'aujourd'hui ?

O.C.P : Je pense que notre culture quelque fois varie en dent de scie. Dans les années 70, le ministère de la culture, ne se préoccupait pas trop. Beaucoup ont pensé que la période révolutionnaire était pour déstabiliser le progrès des pionniers […], mais mois, ce qui m'intéresse un peu, c'est la période 1990 avec l'implantation de *Seydoni productions* qui a permis de mettre des œuvres de bonne qualité, par exemple l'aspect Clip Vidéo s'est beaucoup amélioré, parce que c'était les Moustapha qui faisaient ces Clips. Je crois que si tout ce qui a été créé n'est pas bon, c'est parce que les jeunes ont produit en quantité…Donc il y avait des œuvres de qualité et on n'avait plus besoins d'aller en Côte d'Ivoire pour enregistrer dans certains studios. Il y a même des artistes de renom qui venaient enregistrer au Burkina Faso comme les TIKEN JAH, ce qui montrait que le Burkina aussi a atteint un certain niveau. Il y a aussi ce Ministre-là, Mamoudou OUEDRAOGO qui a pu développer des projets comme le Programme de Soutien aux Initiatives, et c'est là aussi que quelques-uns ont mal géré ce fonds-là. En tout cas, beaucoup de festivals, et aussi le théâtre, de musique, de danse vraiment les gens ont acquis un certain nombre de matériel et même financier, ce a permis de faire beaucoup de création. Mais vous voyez, après ce temps certains évènements commencent à disparaitre, sauf ceux qui sont organisés par le Ministère de la *culture*. Et même côté création, les gens sont retournés aux anciens studios, qui existaient avant. *Seydoni productions* avec l'ère du numérique, et la piraterie, la culture a subi un grand coup. Depuis lors on essaie de redresser la barre mais franchement, je pense que nous faisons la culture du spectacle et non la culture réelle. Avec les réseaux sociaux, ce sont des humours, des choses à ne pas finir. Quand vous allez sur le terrain, les infrastructures culturelles, leur état laisse à désirer ! A peine même qu'on ait des salles pour faire des spectacles. En province les artistes sont laissés à eux-mêmes. Le résultat, si vous constatez, depuis un certain temps, beaucoup sont revenus soit à Ouaga, soit à Bobo et même ceux qui sont à Bobo se plaignent. Il n'y a rien à mettre sur la table. Ça veut dire qu'il y a un problème.

Quelle est votre appréciation sur les autres acteurs ?

O.C.P : Je pense que l'État doit faire un effort pour créer un environnement favorable. On a l'impression que les structures même n'existent plus pratiquement. 90 % des manifestations sont organisées par l'État, et on se demande si l'État peut s'en sortir ! Regardez le FESPACO depuis un certain nombre d'années, on participe pour participer ! On donne des fonds à des personnes d'être candidat au FESPACO, mais avec des fonds qu'ils ne peuvent pas s'en sortir, faire un bon film, valable qui doit être présenté. L'État aussi, il y a le droit fiscal, quand on veut lancer un secteur comme cela, déjà même les privés on les pointe du doigt, il doit voir dans quel environnement fiscal mettre ces entreprises-là, pour qu'il soit assez souple. Si des entreprises comme Airtel…, n'engage pas des fonds pour cela, ce n'est pas possible. Soit on les facture, même les entreprises de presse. Si on va parler de la structuration des journalistes culturels, il y a combien qui ont un siège ? Combien ont des permanents ? Ce sont des gens qui ont un sac, qui ont tout dans le sac, ils sont directeurs de publication, et pour échapper au fisc. Donc les entreprises privées doivent avoir une part importante. Par exemple Biz'art Productions qui a pu tenir les *Kundé*, ce n'est pas facile. Malgré que la première dame avait son image collée à la chose. Même il y a eu des lettres de recommandations qui ont demandé de soutenir l'activité. Je me demande ce monsieur, s'il n'y avait pas de hautes autorités qui le soutenaient, l'activité allait se tenir ? Or tant que l'évènement se tient, il y a d'autres acteurs qui peuvent vivres autour de cet évènement.

Au niveau des acteurs, moi je pense qu'il y a toujours un problème de professionnalisme. Je dis cela, parce qu'on ne peut pas mener une activité sans recourir aux média. Et la plupart du temps quand on fait recours aux média pour la couverture, c'est à la dernière minute qu'on appelle, eh mon type ! J'ai un événement ce weekend, tu peux venir couvrir ? Déjà ce sont des acteurs qui n'ont de contacts physiques avec les média, sauf quand ils ont besoin de média, moi je pense que les artistes qui sont au niveau des kiosques, qui passent leur temps au niveau du CENASA, devaient occuper beaucoup leur à tisser des relations. Je pense que si les gens travaillent de la sorte, ils peuvent former des regroupements assez forts dans la création, pour supporter aussi certains coups. Même s'ils font des business, cela n'empêche pas des initiatives collectives. C'est ça aussi qui permet de nourrir la culture.

Annexe n°VII : Entretien avec O.D, Cadre du Ministère de la Culture

Il y a souvent une question à débat et j'aimerais commencer par elle. C'est de savoir si pour vous, on peut parler d'industries culturelles au Burkina Faso ?

OD : J'allais commencer à dire merci pour l'intérêt que vous avez porté à ma modeste personne sur cette question extrêmement difficile sur le lien entre les politiques publiques et la volonté de développer les industries culturelles, et surtout la situation actuelle, où est ce qu'on en est avec les industries culturelles ! **Je pense sincèrement qu'on peut parler de l'existence des industries culturelles au Burkina Faso.** Si on pense les industries culturelles comme nombre d'usines en train de fabriquer des produits culturels, en ce moment on pourrait dire que c'est embryonnaire, parce que ce n'est pas l'option choisie ni par le Public, ni par le Privé. Mais si on prend les industries culturelles comme toute activité à contenu culturel, parce que la définition est très large (on est passé de produits usinés à activité), si on pense comme ça, on pourra dire qu'il y a des industries culturelles parce que chaque jour que Dieu fait, il y a des acteurs qui fabriquent des produits musicaux, imprimés, du cinéma et sur l'audio-visuel. Il y a des produits dans toutes les filières. Cela indique qu'il y a des acteurs dynamiques qui sont en production, évidemment les créateurs, qui sont plus ou moins accompagnés, surtout mal accompagnés, parce que ce sont les producteurs qui devaient écouler les produits sur le marché. Mais le produit existe et devient de plus en plus nombreux sur le marché, on peut dire qu'il y a des industries culturelles. Si le niveau est satisfait ou non, ça c'est une autre chose. On peut dire que les moyens actuels correspondent à ce qu'on peut faire, surtout au privé qui n'a pas d'accompagnement nécessaire. On a tout un levier de cinéastes qui peuvent réaliser d'excellents films, très

compétitifs, et la condition c'est le nerf de la guerre, c'est la production. Malheureusement on a des réalisateurs-producteurs, donc c'est le créateur qui s'improvise et les producteurs-capitalistes ont des fonctions, pas antagonistes, mais ont des logiques économiques différentes. Je pense que cette envie de travailler le niveau davantage pour mettre les produits sur le marché est mal accompagné, parce que c'est une chaîne, qui veut qu'il existe de la production, de la distribution. C'est un maillon extrêmement faible au Burkina. Heureusement qu'il y a REDISPAM qui vient de se mettre en place dans l'audio-visuel ou de la musique. Avant la diffusion était mieux que la distribution et il y a également la consommation, la conservation qui est un domaine dépourvu. On n'y pense même pas. On pense que chaque maillon de la filière doit aller jusqu'à la conservation. Comment conserve-t-on les produits imprimés. C'est à travers la loi sur le dépôt légal, qui malheureusement est presque inopérante. La Direction ne s'est pas vu obligé, et ceux qui impriment les journaux, les livres, et ceux qui sont dans les logiciels, de faire un dépôt obligatoire à leur niveau pour que ça soit conservé. Du côté du cinéma, on a la cinémathèque africaine, qui n'est pas la cinémathèque burkinabé, mais on fait avec et elle au moins essaie de conserver la mémoire des produits cinématographiques. Il reste sur les produits audiovisuels, les autres bandes des images, les télévisions et autres. Cette question de mémoire, nul ne peut indiquer que son état de conservation est bon. L'archivage au niveau national n'a pas eu une politique publique. C'est un domaine un peu abandonné. Les archivistes et les documentalistes sont des métiers qui sont peu valorisés. Les archives nationales sont rattachées à la Présidence du Faso. Cela donne l'impression que le ministère de la culture ne doit plus s'occuper de la mémoire. Cette question est abandonnée et chaque ministère se débrouille comme il peut. Evidemment avec l'instabilité institutionnelle, il n'y a plus de mémoire. C'est un aspect de l'industrie culturelle qu'il fallait prendre en charge. Mais avec la numérisation et autre, ça devient plus facile. On arrive à conserver beaucoup d'éléments. Donc dans toutes les chaines, il y a des maillons qui fonctionnent très bien. Mais ils ne sont pas toujours au même niveau. Si on prend chaque filière et on essaie de tirer la valeur, on se rend compte qu'il y du travail à faire pour que ça fonctionne au mieux.

On peut remonter jusqu'à quand pour les industries culturelles dans le domaine du cinéma, du livre et de musique ?

OD : Oui je pense qu'on peut déjà commencer depuis les premiers moments des indépendances des associations comme le CALAHV et autres se sont mis en place, et a commencé à réfléchir sur l'action publique, l'action d'utilité publique, puisque l'État n'avait pas mis en place un cadre de gestion publique de la culture. C'est le privé qui a pris le devant. Il a pris le devant au point même qu'il a été l'initiateur du FESPACO en 1969, qui a vu la mise en place de la première semaine du FESPACO. Là on peut dire déjà qu'on était à un début des industries culturelles. L'administration culturelle en tant que telle doit dater de 70, et c'est à partir de là qu'un début de structuration de l'intervention publique a été entamée et la structuration est devenue plus forte et plus importante avec la Révolution qui était très ambitieux sur le rôle de la culture dans le développement de ce pays. L'un des éléments qu'il faut que l'on pense, c'est qu'au niveau international, on pense que c'est le seul domaine où les États faibles peuvent avoir des produits concurrentiels, des niches, des avantages comparatifs, c'est le domaine des industries culturelles. On met des produits sur le marché qui ont une charge, qui ont des valeurs, des puissances. Et comme ils sont indexés, en termes de concurrence, ils se défendent très bien. C'est pourquoi il y a eu convention en 2005 après 20 ans de combat pour que la culture ne soit pas marchandisée au même titre que les autres. Elle a des objectifs très clairs indiquant que les États du Sud doivent prendre en compte pour développer l'économie de la culture.

Ce dernier point m'amène à penser aux les enjeux pour des pays comme le nôtre, caractérisés par un développement assez faible. Pour vous, quels sont ces enjeux-là ? Quel est l'intérêt à développer les industries culturelles ?

OD : Mon Dieu ! C'est que le terme est trop fort que le contenu réel. Les industries agricoles, là c'est des transformations et autres, les industries minières, là aussi c'est cool. Les industries manufacturières, ça ce sont des usines, mais les industries culturelles, c'est autre chose que les usines. Là déjà, le contenu est assez avantageux pour des pays du Sud, l'autre élément, c'est l'élément politique, c'est la faculté que les industries culturelles donnent de valoriser les expressions culturelles, pour conserver les identités. Donc tout le travail qui est fait au niveau de la globalisation, la mondialisation va rester une énorme menace pour les pays du Sud. La réaction des pays du Sud peut se baser sur les industries culturelles et la faculté que la convention 2005 a donnée à chaque État pour que chacun des États puisse élaborer une politique publique qui est adapté à ses réalités propres, et surtout également sur toutes les cultures. Cela fait qu'au niveau des nations, pour exister, il faut se baser sur quelque chose. Cette chose peut être l'ensemble des identités et leurs expressions que l'on peut mettre sur le marché d'une façon concrète. L'autre façon, c'est le rayonnement, et le facteur qui intéresse le plus et que le ministère est en train travailler, c'est le développement d'un marché local, et pourquoi pas régional et international sur la culture. Autrement dit, une économie basée sur la culture. Y a-t-il une économie au monde qui ne soit pas basée sur la culture ? Je ne pense pas, parce que pour les américains, c'est leur *American way of Life*, pour les français c'est pareil, ils vendent leur civilisation. Donc nous aussi, on peut faire ce qui nous est propre. Je ne parle même pas d'enjeux culturels. Culturellement, on est menacé. Si on est seulement consommateur des produits des autres, comment exister si on ne met rien sur la table pour voir ce que nous-mêmes on est capable de créer. On peut aller en compétition ou au moins diffuser pour que les autres sachent qu'on existe bel et bien. Donc les enjeux politiques, culturels, sociaux, liés à la cohésion révèlent un élément important. Je pense que les politiques commencent à comprendre, mais ont encore du mal à utiliser de l'art culturel comme socle du développement, alors que ça été démontré dans l'étude nationale prospective, et ça été vu pendant la période des troubles de l'insurrection et post insurrection ; chaque fois qu'il y a des crises, on se réfugie au culturel, au religieux, le religieux étant culturel. Et une fois qu'on en sort on oublie qu'il n'y a pas que la résolution des crises, mais qu'il y a le ressort même du développement, qu'on peut bâtir comme les Rwandais l'ont fait…, qu'on peut bâtir sur la Culture. Malheureusement ce n'est pas utilisé… C'est aussi quand on a un exécutif, qui ne pense même pas que dans l'économie, il y a la culture, ensuite qui veut remettre le pays au travail... C'est un peu ça. Ça crée des déchirures qui donnent l'impression aux gens qu'ils sont encore abandonnés et qu'il faut se battre pour que les choses se mettent en place. Alors que de nos jours, il y a des ressorts, des voies et des moyens pour la réconciliation, pour redonner la confiance au Burkina, qui est très fortement héroïque. L'étude (Unesco) a montré que le niveau de liberté, d'auto détermination du Burkinabè est très faible. Le burkinabé ne pense pas qu'il peut être lui-même auteur, vecteur de son devenir. Il pense qu'il doit compter sur les autres. Donc il y a des éléments comme ça, qui font qu'on devait penser autrement pour ce pays-là. Et la Révolution l'a démontré. Ce n'est pas avec des dizaines de milliards, mais c'est plutôt avec un peuple mobilisé qui est prêt à prendre en main les petits morceaux de son développement, village par village, etc. Tout ça mis ensemble, ça donne une masse importante. Et quand c'est lui qui réalise, il y tient, il défend. Là on court vers Paris, le blanc nous a donné de l'argent. Alors que ce n'est pas ça. L'argent devait venir en dernière position. C'est déjà de rétablir au niveau du Burkina une certaine confiance. Il y a déjà la confiance entre gouvernants et gouvernés, qui n'est pas du tout acquise ; la fierté même d'être burkinabé. Après la Révolution-là, on était fière, mais actuellement on est en train de tomber petit à petit dans l'aigreur. C'est hier seulement qu'une blanche me disait qu'elle ne comprend plus si c'est le même peuple. Parce qu'en 2014 elle était enfermée, elle ne pouvait plus sortir. Mais elle était fiers même plus que les burkinabè. Et là, à l'assemblée générale de notre association, elle ne ressent plus.

Donc, pour revenir au niveau des industries culturelles, je ne sais pas si vous avez connu des entreprises culturelles qui ont évolué avec la logique industrielle dans le domaine du cinéma, de la musique ou du livre dans les années après Indépendances ?

OD : Il y a eu des tentatives qui ont marqué un peu cela. Au niveau du cinéma, la première tentative c'était la création de la SONAVOCI qui est devenue la SONACIB et qui s'occupait de l'exploitation et de la distribution cinématographique. Ce sont les deux maillons importants de la chaine.

Cela remonte à quand exactement ?

OD : C'est les années 70, juste après la nationalisation des salles. Au niveau du cinéma, ce sont les structures privées qui ont pris le relais. Il y a des structures qui continuent de fonctionner assez bien. Les sociétés de production qui ne sont pas moins d'une quarantaine au Burkina, et qui se débrouillent pour faire du documentaire, c'est ça qui les nourrit quand on a l'argent à jeter. Le documentaire, on peut te donner dix millions pour faire un documentaire, et tu caracole pour le faire à huit millions. Pourtant la fiction, c'est toi qui injecte ton argent dedans et qui t'en retrouve endetté en cas d'échec. Le modèle économique du cinéma est basé sur le ticket payé par le cinéphile, qui rémunère la chaine jusqu'au bout. Le ticket qu'on paye à 200 francs, chacun y trouve sa part. 200 francs multipliés par 2 millions d'entrées, ça fait des millions ! Malheureusement, on n'a pas de salle pour que le modèle économique s'applique. Et dans un domaine de subvention, l'exploitation ne peut pas faire remonter les ressources jusqu'à la production.

Au niveau du livre, le maillon qui marche un peu plus c'est l'imprimerie. L'édition qui est le maillon essentiel, est celui qui marche moins, parce que l'État burkinabè n'a pas compris les enjeux. Les principaux enjeux, c'est de faire que ceux qui s'engagent pour l'édition au Burkina aient les marchés du Burkina. Malheureusement les marchés du Burkina continuent d'être donné aux Tunisiens, aux canadiens, etc. Ce qu'on ne peut pas faire au Mali, au Sénégal, en Côte d'Ivoire. On ne peut faire venir un de l'extérieur pour prendre un marché de l'édition sans associer un national. Et c'est, en les associant que, quand le marché est de deux, trois milliards de manuels scolaires, si eux aussi, ils glanent trois millions, ils peuvent petit à petit un jour prendre un marché plus important.

Au niveau de la musique, on peut dire que SEYDONI, qui a bien commencé, a failli sombrer pour exister, mais c'est dans un environnement extrêmement difficile avec l'avènement de la technologie, tous les supports numériques, les CD ne se vendent pas. Donc c'est le spectacle qui se vend. Il faut faire beaucoup de spectacles, beaucoup de location sono, pour compenser sur le marché qui est miné par la piraterie.

En dehors de la musique, du livre, du cinéma, les autres qui ne sont pas des industries pures et dures, ce sont les Arts où on peut considérer le CITO comme une usine. On forme, on crée, on diffuse et on distribue. De façon générale, on va dire que l'idée des industries culturelles est venu progressivement, parce que de façon claire, la culture était gérée par l'éducation, la jeunesse et le sport et par la communication. On va dire que les principaux gouvernants au départ n'avaient pas bien compris les enjeux du développement culturel, surtout que les premiers créateurs étaient animés de passion. Ce n'était pas des hommes qui étaient animés par une passion économique. La question économique est venue longtemps après. On peut dire même que c'est après la Révolution, dans les années 90 quand la crise est venue, après les PAS sont venus. C'est en ce moment qu'on a commencé à chercher de l'argent à travers ce qu'on fait. C'est cela qui fait que tous nos devanciers qui sont des créateurs, sont encore dans une situation économique très désagréable, alors qu'ils devraient être des multimillionnaires culturels. C'est cela, parce qu'ils n'étaient pas dans une logique économique, mais jouaient les orchestres et on leur donnait 1000, 2000 francs CFA, etc. Mais quand ils rentrent à la maison, madame grogne, et il y en a des gens qui ont perdu leurs dames… (Rires), mais ils sont attachés à cela. C'est ainsi pour le cinéma, le théâtre, etc. Personne ne pensait que c'était une industrie et qu'on pouvait en vivre.

A partir du forum de Bobo en 1997, Forum National sur la Culture, on commençait à dire qu'il faut que les créateurs vivent de leur art. Le célèbre séminaire de Matourkou disait en 1985 que "les créateurs sont les éclaireurs de la marche radieuse de notre peuple". C'était ça le DOP si on relie les choses. On se rend compte qu'il n'y avait pas

de traces économiques dans la culture. C'est probablement en 1997 et en 2005 quand on a repris la politique de la culture que le lien avec l'économie de la culture a été entamé. En 2009, une nouvelle politique culturelle a été adoptée où clairement, sur les quatre axes, on a deux axes sur l'économie de la culture. L'axe 3 qui dit de structurer et de développer l'économie de la culture. L'axe 4 qui dit qu'il faut diffuser et exporter pour renforcer la coopération et la diffusion extérieure des services et biens culturels. Quand on fait ça, on décide de bouleverser un ordre établi, où les gens aussi doivent suivre en changeant le disque dur.

Il faut que les créateurs comprennent combien coutent leurs prestations, et fasse savoir à ceux qui regardent que ce n'est pas de l'amusement. On ne doit pas donner 25 000 francs pour « l'eau des danseurs », ça doit être un contrat signé en bonne et due forme. Malheureusement c'est les artistes qui détruisent eux-mêmes les instruments qui sont faits. On a travaillé pour qu'on prenne en compte la culture et le tourisme avec des objectifs clairs, à travers la mise en place d'un fonds, comme la réalisation des études, les infrastructures, etc. Malheureusement le gouvernement, en adoptant la SCADD, n'a pas adopté une démarche budgétaire SCADD. C'est la même façon de gérer la "CSLP", qu'ils géraient à la SCADD, sans ligne directive. Mais en 2012, moi j'ai fait inscrire une ligne de structuration budgétaire, et j'ai demandé à Filipe de créer une Direction des industries culturelles liée à la SCADD, malheureusement l'année 2011 comme tu le sais a été complètement sacrifiée. Dès qu'on est parti du FESPACO le pays était en ébullition, et on a bousculé tous les budgets d'investissement pour les basculer vers l'apaisement social. Ce sont des choses que les gens ne savent pas. Quand on annule ça, vous n'avez plus rien à faire. Donc il faut attendre 2012 pour espérer avoir une inscription budgétaire. Après tout, nous on avait identifié des programmes et des stratégies. La première stratégie était le développement des industries culturelles. Et la stratégie est assez claire par rapport aux mesures à mettre en place pour la consolidation et la mobilisation des ressources.

Selon vous quels sont les défis actuels alors ?

OD : Je vais essayer de répondre en deux minutes. Les défis sont importants, et le principal ce sont les ressources humaines. La ressource humaine, il faut le dire et le reconnaitre, elle n'est pas au point. Les faiblesses de certains maillons sont basées sur la ressource humaine.

Ensuite, on a d'énormes problèmes de financement. Le créateur qui crée ne peut pas mettre le produit sur le marché, tant qu'il n'y a pas un financement qui transforme.

Le côté production aussi reste encore très faible. Si on arrive à accélérer, le 1er appel va être lancé, ensuite le deuxième en 2017 peut-être. Pour la simulation, c'était de mobiliser au départ 24 milliards pour pouvoir injecter dans les industries culturelles.

Il y a un énorme problème au Burkina qui ne dit pas son nom, c'est celui de la consommation. C'est ce que je disais antérieurement : la confiance en soi, l'estime de soi, la fierté de sa culture, si ça n'existe pas réellement, les burkinabé, face à deux produits vont choisir ce qui est moins cher. Et là il y a un travail d'incitation des consommations des produits, de biens et services culturels. Donc il y a un travail à faire sur le marché et dans l'exploitation pour que ça réponde aux normes internationales. Si tu fais un CD ici, arrivé en Europe, ça ne va pas s'acheter. Il faut que tu reprennes avec les normes qui y sont en vigueur. Le film burkinabé, tout le monde sait que c'est intéressant. Mais c'est le doublage, pour que ça parle anglais au lieu du Français, ou bien le sous titrage. C'est comme si nous même, on n'était pas logique. Le monde est anglophone, nous on est francophone, marché étriqué, la demande est forte, mais l'offre n'est pas au point.

Annexe n°VIII : Entretien avec B.B, ancien ministre de la culture

Depuis quand la question des industries culturelles a été saisie comme une donnée politique ou une données stratégique et comment on peut le repérer dans le temps ?!

B.B : Comme on le dit, ça va faire appel à des mémoires. Pour être honnête même dans le questionnaire en relisant tu vas voir qu'il y avait une certaine gêne pour moi parce qu'en réalité, bon l'industrie culturelle n'est pas encore une réalité, non ! Une industrie, tout le monde sait ce que sait en termes de norme juridique, en termes de norme de fonctionnement à savoir que si on prend un parallèle avec les industries classiques, on a la matière première, on a les structures de transformation, on a les structures de commercialisation, les structures de promotion et puis bon, en face une clientèle autour de laquelle on développe une stratégie marketing, etc. Donc vu sous cet angle, si je prends par exemple le cas du cinéma, l'exemple palpable c'est un peu Hollywood ou en fait, c'est vraie qu'eux ne présentent même pas le cinéma comme la culture, ils parlent de divertissement donc ce que aime le public on va à la recherche des histoires qui portent à partir de laquelle on achète les droits, etc. On recherche un réalisateur capable de mettre tout cela en forme, qui lui aussi, fait un casting banal pour chercher des comédiens porteurs, etc. Et puis bon on a au final on sait qu'on va sortir dans combien de salles et puis bon bref ! Alors que chez nous, vraiment on est loin de ça. Donc je profite en même temps peut être répondre à la question de la notion d'économie de la culture où on disait en fait la culture n'a pas de prix mais ça un cout, voilà !

Je pense que c'est avec Mahamoudou Ouédraogo en tout cas qu'on a commencé à introduire cette notion. Je crois même que sa thèse porte beaucoup plus sur l'économie de la presse que sur l'économie de la culture. Bon mais je veux dire que ça c'est rester théorique. Puisque nous n'avons pas, disons réussi à impulser ou à encourager des gens à se lancer dans cette affaire-là. Bon ! Aussi loin que remonte ma mémoire en tout cas si on prend le domaine de la musique, je pensais au club voltaïque du disque, le CVD. Bon qui avait quand même essayé ici de produire des voltaïques. A l'époque je pense que c'est l'une des toutes premières maisons, si non avant tout le monde partait vers sono-disque ou c'est quoi encore en Côte d'Ivoire ou bien Sylla production en Guinée. Donc c'est vraiment la musique qui a été la première à avoir une structure de production. Bon ensuite le cinéma est venu mais en mettant en place des maisons de production mais bon ! Comme actuellement je n'ai pas besoin de réserve parce que je n'ai plus d'engagement (rires), en réalité pour moi ce ne sont pas des maisons de production, c'est des boites à merde. Je m'explique : voilà comment ça se passait avant. C'est-à-dire que l'Union Européenne ou la Francophonie de manière générale pour encourager la création artistique sur le continent africain, pas parce qu'ils nous aimaient hein, mais parce que les films étaient en Français, soutenait directement les réalisateurs. Je suis un réalisateur, j'ai mon projet, je vais moi-même déposer une demande de financement au niveau de l'Union Européenne, au niveau de l'ACP à l'époque puis en fonction de l'intérêt du projet on le finançait. D'ailleurs pour que le projet soit intéressant on se flanquait toujours quelqu'un pour aider ; il y avait une aide qui me faisait obligation de prendre un blanc pour ça. Donc voilà ce qui se faisait ce qui fait qu'à un moment, je crois qu'ils ont constaté à un moment donné que les sous qu'ils donnaient (directement aux réalisateurs) étaient mal utilisés. Et ensuite aussi ils avaient leur propre opinion nationale qui estimait quand même que, compte tenu qu'en Europe, c'est des structures qui présentent des projets, ils ont recommandé aux africains de mettre en place des maisons de productions parce que eux, c'est maintenant aux maisons de productions qu'ils vont donner de l'argent. Voilà comment le virage s'est amorcé. Et si tu constates le caractère rigollot de l'affaire, c'est que finalement les africains, ils ont tellement bien compris ça que, chaque cinéaste a créé sa maison de production. Donc aujourd'hui tu me donnes le nom de n'importe quel cinéaste, commençons par les Burkinabé, tu as Idrissa c'est NDK, tu as Gaston, c'est Imagine, tu as Pierre Yaméogo c'est Dunia-production, tu as mes amis, au début ils étaient ensemble tous les trois, les quoi du Faso ? Voilà ! Les films du Faso, par la suite ils ont transformé ça en sahelis production, bon ensuite si tu prends ma sœur Valérie c'est média 2000.

Sur le plan africain écoute Kora-Film tu auras mon ami Cheik Oumar Sissoko tu prendras comment on appelle ça là ; même Sembene Ousmane c'est Djerba, et c'est Djerba ou c'est quoi même le nom de sa maison de production là bon ! Tu prends par exemple Jean-Marie ça va être les Films de la raffia…

Bon bref ! Chaque réalisateur a fait, c'est pourquoi que je les appelle des boites à lettres. Parce que finalement c'est quoi ? Ces maisons de productions ne produisent que leur fondateurs ce qui n'est pas normal parce qu'une maison de production devrait produire tout le monde pourvu qu'il ait un projet voilà. Bon donc finalement les travers contre lesquels on voulait lutter se sont reproduits, pourquoi ? Parce que comme c'est la même maison de production qui fournit les factures. Ils fournissent les factures qu'ils veulent. Pour ceux qui sont malins, ils ont trouvé un administrateur à côté quoi qui fait le travail si non on sait très bien qui ordonne les dépenses, qui fait les justificatifs, etc. Alors donc malheureusement jusqu'aujourd'hui ça se produit parce qu'on n'a pas encore, l'Union Européenne n'a pas encore changé de fusil d'épaule alors on a ces maisons de productions qui sont là et qui nous produisent. Ce sont des maisons uninominales. Alors donc du coup dans ce contexte aussi ça ne favorise pas l'industrialisation voilà, parce qu'on aurait pu avoir une grosse maison un peu genre Hollywood.

Tout le reste des maisons de production en tout cas pour moi ils ne répondent pas à une logique d'industrie. La preuve c'est que si le principal patron n'a pas de projet, la maison de production ne produit personne. Bon mais ça satisfait au moins les besoins de procédures de nos bailleurs du Nord qui estiment que l'argent doit être donné plutôt à des structures qu'à des individus, voilà. Bon, voilà donc et je pense que c'est beaucoup plus des boutiques quoi (rire).

On prend SEYDONI-Production qui s'était quand même lancé en remplacement au CVD, je sentais qu'il succédait bien au CVD quand même parce qu'il est bon ! … Alors mais donc l'idée était bonne parce que voilà une structure qui allait se mettre en place, qui allait avoir une vision entre guillemet industrielle de la production discographique, ça été le cas de Solo Dja Kabako, etc. Voilà donc mais je veux dire que dans le domaine de la musique après le CVD, je vois plutôt SEYDONI-Production qui avait un esprit industriel de la chose voilà.

Bon côté cinéma pour être honnête en dehors ces petites maisons de production, mais sans grande ambition, là-bas je n'ai pas vu de choses en dehors du Cinafric. Dans le domaine Cinématographique je crois que c'est bon chacun gère sa boutique.

Coté cinéma je ne vois rien, coté musique ce sont ces deux initiatives que je vois, et coté littéraire zéro ! L'édition non, là aussi c'est zéro ; c'est vraiment, moi je ne considère pas ça comme y a aucune issue, c'est des imprimeries ! Non mais d'abord les imprimeries c'est vrai qu'elles sont sur la chaîne, je ne les considère pas comme des éditeurs, voilà ! Je ne les considère pas comme des éditeurs ; il y a eu des initiatives mais vraiment qui sont restées que ça ! Découverte du Burkina, d'ailleurs qui a fermé hein ! Et de toutes façon Découverte du Burkina, j'ai vu qu'il n'a pas produit en tout cas tout se passe dans sa maison, dans son salon à la zone du bois (rires) donc on ne peut pas parler d'industrie là-bas. Même il y a une structure CEPRODIF qui semble être une sorte d'association mais si tu veux, c'est une association des nuls ; ce sont tous des escrocs qui se sont réunis, ça peut pas aller loin voilà ! Donc côté littéraire forcement n'y a rien.

Quand on analyse, est ce que le problème de la culture est fondamentalement un problème financier ?

B.B : Ah ! Bon à mon avis je dirai non. Mais comme je l'ai dit si c'est dans un grand débat où on va se retrouver je vais me faire tirer les oreilles. Il n'est pas fondamentalement financier non ! Même si je reconnais qu'on a besoins de ressource pour s'organiser il n'est pas financier.

Il est d'abord d'ordre, j'allais dire, je ne sais pas si c'est le bon terme, d'ordre sociologique et psychologique. C'est-à-dire que nous avons une conception africaine, francophone de la culture comme étant une valeur non marchande

parce que tant que tu n'as pas une vision économique de quelque chose eh bien ! Évidement tu vas passer ton temps à demander de l'assistance, de la subvention, etc. etc. ok ? Bien ! Ça fait que celui qui fait de la musique, il le fait pour son propre plaisir, celui qui fait le théâtre, il le fait pareil, le sculpteur c'est pour également s'exprimer patata, les gens n'ont pas cette vision des choses, je le dit parce que moi j'ai fait du théâtre avec Prospère Compaoré de 1980 à 1984. Nous montions nos pièces, on était content d'aller les montrer au Centre culturel Français si les gens payent pour entrer tant mieux s'ils ne payent pas ce n'est pas grave. Ça ne nous disait rien, nous-mêmes on était comédiens, c'est vraie qu'on avait nos bourses donc on n'avait pas besoin qu'on nous paye ; à la fin de l'année, Prospère nous payait un *jeans* on était content voilà. Je crois même qu'actuellement les choses ont un peu changé quand même. Mais nous on était heureux ça nous disait absolument rien. Notre plaisir c'était ça. Donc je dis que si tu prends par exemple le cinéma, quand il a commencé franchement, il y a des gens dans ce pays et même en Afrique qui ont gagné de l'argent, trois cent millions cadeau et jusqu'à présent c'est cadeau et puisque même quand l'État Burkinabé donne cinquante millions à un cinéaste burkinabé ce n'est pas pour qu'il rembourse, on lui demande pas de rembourser. Il faut qu'on change de mentalité, qu'on sache que si je viens dans un secteur c'est pour en faire un métier, c'est très important. Quand on n'a pas cette idée là on ne peut pas chercher à prospérer. Si je prends ceux qui prennent les trois cent et quelques millions-là qui faisaient les Films, ils s'en foutaient royalement que ça soit rentable ou pas rentable, puisqu'il n'a pas à rembourser, voilà. Donc, c'est pour dire que c'est d'abord psychologique, sociologique, il faut d'abord changer. Intégrer la notion économique de la culture, et peut être que, ce qui nous manque encore c'est que, en réalité pour qu'il y ait des industries culturelles, les industries culturelles ne peuvent pas être créées, promues par les acteurs eux-mêmes, c'est-à-dire qu'il faut des personnages extérieurs puisque les acteurs eux-mêmes en réalité, eux ce qu'on leur demande, c'est de créer voilà ! Tant qu'on n'arrivera pas à ça. Alors maintenant pourquoi on n'y arrive pas ? On n'y arrive pas parce qu'aujourd'hui les investisseurs potentiels notamment dans le domaine du privé que nous avons, sont en majorité d'une catégorie dite analphabète. Les hommes les plus riches de ce pays sont des gens, ça commence à évoluer quand même et Dieu merci mais jusqu'à présent à 80 % se sont les résidus du système scolaire. Ils n'ont pas été à l'école ou ont été renvoyés de l'école et ont essayé de survivre et en essayant de survivre eh bien ! Ils se sont lancés dans les affaires et aujourd'hui ils sont prospères. Ils n'ont qu'une seule vision des affaires c'est l'import-export, c'est-à-dire tout ce qui est intellectuel-là, ce n'est pas de leur machin…

D'accord en tout qu'à bon courage comme je l'ai dit j'espère que vous allez sortir de la théorie là toi et les autres là pour qu'un jour j'entends dire que vous êtes patron d'une industrie. Moi je suis sur le chemin, je veux faire quelque chose…

Annexe n°IX: Entretien avec D'A.F, personne ressource

La capacité des acteurs à porter le projet des industries culturelles et créatives, à financer les industries culturelles, à piloter, à manager des entreprises culturelles. Comment vous l'appréciez ?

D'A.F : De manière générale moi je dirai qu'il n'y a pas encore un système cohérent. Il n'y a pas encore un écosystème cohérent, c'est-à-dire d'acteurs publics et privés qui partagent d'abord une bonne connaissance des filières et de la chaîne de valeur, qui partage une vision commune et qui disposent des ressources techniques et financières indispensable à un fonctionnement fluide et efficace du système. Ça n'existe pas encore. Il y a une hétérogénéité. On peut avoir des acteurs des opérateurs, des entrepreneurs culturels qui maîtrisent les métiers mais qui n'ont pas les moyens de financement. Mais les détenteurs de l'épargne privée interne ne comprennent pas le secteur et ils ont peur du piratage qui joue un rôle dévastateur de l'investissement. Ça, c'est un premier élément.

Deuxième élément de réponse est qu'il n'y a toujours pas encore une appréhension du secteur culturel comme un système constitué d'un ensemble de métiers et de chaîne de valeur de manière générale ; ou cette connaissance est très inégale et émiettée. Par conséquent, cet émiettement n'arrive pas à créer une dynamique cohérente qui permet de générer ou d'entraîner le développement du secteur. Les choses sont éparses.

Mais il y a une chose qui me frappe, c'est le développement de la filière image. Une des filières les plus émergées en Afrique, c'est celle de la filière image de vidéo. Je pense que c'est beaucoup plus la conséquence de la baisse de coût d'achat de matériels et aussi de la prise de conscience de l'existence d'une demande d'images locales, d'images de soi. Donc il existe des opportunités.

Mais l'émiettement et l'hétérogénéité de la compréhension, de la connaissance de ce secteur et l'absence de vision commune, de capacité d'action commune, font qu'il est difficile dans beaucoup de cas, dans beaucoup de pays, d'amplifier ce potentiel. Mais On constate que lorsque à l'exemple du Nigeria, il existe cette vision commune mais dans une approche très commerciale qui a ses limites de ce secteur, ça prend, ça marche. Ça fait que la filière images représente 2 % du PIB du Nigeria. Mais là, il y a un ensemble de gens qui partagent. Ça montre *a contrario* qu'il est nécessaire d'avoir, et des investisseurs, et des capacités de création, et un marché.

Et dans tout ça le maillon faible c'est l'État. C'est simplement lié à l'histoire politique en Afrique. L'État n'a pas encore fait sa mutation ou il est en train de le faire. Si on prend le cas du Burkina, je crois que c'est fait maintenant. Mais, même dans le cas du Burkina, cela a des limites et c'est beaucoup plus pour être bon élève de la communauté internationale mais ce n'est pas sûr que tout le monde ait tout compris. C'est ça la faiblesse. Et là-dedans il n'y a pas de dispositifs de formation pour former des ressources qualifiées compétentes ; il n'y a pas suffisamment pour pouvoir travailler sur ces questions. Au Nigeria il y a une synergie, il y a la convergence des intérêts, en fait c'est surtout une convergence d'intérêts. La convergence des intérêts de différents acteurs. D'abord le créateur, l'investisseur et la création d'un marché, c'est-à-dire le public qui demande des biens qui correspondent à ses besoins culturels. Ça existe. Et aussi y a un quatrième paramètre qui a joué dans le cas du Nigeria, c'est l'existence d'une capacité de créativité pour juguler le problème de piratage. Ils ont inventé un modèle économique qui vise à prendre de vitesse. Ils ont intégré le piratage. Ils ont dit de toute façon ça sera piraté, il faut qu'on adopte une vitesse de production. Le coût de l'investissement doit-être rentabilisé dans un espace de temps donné. En même temps y a des conséquences négatives puisque de toute les façons tout ce qu'on va produire va être piraté, bon ! On ne va pas mettre plus de 10 millions pour la production. Ça ne permet pas de faire une production d'une très grande qualité.

Mais Ce qui est intéressant, qui constitue une avancée, c'est qu'ils ont trouvé un modèle économique qui leur permet de prendre en vitesse le phénomène de piratage.

Ce que je dois dire c'est qu'il y a un gros handicap en Afrique, c'est la très grande prégnance de la politique partisane dans l'action publique qui freine la recherche de l'efficacité de l'action. Non pas dans la formulation des plans stratégique, mais dans leur mise en œuvre. Ça joue trop quoi. Ça joue beaucoup. D'une part d'un cumule du côté de l'État le fait qu'il y a beaucoup d'agents qui ne savent pas les dispositifs des industries culturelles. C'est quasiment des mathématiques. C'est de l'analyse d'un certain nombre de données et après pour réguler, pour jouer il faut connaître le secteur et savoir comment on agit dessus, comment on stimule l'investissement, etc. pour le secteur. Ce n'est pas le cousin du ministre qui a fait sa campagne électorale qui va pouvoir décider en tant que directeur du cinéma.

Pouvez-vous revenir sur la question de la vision commune comme facteur de développement des industries culturelles ?

D'A.F : Si on prend le cas du Maroc, ça marche parce qu'il y a une vision que quelqu'un a construite. L'ancien directeur du centre cinématographique du Maroc a construit une vision qui est soutenue par le pouvoir politique, et les professionnels, et les investisseurs Et aussi les partenaires internationaux. Et il existait une capacité professionnelle qui pouvait répondre aux besoins des investisseurs étrangers. Ils ont choisi d'attirer les tournages étrangers. Pour que les tournages étrangers viennent, il faut qu'il y ait des capacités locales qui répondent. Il n'y a pas l'écosystème parce qu'il n'y a pas d'instance qui, à elle seule, que ce soit l'investissement privé ou public, soit capable de construire comme ce fut le cas en Inde par exemple. En Inde, c'était le capital privé foncier, c'est des riches fonciers. Les investisseurs privés, c'était quand même des dirigeants, ils ont une vision, ils ont choisi d'investir dans le cinéma qui est un nouveau loisir. En même temps, il y avait une culture du loisir payant. Si les gens ne veulent pas payer pour aller voir un film, tu as beau investir, tu ne vas rentrer dans ton investissement. Donc il y avait un ensemble de choses et ceux-là sans attendre l'État ils ont construit le système et après l'État a accompagné. Mais chez nous, on n'a pas ça.

Et vous dites que l'État, c'est le maillon faible.

D'A.F : Oui, clairement. Pour moi c'est l'État.

Je cherche bien à comprendre pourquoi ?

D'A.F : Mais Oui c'est l'État. C'est simplement, d'abord il y a deux éléments : l'État n'a pas encore compris et il a toujours une approche anthropologique, politicienne et partisane de la culture pire qu'aux lendemains des indépendances. La deuxième chose, c'est le cas au Burkina, ils sont restés bloqués sur le modèle de politique culturelle, de politique d'animation de la jeunesse. Ils n'ont pas encore compris que c'est un secteur de développement, que c'est un secteur d'intervention qui nécessite une approche spécifique. C'est en cela il est un maillon faible. Maintenant il a manifesté la bonne volonté, mais il n'a pas les ressources humaines pour ça.

Et la question de l'état des filières ?

D'A.F : En fait ça, c'est comme l'ADN, le code génétique de ce système. La même chose, les filières ont des développements hétérogènes. Elles ne sont pas au même niveau. Par exemple dans la plupart de ces filières, le maillon distribution est quasiment inexistant parce que **la dynamique de marché n'est pas suffisante pour provoquer la division du travail** qui permettrait au maillon distribution d'être viable. La même personne est producteur, distributeur, réalisateur, scénariste exploitant dans certains cas. Mais c'est symptomatique de l'étroitesse du marché. C'est aussi lié au fait que la distribution est un des maillons les plus chers dans le domaine

de l'industrie culturelle. Celui qui demande le plus d'investissement. En logistique, en organisation et en capacité de connaissance de la demande.

Le degré d'appropriation de l'Internet est insuffisant pour permettre de contourner ces difficultés. Donc il faut trouver les solutions appropriées au contexte africain et trouver d'autres alternatives. Le constat est qu'en Afrique, il y a des filières qui sont dynamiques, il y a des filières sinistrées. Les pays africains, ils ont intérêt à miser fortement sur *image et son*. D'autant plus que ce sont des sociétés d'oralité, c'est la filière de l'image de cinéma qui est vivante. En musique enregistrée, du son enregistré, là il y a un dynamisme. Il y a d'autres filières qui ont du dynamisme aussi. C'est celle du spectacle vivant. Il y a un patrimoine culturel aussi dont fait l'articulation avec les autres filières notamment le design, l'architecture, le textile. Donc, il y a plusieurs filières qui pourraient faire l'objet de ça. Et il y a une filière qui est sinistrée, c'est celle du livre, de l'écrit. Bon il y a des pays où la filière du livre est dynamique comme l'Afrique du Sud, comme le Cameroun, mais le développement de la filière est freiné par l'absence d'une politique publique qui permet une action de l'État. Donc il faut une stratégie produite à partir d'une stratégie cohérente, d'encadrement et de soutien qui serait fondée à la fois sur le développement scolaire et à la colonne vertébrale de l'économie du livre, et le développement des publics, des lecteurs.

Et regarde ça aussi, et qu'on recherche les causes de cela, on fait le même constat, c'est qu'il n'y a pas de ressources humaines spécialisées pour concevoir des projets mesurables, appropriés et les mettre en œuvre. Et qu'il n'y a pas l'action publique et les financements publics nécessaires au développement de ces filières. Il y a des capacités de création, il n'y a pas suffisamment de dispositifs de formation. On pense toujours que la création artistique c'est de l'inné, du talent inné. On ne pense pas que ça nécessite aussi de la formation. Ce n'est pas pour rien que les pays où la création plastique est vive, on enseigne les arts.

Et l'essentiel du dispositif de formation est détenu par le privé qui fait un peu par passion les choses et dont même le résultat n'est reconnu par l'autorité. C'est eux qui s'engagent mais finalement le travail n'est pas sanctionné avec un diplôme de reconnaissance. Et l'État qui ne fait rien ou fait très peu, ne bouge pas par rapport au niveau des ressources humaines.

Deuxièmement si on prend la production il y a une insuffisance d'agents spécialisés de la structure et d'agences uniquement spécialisées que dans les financements de la création. Mais c'est un handicap. Tant que le piratage sera au niveau où il est, et l'économie informelle sera à 90% du secteur. C'est quel investisseur qui va mettre son argent dans des trucs pareils.

Il y a le maillon distribution qui est quasiment inexistante. Mais à mon avis c'est qu'il y a une insuffisance de réflexion sur quelle modalité alternative on peut jouer pour améliorer la distribution des biens culturels. Autrement que par l'approche multicarte d'un seul qui fait tout: scénariste, réalisateur, producteur, distributeur, etc.

Enfin, même au niveau des structures de médiation, au niveau de l'étape de la jouissance de la consommation des biens, il n'y a pas non plus suffisamment de structure d'accès. Pourquoi les gens produisent les livres ? Comment les gens font ? Comment le livre écrit par l'auteur est guidé ? Comment il va aller aux lecteurs ? Il n'y a pas suffisamment de lieu de médiation ou des structures de médiation pour raccourcir le circuit entre le livre et les lecteurs. On peut trouver des formules adaptées au contexte. Ça n'existe pas. **C'est parce que les gens n'ont pas encore compris la fonction de la chaîne de valeur**. **Et la nécessité d'avoir un ensemble complet et cohérent de fonction évoluant dans un contexte qui permet la viabilité économique**.

Mais quelle est la logique qui sous-tend le cumul donc des fonctions dans la chaîne de valeur ?

D'A.F : Mais, oui ils ont raison. C'est une logique d'efficacité, c'est encore la question de l'étroitesse du marché. Pour qu'il y ait grande division du travail, il faut qu'il y ait une division du travail économiquement viable. Pour que

quelqu'un ne fasse que de la production du film, il faut qu'il ait un marché qui lui permet de rentabiliser ses investissements antérieurs qui permet de s'ouvrir à d'autres. Si le marché est atrophié, il ne peut pas.

Les fonctions vont être spécifiées une fois donc les conditions réunies ? C'est ça ?

D'A.F : Mais Oui c'est la taille du marché qui est déterminante. Il ne peut pas y avoir un fonctionnement efficace de l'exploitation cinématographique, s'il n'y a pas un volume de production, un volume de marché. Après, la faiblesse et l'étroitesse du marché est liée à la faiblesse du pouvoir d'achat et aussi aux pratiques culturelles de population. C'est un ensemble de choses qui implique d'abord une approche politique publique intégrée de ce secteur. C'est pour ça qu'il faut des gens qui se spécialisent…

Annexe n°X : Entretien avec B.T, producteur culturel dans la filière musique enregistrée

Pouvez-vous nous présenter votre structure de production ?

B.T : Alors la structure que je dirige se nomme Artiste distribution. Artiste distribution a été créée en 2005 dans le domaine de la production, de l'édition, du management. Le métier de producteur, c'est vrai est assez compliqué parce que le revenu du producteur c'est la vente de supports. On appelle producteur celui qui met de l'argent qui supporte tout le coût de production d'une œuvre discographique en contrepartie d'une rémunération sur la vente des supports. Voilà être producteur c'est une bonne affaire parce qu'en arrivant à vendre les supports depuis 2000 on est en 2016 bon 2017 donc 2012-2013 le marché a chuté.

Aujourd'hui en 2017 il n'y a même plus de vente à cause de la grande chute de l'industrie de disques connue un peu partout. Les consommateurs préfèrent les clés USB, les cartes mémoires et autres supports sur lesquels nous on n'a pas de revenus. Un seul CD suffit pour alimenter un million de téléphones portables, du coup le métier de producteur tend à disparaître. De plus en plus, les productions qu'on voit sur le marché sont des autoproductions, c'est l'artiste lui-même qui met l'argent dans sa production parce qu'il veut faire son métier d'artiste. Et ceux qui produisent signent un contrat de production et de management pour que sur l'autre échelle du travail ils puissent récupérer un peu de ce qu'ils mettent dans la production. Ils perçoivent des commissions de manager, qui leur permettent d'amoindrir un peu les coûts de production. Sinon aujourd'hui, les producteurs, ils ne sont plus légion.

Vous dites que c'est la crise du disque qui explique les problèmes de production ?

B.T : Ouais puisque c'est sur le support que le producteur est rémunéré. Voilà lui, en tant que producteur, il n'a pas de droits d'auteur au BBDA ; s'il n'est pas l'éditeur, le droit d'auteur ne lui concède rien. Le contrat de production n'est pas reconnu par le bureau du droit d'auteur puisqu'il n'est même pas acteur au BBDA. C'est l'éditeur, les interprètes et l'auteur qui sont reconnus, donc vous voyez, lui, il met des millions pour permettre à l'auteur-compositeur, l'interprète de sortir une œuvre et c'est l'éditeur qui va avoir un revenu et lui producteur, rien ! Lui il se rémunère sur la vente directe : voilà 100 CD vendus, voilà ma part voilà la part qui revient à l'artiste point barre.

Vous semblez ne pas être d'accord avec ce principe, non ?

B.T : Non ! Ce n'est pas que je ne suis pas d'accord. J'explique pourquoi aujourd'hui il n'y a plus de producteurs en nombre. Puisque le producteur lui, il n'a pas de revenus, son contrat c'est de produire, et vendre alors qu'il ne peut plus vendre voilà il n'y a plus un marché. Et bien il ne produit plus !

Est-ce que ce tournant numérique là vous a surpris ? Qu'est-ce qui n'a pas fonctionné dans ce tournant numérique ?

B.T : Puisque vous voyez, nous on est, pas nous-mêmes mais les pays industrialisés prennent aussi le coup. La crise du marché de disques n'est pas que africaine seulement, n'est pas le propre du burkinabè même. Ceux-là même qui ont fabriqué et qui fabriquent ces supports numériques subissent cette loi-là. Vous savez, on fait quelque chose qu'on se dit, ça va révolutionner. On ne s'attend pas à ce revers-là qui dit que bon on va plus acheter le support on va se contenter des copies bien voilà ! Ça n'a pas été vite canalisé sinon on le voyait venir ; aujourd'hui, la réflexion c'est comment anticiper : quelles sont les perspectives 2020 ? Quelle sera la nouvelle technologie qui va permettre à la musique de se vendre ? Vous voyez, on sentait déjà la mort du CD. On a senti venir, mais qu'est-ce qu'il fallait faire ? Vous ne pouvez pas mettre vos albums sur des cartes mémoire pour vendre ; ce n'est pas possible, il n'y a pas de valeur en fait ; parce que le fournisseur en ligne l'a tellement mis à un prix dérisoire et imbécile que vous ne pouvez pas vous faire des chiffres là-dessus. Voilà alors la vente en ligne avait été perçue comme étant une alternative mais malheureusement le bureau burkinabè des droits d'auteur avec ses textes datant de 1983, n'a rien sur les ventes en ligne ! Voilà vous mettez qui en ligne pour percevoir quoi ?

Donc les textes ne prévoient pas la vente en ligne ?

B.T : Non ! Pas prévu. Puisque tous les textes parlent de CD, de vinyle de trente-trois tours de… voilà jusqu'en 2017 où on est on en produit plus pratiquement voilà. Si vous prenez, voyez le plus le plus grand nombre de CD avec stickers ces trois dernières années, il n'y a même pas un artiste qui a fait 5000 CD alors que dans les années 1999 en allant on avait des 45 000 CD, des15 000 CD, des 20 000 CD de vendus, voilà ! Vous vendez, vous récupérez vos sous c'est vite fait. Parce que voilà, la marge n'est pas grande et les coûts de production étaient élevés mais avec la quantité de CD vendus, ça permettrait de récupérer un peu les coûts de production. Mais aujourd'hui, les coûts de production des CD sont baissés, les marges peuvent être grandes et il n'y a plus de consommateurs. Voilà le Paradoxe ! Avant le coût de production était élevé et il y avait les consommateurs. La marge était faible l'on vend assez pour récupérer. Maintenant vous pouvez produire le CD à 500 à 700 francs tout finit vous les vendez à 3 000 francs, à 2 500 même à 2 000 francs, et vous n'avez personne pour l'acheter.

Comment vous faites alors en tant que producteur ?

B.T : Je regarde, je signe un contrat de production et de management comme je le fais quatre ans maintenant. Tout artiste que je produis, je suis le manager, je signe un contrat dans lequel je prends une commission sur chaque spectacle ; voilà ça me permet de réguler mes pertes.

Et ç'est modèle qui fonctionne ?

B.T : Bon c'est le seul moyen que les producteurs ont aujourd'hui ; maintenant les taux varient : il y a des pays où ils sont à 50/50. Aujourd'hui au Burkina, le plus grand taux c'est 30% du cachet des spectacles. Maintenant, comme vous ne vendez plus le support, c'est l'artiste vous vendez ! Vous récupérez sur le nombre de ses spectacles ; si vous avez 6 fois 100 000 francs dans la journée, ça fait 600 000 francs vous avez 30% de cette somme. C'est un revenu non négligeable. Dans le temps, c'était partagé entre le manager et l'artiste et le producteur n'avait rien ! Alors que vous injectez des millions à faire l'album. Beaucoup d'artistes l'ont compris maintenant c'est la seule condition maintenant pour produire sinon vous ferez vous-même votre propre production et dans ce cas il n'y a pas de production.

Avec tous ces problèmes, comment artiste distribution se comporte financièrement ?

B.T : Euh ben au-delà de la production nous faisons un peu de consultation ; j'ai eu la malchance d'être économiste de formation (rires) et les consultations permettent tant bien que mal de pouvoir gérer les dépenses de la structure voilà.

Quel type de consultation ?

B.T : Euh au fait on fait dans l'ingénierie culturelle voilà ; on fait des prestations le service voilà ; l'organisation des spectacles voilà ; nous faisons pour pouvoir chaque mois, chaque deux mois, pour avoir un petit revenu sur un spectacle de quoi garantir, payer les salaires et le loyer.

Parlant de salarié vous avez combien ?

B.T : Trois

Y compris vous-même ?

B.T : Plus moi-même ça fait quatre

Déclarer à la Caisse Nationale de Sécurité Sociale ?

B.T : Les deux, il y a deux déclarés les deux autres non

Et votre chiffre d'affaires dans l'année, c'est combien de milliards ?

B.T : Humm! Est-ce qu'il y a milliards ? Est-ce qu'il y a des milliards dans ce pays-là encore (rires)

…Parce qu'on dit que c'est vous qui produisez la richesse

B.T : Oui on produit la richesse

En créant des emplois et en créant des richesses directes, en payant les impôts tout ça là

B.T : Oui on enrichit beaucoup le contribuable on enrichit beaucoup le contribuable ouais ! C'est vrai, c'est que je n'arrive pas à donner un chiffre parce que ce n'est pas simple.

Vous n'avez pas une comptabilité ?

B.T : Si si, mais bon euh ! C'est dire que le bilan de l'année passée ça fait tourner autour de 60 à 80 millions. Les spectacles location et autres sinon production artiste là, haï ! Parce qu'on a monté un podium une sono qu'on met en location.

Maintenant abordons les questions d'ordre général sur les industries culturelles comment percevez-vous l'évolution ?

B.T : Il y a une volonté des acteurs, ça c'est déjà bien. Il y a de l'expertise qui est un deuxième point positif. Le gros souci c'est le financement de la Culture et on ne demande pas de partager de l'argent, on devait programmer un bon plan de financement de la culture et demander aux acteurs à venir soumissionner comme il peut pour ce qu'il veut faire. Ouais ! On n'a pas d'accompagnement de la banque non plus. Moi je sais que plusieurs fois j'ai des bons de commande et je vais à la banque avec pour un prêt, mais on me dit toujours, *non la culture ah non ! Non ! Non ! Ce n'est pas fiable !*

Quelle banque par exemple ?

B.T : Moi je suis à la BSIC je suis à UBA voilà ! A la BSIC trois fois : non ! Monsieur BATIONO ah ! Votre affaire de culture là, vraiment voilà on ne peut pas vous financer. Je me rappelle en 2000 et 2010 on avait demandé au Ministre de la culture de prendre langue avec les banques pour permettre aux sociétés qui évoluent dans la culture de pouvoir vraiment avoir l'accompagnement nécessaire voilà.

Qu'est-ce que la banque vous dit ou avance comme raisons ?

B.T : Non ! Quand vous dites musique, on vous dit votre secteur n'est pas porteur, ce n'est pas stable. On dit : il y a trop de risques. Un gestionnaire m'a dit la dernière fois que : vous êtes à 80 % de risques ! J'ai dit ah ! Ouais ? Vous voyez ? Je viens avec un bon de commande sur un festival, je dis bon, je mets le bon chez vous, je vais domicilier pour que vous me financez afin que je commence à travailler. Les gens de la banque me disent non ! La culture, attention, il y a trop d'aléas qu'on ne maîtrise pas bien.

Mais est-ce que votre compte domicilié là-bas ne donne pas des informations à votre défaveur ?

B.T : Non ! Non ! Normalement toutes mes activités, moi je ne fais pas des transactions hors banque. Je suis économiste de formation, même si on va aller déposer pour faire le retrait après, on le fait ; ça c'est permanent voilà !

Je l'ai dit toujours, la culture c'est comme du bâtiment, c'est comme la dame qui vend son riz, on est plus riche même que le commerçant. J'ai expliqué que nous on met 100 millions dans un concert en un mois et on distribue près de 80 millions à l'économie. Je prends l'exemple d'un concert que j'ai fait à Ouaga ça rapporté 115 millions ; l'artiste, la dame, m'a pris que 35 millions là-dedans, tout le reste a été redistribué sur le marché voilà ! Mais aucune banque n'a voulu accompagner mon projet, on vous dit que c'est risqué. Mais quand vous venez verser les recettes là, ils sont assis maintenant ils disent ah oui ! Où tu as eu tous ces petites coupures-là ? Toi tu es devenu policier non pour venir avec des billets de 1 000 francs et 2000 francs ? Vous voyez, la mentalité des banquiers, il faut qu'on arrive à les sensibiliser, à les former. Le commerçant, il serait allé payer son riz à 100 millions, il va remplir ses magasins, il va mettre trois mois pour le vendre nous on partage les 100 millions en un mois.

Mais j'ai écouté un banquier qui dit que vous n'exploitez pas les produits qu'ils mettent à votre disposition.

B.T : Ils nous effrayent. Eux-mêmes, ils nous effrayent déjà, ils n'ont pas confiance en nous. Quelqu'un qui n'a pas confiance en vous, vous allez lui confier quoi ? Aucun projet ne va lui convenir puisque quand vous venez déjà on dit c'est culturel on dit non ! Ce n'est pas la peine voilà ! Alors que, s'ils nous en encourageaient à venir, la majorité de nos structures sont dans les caisses populaires, sont dans les micro-crédits alors que le système bancaire classique, on nous fuit parce qu'ils ne nous veulent pas. On ne peut pas domicilier un bon de commande dans une société de micro-crédit puisque vous prenez pour travailler vous allez domicilier pour prendre quoi puisque vous êtes déjà en crédit et en prêt avec eux. Dans la mesure où nous, on a des bons de commande mais il faut bien que la banque accepte de nous accompagner…

Est-ce que les banquiers n'ont pas vécu des expériences concrètes et malheureuses avec les acteurs culturels ?

B.T : Non ! C'est ce qui se dit. Vous dites, vous faites un concert (c'est là que l'idée de billetterie nationale pour la culture peut être intéressante pour qu'on sache comment on impacte le secteur) d'un artiste à la maison du peuple qui fait 3 000 places ; l'entrée vous faites à 2000 francs, donc six millions comme recettes possibles. Vous allez voir la banque pour lui dire, j'ai juste besoin de trois millions pour pouvoir booster mon truc jusqu'à la fin. On vous dit : qu'est-ce qui prouve que les trois millions-là, tu vas les récupérer ? Ce jour-là il peut y avoir une pluie, il peut y avoir tant tant…on vous dit ça en face comme ça voilà vous venez avec un bon de commande, un bon de commande pour la réalisation d'une activité. L'activité aura lieu dans deux semaines, alors je dois préfinancer une partie. On vous dit encore : pardon les gens de Culture ce n'est pas sûr. Vous voyez ? A force d'entendre ça, personne ne court vers le système classique bancaire voilà. On va dans le dans les systèmes populaires ou de micro-crédit. Ces derniers nous comprennent mieux que les banques. Moi, ma banque m'a jamais fait un prêt sur un produit culturel pourtant je l'ai créé avec une entreprise culturelle. Voilà donc, je fais tourner le compte, c'est eux que j'enrichis mais ils ne m'aident pas à faire de la richesse et si je paye leurs agios, je paye tout ce qu'ils prélèvent

voilà pour garantir les salaires mais moi je ne peux pas avoir de l'argent pour pouvoir fonctionner. Si c'était un commençant de riz, ce que je fais sur mon compte bancaire, on m'aurait donné de l'argent assez rapidement que ça.

Seulement les institutions financières de ce type, ne peuvent pas donner beaucoup.

B.T : Ils ne peuvent pas donner beaucoup, ils ne peuvent pas encaisser un bon de commande voilà les limites. Voilà, vous avez un bon de commande même si vous avez un prêt d'un million chez eux vous les amené un bon de commande de 100 millions, ils ne vous regardent pas. Vous avez un prêt à payer ce n'est pas encore remboursé vous parlez de quoi là ? Voilà c'est en ça que la banque dois ouvrir le guichet culturel Les banques doivent avoir des agents là-bas qui comprennent la valeur de la culture. Qu'est-ce qu'on en fait ? C'est ce qu'on avait dit à la création du fonds de développement qui est devenu fonds de développement de la Culture e du tourisme. On a dit de mettre en place un système de prêt. Je veux 3 millions pour faire un concert, le ticket d'entrée c'est 2000 francs, vous me donnez les trois millions et le fonds vient le jour du concert, à la recette ils vendent on a eu nos trois millions aujourd'hui voilà la recette est dans nos mains ça ne se poursuit pas puisque l'organisation des spectacles c'est directe le partage est fait sur place.

Donc le jour de l'activité le fonds est là et c'est eux qui s'occupe de la de la billetterie ?

B.T : De la billetterie ! Oui voilà les billets. Vendez ! Propre ! C'est là c'est la seule source de recettes qu'on a. Il ne faut pas après on va dire, on a enlevé la recette ; c'est un tel qui est parti avec, non !

Mais revenez sur l'idée de billetterie nationale ?

B.T : On a, je sais qu'on avait brossé ça ; en fait, ça permet au ministère de la Culture d'éditer des billets. Comme ça, on n'a même pas besoin d'une étude ou d'enquête pour savoir la recette. Comme ça tout ce qu'on a fait comme festivals, spectacles dans l'année, ça leur donne les chiffres palpables, ça passe par eux et c'est propre et puis ça leur donne la force.

Le ministère prend donc en charge l'impression des tickets de concert ?

B.T : Sur le la production du billet à l'imprimerie coûte 350 francs ou 250 francs. Moi je vous donne un moyen sécurisé pour le faire par exemple on fait des billets bracelet avec code-barres sécurisé on n'a pas besoin de 10 personnes si le code passe il rentre, si le code ne passe pas il ne passe pas. Ça permet à tout le monde de travailler librement on ne va pas venir dire oui il y a eu 30 personnes rentrées à la maison du peuple alors qu'on a dit que ouais, il y a eu 300. Ça permet en amont de même payer le droit d'auteur puisque sur les spectacles on verse une commission sur le nombre d'imprimés quand on n'arrive pas à avoir le nombre d'entrées exact ; on fait souvent un forfait ; le gars vient il dit bon finalement c'est 50 000 on paye, c'est 100 000 alors que…

Est-ce que vous pensez que les acteurs vont accepter ce mécanisme ?

B.T : Si c'est bien expliqué. La raison c'est quoi ? Il faut qu'on leur explique pourquoi il faut aller vers la billetterie. Par exemple, moi j'avais annoncé l'idée de billets, c'était avant même qu'on aille au fonds parce que si on va à la billetterie nationale, ça va nous permettre d'arriver au fonds.

C'est le même problème au niveau du cinéma. Une billetterie nationale qui permettrait donc de sécuriser et d'encourager. Une billetterie aussi nationale pour l'organisation, la production des spectacles ça peut être intéressant. En amont ce qu'il faut à mon sens aussi caler, c'est la question des salles ; s'il y a un réseau de salles publiques et privées, et qu'on sait que l'essentiel de la production donc des spectacles passe par ces salles-là, on sait aussi comment mettre en pratique donc la billetterie nationale voilà. Vous venez pour utiliser la salle, la billetterie

est là déjà un point c'est tout. Voilà c'est clair voilà la billetterie est là le dernier ticket c'est au numéro de série 1102 on commence donc de 1103 jusqu'à la fin. Le producteur ne se préoccupe plus d'aller confectionner des tickets, s'est organisé par les maisons les structures d'accueil de spectacles.

Quand vous allez au cinéma, ce n'est pas vous qui venez avec vos tickets, non ! Pourquoi nous en musique, on n'essaie pas de faire comme au cinéma ? Eux, ils savent, ils arrivent à dire avec exactitude le nombre d'entrées, nous on n'arrive pas. Si on déclare 2 000 entrées là, les gars du BBDA vont venir nous taper ici. Il y avait 1500 personnes, il y avait 1 000 souvent la salle et pleine et on te dit il y avait 700 personnes juste parce qu'ils ne veulent pas déclarer les chiffres à cause du fisc, alors que les chiffres exacts nous arrangent. Cela permet de mieux cerner notre avancée et la portée de notre travail.

Comment vous voyez justement le métier de producteur pour les 5 ans et les 10 ans à avenir ?

B.T : C'est grave on est en train de mourir puisqu'il n'y a plus actuellement au Burkina de producteurs professionnels**. Il y a près de 75% d'autoproductions.**

Mais qu'est-ce qu'il faut faire dans tout ça ?

B.T : Il faut laisser le métier de producteur mourir seulement ou bien financier la production voilà.

Financier la production c'est-à-dire ?

B.T : Oui en fait si vous voulez que l'on reproduise, il faut y mettre de l'argent pour que le gars puisse produire puisque c'est de l'argent qu'on jette par la fenêtre on n'arrive pas à le récupérer voilà ! Si je dois mettre 2 millions dans un album et puis j'ai quelqu'un qui est prêt à mettre un million ou cinq cent mille comme soutien à la production de l'œuvre, je suis prêt à supporter les un millions cinq cent mille.

Donc le ministère produit des artistes ? Vous pensez que l'État est en concurrence avec vous ?

B.T : Mais le ministère de la Culture c'est le premier concurrent parce que lui-même il est devenu entrepreneurs de spectacles.

En quoi faisant ?

B.T : Mais il organise des événements, il ne fait pas d'appels à candidatures, ni de soumission. Toutes les cérémonies officielles qui leur sont confiées sont réalisées par leur CENASA. On avait espéré qu'après le SIAO, il allait permettre qu'il y ait appel à candidature pour le FESPACO, je pense qu'on avait attiré leur attention sur ça. Ils ne l'ont pas fait ; ils ont encore confié l'organisation à leurs structures qui ne sont pas en règle vis-à-vis des textes parce que les textes disent qu'avec une licence A d'entrepreneur de spectacles, ils ne peuvent organiser les spectacles que dans leur enceinte ; hors de leur enceinte, ils ne sont pas habilités à le faire. Mais c'est eux qui sont programmateurs hors de leur enceinte. C'est une violation des textes qu'eux-mêmes ont votés.

Et qu'est-ce que vous en dites ?

B.T : Ben ce n'est pas normal.

Est-ce qu'ils le savent ?

B.T : Ils savent bien puisque ça fait des années qu'on en parle, c'est devenu une chanson chez eux ça leur dit plus rien on fera et puis, ils vont faire quoi ? Depuis 2005 la politique était de pousser les entrepreneurs culturels à aller vers la création d'entreprises formelles voilà on les a créé où est le marché ? Y a pas de marché, il y a pas d'appels d'offres, y a pas d'appels à candidatures, il n'y a pas d'appels à soumission voilà ils forment des comités par décret

des quoi quoi entre eux pour aller organiser tout ce qu'ils veulent. C'est une vraie concurrence déloyale sinon le ministre de l'habitat existe mais il ne construit pas de maisons, ils n'ont qu'à faire sans l'ordre des architectes ils vont voir ; donc, le ministère de la culture n'est pas censé se substituer aux entrepreneurs culturels c'est la plus grosse catastrophe.

Oui mais souvent on vous accuse de manque d'expérience et de capacités…on dit que si on vous confiait les choses ça serait la catastrophe qu'est-ce que vous pensez ?

B.T : C'est des histoires. C'est des histoires. Ils organisent, mais ils font toujours appel à notre expertise pourquoi ? Et puis, si vous dites que quelqu'un n'a pas les habitudes pour faire quelque chose, vous le consulter encore un dessous de table pour qu'il vous aide à le faire… Ils n'ont jamais fait un événement qui vaut la taille d'un de nos événements, je suis désolé. En termes de rendu on n'a rien à envier à ce qu'ils font. Eux, ils ont les fonds c'est ça nous on lutte pour avoir et puis, ils ne peuvent pas dire qu'ils organisent mieux que nous.

Mais pourquoi on ne vous fait pas confiance jusqu'à ce point ?

B.T : Non c'est le fait de l'ancien système de l'administration culturel qui continue voilà ! Le fonctionnaire est promoteur de spectacles. La majorité des structures sont installées, c'est clair ils savent pourquoi ils sont là, sinon vous allez payer vos impôts comment ? Ils ne peuvent pas, ils ne peuvent pas infantiliser tous les entrepreneurs en disant que c'est parce qu'on n'a pas les aptitudes. Ils font quoi de plus que nous on ne peut pas faire ? Je ne vois pas voilà si X ne peut pas Y va intervenir avec X pour pouvoir le faire et c'est ce qu'on fait. Ils vont créer un comité pour organiser les programmations du FESPACO pourquoi ? Ce n'est pas du rôle du ministère désolé, ce n'est pas de leur rôle, c'est loin d'être de leur ressort même voilà ! On a les partenaires privés qui sont les organisateurs de spectacles, on fait appel à eux. Je veux 5 plateaux, faites-nous des propositions concrètes pour organiser ces cinq plateaux point. C'est un appel et puis chacun gère l'appel avec un cahier des charges. Vous n'établissez pas un cahier de charges, vous vous asseyez, vous dites qu'on n'est pas des professionnels…

Est-ce que vous pensez que le fait qu'il y ait des fonctionnaires dans l'administration culturelle, oblige à vouloir utiliser ces ressources au lieu donc de dépenser pour des entrepreneurs privés ?

B.T : Mais c'est un gros frein. Si vous voyez, s'ils vous font le point des arrêtés qu'ils font pour les événements, vous verrez que tous les arrêtés bouffent près de 50 % du budget des manifestations. Parce que généralement ça part dans quoi ? Si vous cherchez les chiffres, vous verrez que c'est une source de revenus pour eux.

Donc c'est un enjeu qui risque de ne pas marcher tout de suite parce que ça présente oui ! C'est clair ! L'avantage financier ; tout de suite, ils vont faire leurs commissions, on dit bon commission de ci, commission de ça, avec les droits payés à tant de francs ; c'est la première règle d'abord ; après maintenant, qui comme privé on peut ajouter là-bas : appeler un tel voilà on les choses se font au ministère. Sinon, ils ne peuvent pas le faire mieux que nous, désolé ! Ils ne peuvent pas le faire mieux que nous. Nous on a fait de ça un métier, ils ne peuvent pas le faire mieux que nous. On peut les défier sur tous les terrains. On met autant de francs à la disposition d'un d'entre eux et le même montant à la disposition d'un privé et on nous donne deux espaces à mobiliser pour occuper l'espace, bon ils auront honte. Ils ont la chance, ils ont les finances avec eux ; nous on ne les a pas mais sur le terrain ils ne nous battent pas, donc faut pas, ils vont nous infantiliser comme ça ; fait ça fait souvent mal de voir qu'on dit : non, personne ne peut le faire. Non ! Faites un appel d'offres libre les gens vont soumissionner, si j'ai eu le marché je vais faire le travail puisque j'ai mon cahier de charges, je vais dans les règles de ce que vous m'avez demandé propre. Vous voulez un artiste qui a les cheveux un côté comme ça, si je le trouve il vient, il chante, il quitte ici, voilà ton argent, il quitte devant moi propre !

Là il faut quoi pour corriger ce problème ?

B.T : Il faut qu'on parle au ministre en face pour qu'on le lui dise voilà que là il est jeune il faut qu'il révolutionne son administration en faisant des appels à candidatures pour les différents plateaux. il n'y a pas de super entrepreneur, celui qui soumissionne le mieux, qui a la meilleure offre, qui a les aptitudes, qui peut remplir leur cahier de charges, on lui donne le marché et puis on quitte ici. Il ne faut pas dire parce que c'est X parce que c'est Y, non ! Moi je ne veux pas qu'on m'appelle parce que c'est télé si on lui donne le marché ça va on va calmer 12 ou 15 personnes moi je ne suis pas un thermomètre hein. Non je veux le faire parce que j'ai les aptitudes si ce n'est pas à cause des aptitudes je refuserai d'y aller voilà. On va donner un plateau à Irène TASSEMBEDO parce que c'est Irène TASSEMBEDO c'est la grande Irène son nom vend. Non ! Ça sert pas. On donne à Irène parce qu'elle a les aptitudes, elle peut le faire. Là je suis d'accord. Voilà l'offre, voilà les conditions et puis vous étudier point. Maintenant, si y a pas de cahier de charges, ça sort on dit : bon, et qui parle beaucoup la même ? Oui toi, viens !prends ça, si c'est ça on va plus t'entendre parler (rires).

Le BBDA l'a fin à deux reprises, on appelle, ils ont publié, ils ont mis à la radio la nuit des droits d'auteur. C'est un appel à candidature, soumissionnez voilà notre budget voilà le plateau qu'on veut point. Ils ont fait leur commission voilà ils ont dit bon ok comme l'autre a une bonne proposition ici mais ici ce n'est pas bon on donne où ? Là où c'est pas bon là, on prend une autre personne. Donc ils ont donné à deux personnes ils ont géré leur nuit du droit d'auteur tranquille. Ils ne se sont pas angoissés.

Annexe n°XI : Entretien avec O.S, Directeur d'une structure de formation en cinéma

Selon vous à quand relèveraient les premières formes d'industries cinématographiques ?

O.S : Je vais vous surprendre. Jusqu'en 2000. Ça n'engage que moi. La SONACIB est partie en quelle année encore ? Jusqu'à la privatisation de la SONACIB, le Burkina avait tous les fondamentaux sauf un laboratoire. Le fait, de la formation, de la production, de la distribution et l'exploitation au moment où la SONACIB gérait même 55 salles sur tout le territoire. Avant qu'on ne lance même la communalisation intégrale. Et la SONACIB combinait par moment la maison du peuple informelle, l'Institut français. En réalité dans le format, c'est un laboratoire qui manquait dans la chaîne. Et tout le dispositif était en place. Il y a des films qui ont fait le circuit national et qui ont été rentabilisé ici. Et du public ? Enfin, le consommateur est là. Et du financement ? Parce que le fonds de promotion était disponible. Il y a une très bonne vitalité au niveau de la coopération bilatérale et même multilatérale. Et le FESPACO pour la plate-forme de reconnaissance. Qu'est-ce qui n'a pas permis de cimenter un peu tout cela ? En réalité on n'avait même pas besoin de laboratoire. La coopération avec le Maroc et le Cuba permettait de régler des choses pour ce qui concerne les laboratoires. C'était très lourd. Il a manqué dans tout ça ce centre national de la cinématographie qui existait en DCN. Je ne sais pas si on a manqué du courage où de cadrage, mais on n'a pas su mettre véritablement la structure d'administration du cinéma qui organise véritablement le secteur, légifère, qui administre vraiment les mécanismes d'appuis structurant et qu'il fasse un travail de coordination de ces structures. C'est ça qui nous a manqué. Du coup, la mise en relation des acteurs n'a jamais pu se faire de manière organisée et structurante. Du coup, les individualités ont transcendé la vie des structures. Est-ce que c'est nous qui n'avons pas été suffisamment à l'écoute du monde pour l'organisation de ce secteur, est-ce que c'est nos appétits démesurés qui ont aidé à cassé le système ? La clé de tout ce dispositif s'appelle la SONACIB. La privatisation, on n'a pas suffisamment évalué le patrimoine, ni les implications de la privatisation, du coup le fonds de promotion qui existait, alimenté par les taxes, des relevés des tickets d'entrée dans les salles gérées par la SONACIB, on n'a pas imaginé la suite à tout cela. Donc du coup tout s'est arrêté. On n'a raté un petit tournant parce que le Burkina, quoi qu'on dise, tout système confondu, on a toujours une dynamique de coopération assez intéressante et le centre du cinéma n'ayant pas pu s'implanter véritablement, nous n'avons pas pu profiter de la diplomatie burkinabè quelle

que soit sa configuration qui a ouvert tellement de brèches mais on n'a pas su gérer. Donc on ne peut pas capitaliser de tout ce qui existait comme opportunité. Le privé lui-même n'avait pas été préparé. Il ne connaissait pas le secteur. Les salles de cinéma c'est un investissement, c'est du marketing, c'est tout un environnement, c'est dans un dispositif économique, c'est un poumon. On n'a jamais su articuler en fait le fonctionnement d'une salle de cinéma.

Ce qui a été intéressant, il y a eu des salles dans les arrondissements et même en province. Ça été la volonté de la Révolution à un moment. Mais si on gardait la projection même sans le jeu politique et on mettait le cinéma vraiment comme un secteur porteur, il suffisait qu'on dise SONACIB va gérer 55 salles, au nom de la communalisation intégrale quel que soit le nombre de places, la commune rurale de mon petit village même si c'est 150 ou 250 devrait être là. Aujourd'hui on devrait être à un minimum de 405 salles pour le pays. Ça devient un jeu intéressant et on règle la question de la programmation parce que là aussi c'est notre faiblesse.

La programmation à l'affiche. Le même film sera dans toutes les salles. Les grands comme les Amériques là font ça. Quand le film sort, c'est dans 3000 salles. Un spot à la même heure dans toutes les salles. Même si la RTB dit 500 mille la diffusion, une diffusion on payera 500 mille en sachant qu'on touche 405 salles, ça devient intéressant. Et la programmation règle le reste. Ouagadougou a beaucoup changé, les quartiers populaires sont partis, les arrondissements se sont pris à la périphérique, mais qu'est-ce qui a accompagné l'accueil des populations même dans les quartiers périphériques des arrondissements, en même temps qu'on n'a pas pensé sécurité, en même temps qu'on n'a pas pensé grand loisir, la salle de cinéma avait peut-être sa place pour continuer à distiller des loisirs. Aller au cinéma c'est un loisir, y a beaucoup de galanterie, beaucoup d'habitués autour, c'est un autre plaisir d'aller au cinéma. Bon, les maquis ont tout récupéré. Le privé n'a pas été formé pour assurer une relève véritablement, y a l'argent, mais ça ne suffit pas à signer un chèque. La production encore moins dans la distribution ou dans l'exploitation dont du coup tout le monde les fuirait et tout le système s'est pratiquement écroulé.

La grande difficulté c'est l'absence des salles sinon la production... Les jeunes sont rentrés dans le métier, des vrais battants, de nouvelles têtes s'affichent au niveau des acteurs, mais c'est le marché qui reste un peu pauvre parce l'organisation au niveau des salles reste très insuffisante et cela ne permet pas de rentabiliser. Chez nous, les maillons c'est quoi : c'est la formation, c'est les infrastructures, c'est de la production, c'est de la distribution, c'est de l'exploitation. On les a ; tout ce qui concerne la partie marchée est déstructuré. Et les mécanismes de financement aussi. Mais je mets ça sur le compte d'un bon épicentre, institutionnel chargé d'arbitrer…

Annexe n°XII : Entretien avec un agent de Coris Bank International

Quels sont les produits que votre banque propose aux clients ?

C.B.I : C'est difficile de faire un point comme ça. Parce qu'en réalité le produit c'est par rapport à celui qu'on a devant nous. Et donc par rapport à son besoin, les types de produits qu'on leur propose sont variés. Nous avons peut-être une façon de regrouper les produits que nous donnons. Il y a des produits pour les investissements, et il y a un autre pour le fonctionnement. Si c'est une structure qui existe déjà, qui veut faire son extension ou bien qui veut faire de l'équipement pour moderniser son instrument, son outil de travail. Puisque quand on va demander à ce que la personne puisse nous proposer un plan d'affaire, sur ce plan d'affaire, il ressort tout ce qu'il y a comme potentiel, son marché, comment il compte s'organiser pour faire des projections financières. En fait, les documents de base qu'on demande vraiment lorsque c'est un investissement, et à ce niveau les conditions est qu'il faut que le projet soit rentable, que ça puisse permettre de rembourser des crédits et de s'enrichir. Si cette clause-là est respectée, c'est alors qu'on peut dire que ça peut nous intéresser.

Maintenant on va voir, vous-même en tant que porteur du projet, pour voir votre degré d'implication. Parce que si vous faites un projet, pour que la banque mette en application ça n'aura pas de chance de réussir. Si vous faites un projet où vous êtes pleinement impliqué, et vous demandez un accompagnement d'un partenaire, c'est possible que vous puissiez avoir une oreille attentive. Généralement dans le projet on demande que vous puissiez avoir au moins 20% ou 30% d'apport personnel. Que ça soit au moins des trucs concrets. Donc Si vous avez votre quote-part qui est là, là on comprend ce que vous demandez de la banque comme apport. C'est ce qu'on regarde comme élément pour accompagner. Si non on n'a pas de contrainte de montant. On demande qu'il ait une implication. Généralement en termes de déclaration, on demande que la personne puisse apporter des titres fonciers, c'est ça qu'on prend en garantie. Ça peut être pour eux-mêmes tout comme ça peut être pour un aval. S'il y a aussi des gens qui sont très bien connus qui connaissent le promoteur et qui décident de porter caution, on accepte ça aussi pour avoir une personne de l'entreprise de la place qui vous connaît très bien qui sait que vous, c'est vraiment votre activité nous on accepte parce que le plus souvent même, cette caution à plus de valeur qu'une parcelle comme preuve.

Et en plus de ça, il y a des fonds de garantie lorsque vous avez un projet de 100 millions et que votre garantie ne vaut que 20 millions, il y a des fonds de garantie qui sont là pour compléter le reste d'un contrat pour avancer.

Sur le point des engagements du secteur et l'engouement du secteur culturel, ce n'est pas trop. Ceux qu'on voit peut être c'est les promoteurs de radio, des promoteurs de télé. C'est ceux qu'on voit. Je sais qu'il y a des radios et des télés qu'on a financées.

Donc, dans le déroulement, ce sont des gens qui rencontrent des tensions de trésorerie. Ça c'est des acteurs qu'on peut dire qu'y a eu quelques structures qui ont eu à présenter des requêtes et qui ont été accompagnées dans leur fonctionnement. En dehors de ça il y a des structures peut être certains artistes lorsqu'ils ont des contrats pour représenter des structures pour promouvoir l'activité d'une société de la place. Je sais que y a des gens aussi dans le domaine de la culture qui étaient accompagnés à travers des structures de coproduction pour pouvoir produire des artistes de la place, mais c'est aussi souvent compte tenu de la notoriété des producteurs en question, parce que c'est des producteurs souvent qui ont d'autres activités. Quand y a d'autres activités, l'artiste que tu vas produire peut être un artiste qui n'est pas connu. Mais Si cette personne venait avec seulement avec le projet de l'artiste comme ça, c'est difficile qu'on puisse l'accompagner parce qu'on ne sait pas comment le festival est structuré, non seulement il y a le fait que les gens n'achètent plus les CD et consorts. Donc c'est difficile de prendre le projet isolement. Mais quand même, s'il y a une maison de production, on sait qu'il y a beaucoup d'artistes qui passent là-bas, même si c'est pas sur ce coup-là, il y aura d'autres artistes qui vont permettre de rembourser si encore le promoteur mène d'autres activités parallèles où on sait que de temps à autre, bon même si cette activité ne donne pas, il y a d'autres sources, ça rassure la banque. Et tout cela est conforté par une autre garantie qui vient pour renforcer la structure, bon, c'est suivant la taille du montant que la banque arrive à donner. Ce n'est pas fréquent, c'est des cas isolés, mais on arrive à travailler.

Et ceux qui organisent des festivals et tout ça, est-ce qu'ils ont des offres ?

C.B.I : Je n'ai pas connaissance d'un dossier axé sur festival, cérémonie et autres. Souvent c'est des gens qui viennent pour du sponsoring. La plupart même des artistes pour la sortie de leur album ou de l'organisation d'anniversaire c'est des demandes de soutien que ces gens-là font. Chez nous c'est le business.

Si je comprends bien, si un entrepreneur culturel veut mettre en place une unité industrielle, spécialisés dans la production de biens culturels, vous n'avez pas de problèmes à l'accompagner ?

C.B.I : Non, on n'a pas de problème à l'accompagner. Ici c'est le business seulement.

C.B.I : ***Mais devenir une structure aussi importante pour bénéficier de l'accompagnement de la banque, est-ce finalement nécessaire ?***

En fait il faut qu'il y ait votre implication. La banque ce n'est pas de faire le commerce par exemple. Il faut que la personne puisse redimensionner son projet, aller progressivement. Souvent on est égoïste, chacun veut faire son truc seul. Tu as une bonne idée, mais il faut te trouver les personnes qu'il faut pour pouvoir mener cette idée. Si tu peux aller progressivement et garder ton projet seul, il n'y a pas de problème tu commences. Et si vous n'avez pas les moyens, il vous faut trouver des personnes avec qui vous pouvez vous mettre.

Qu'est-ce que vous prévoyez de faire pour aller donc vers l'accompagnement du secteur de la culture ?

C.B.I : C'est vrai que ça rapporte, mais on peut aussi voir quelle est la proportion de ce secteur dans l'économie nationale. 2% du PIB. Vous voyez que 2% peut-être que c'est moins que ça parce qu'il y a beaucoup de l'informel à l'intérieur. Se mettre en association même professionnelle pour faire quelque chose, je ne pense même pas qu'il y ait des cadres en tout cas, à même de venir faire des négociations, si ce n'est pas du sponsoring.

L'organisation aussi est encore très peu développée pour pouvoir nécessiter une mise en place d'une stratégie particulière. Aujourd'hui si vous êtes dans le domaine de la restauration, la restauration est très développée. On est obligé de les écouter comme étant un secteur à part et de comprendre et développer des stratégies pour les accompagner. Aujourd'hui vous prenez des gens qui vendent du ciment, on ne peut pas le financer de la même manière que quelqu'un qui achète le riz et qui revend. Il a aussi ses réalités. Du fait que ça soit un secteur qui est organisé comme ça, on est obligé de tenir compte de leurs réalités. Mais si le monde de la culture ne s'organise pour pouvoir avoir des entreprises sur qui on peut s'adresser, qui peuvent être vraiment des répondants, c'est difficile pour une banque de vouloir faire des produits pour une demande qui n'existe pas. Parce qu'à ma connaissance, si vous prenez sur 100 demandes de dossiers de financement reçus sur une période donnée vous avez plus de chance de voir zéro dossier de la culture. Par exemple à notre niveau sur une année, ce qu'on reçoit comme demandes de financement, c'est l'ordre de 2000 à 3000 dossiers ; vous ne pouvez pas avoir plus de deux dossiers de la culture. Ceux dont j'ai connaissance en tout cas que je peux dire que c'est le monde de la culture. On a même fait fermer parce qu'il y a l'OIF qui a un fonds de refinancement des banques qui financent la culture. C'est un fonds pour ceux qui sont prêts à financer à hauteur du milliard. Mais vous n'avez pas souvent de dossiers de tout ça dans ce domaine-là. Comme on le dit, on ne vous impose pas un plan. C'est par rapport à vous votre business plan ou votre compte d'exploitation.

Il y a tellement de flexibilité au niveau des outils de financement si bien que le promoteur qui explique bien son projet, les produits bancaires actuels sont à même de sacrifier les recettes.

J'ai rencontré des promoteurs qui disent que les banques ne veulent pas prendre de risques surtout dans le secteur culturel. Qu'est-ce qui fonde la peur des banquiers que vous êtes ?

C.B.I : En fait, avoir peur d'un secteur c'est à la limite refuser de faire la culture. Nous, notre activité c'est prendre le risque, mais on apprécie le risque puisque, si quelqu'un ne veut pas vous rembourser, quel que soit votre domaine, que ce soit le commerce général, les BTP et autres, on ne va pas vous rembourser. Donc c'est la connaissance qu'on a et l'expérience qui nous permet d'avancer. Si je sais que lui là, ce n'est pas quelqu'un de sûr et du jour au lendemain il va fuir, il peut aller dans une banque française eux ils ne le connaissent pas. Ils vont regarder ses états financiers, mais moi je sais qu'il fait partie des gens à ne pas financer. Mais si vous demandez à une banque française et autre, ils vont vous demander les états financiers d'abord et puis dans les grandes chaînes est-ce qu'il passe là-bas et combien de fois il passe là-bas et l'historique de ce qu'ils peuvent avoir comme information. Ils peuvent vous poser ces questions et là ce n'est même pas la peine pour cet exploitant qui est ici.

Quand tu vas faire ton point et amener au siège là-bas ils vont rejeter. Ces sociétés ne connaissent pas le monsieur. Mais sur place au moins on a cette chance-là de connaître la personne. Donc la connaissance d'une personne, c'est ça la clé même du financement. Quelqu'un veut investir mais il vient de créer son entreprise avant-hier ; il vient aujourd'hui il a un projet ; peut-être que c'est un marché qu'il va livrer, mais je le connais très bien. Peut-être c'est avec quelqu'un que j'ai cheminé depuis très longtemps et si cette personne n'a pas de garantie, mais ce que je sais sur ce marché-là, il va aller le livrer. Si je connais cette personne, je peux bien m'engager à le financer sans garantie parce qu'on a une connaissance de la personne. C'est pourquoi on cherche à se rapprocher davantage des clients pour le connaître mieux. Peut-être ce que lui-même il pense comme son besoin ce n'est pas comme ça qu'il fallait. On peut lui donner des conseils pour l'orienter dans un autre sens. C'est un peu la particularité, de se rapprocher des gens pour les comprendre. Si on ne peut aussi, on t'explique pourquoi ce n'est pas possible. Avec ça, peut être ça va t'amener à te réorganiser toi-même pour aller dans un autre sens. On a des secteurs dans lesquels on n'intervient pas. Si on dit par exemple les liqueurs, les domaines illicites des jeux du hasard, ça c'est des trucs que les propriétaires de notre institution ont dit dès le départ nous faisons une banque mais nous ne finançons pas ceci ou cela, les boîtes de nuit. De Telle chose là on vous dit quelle que soit la rentabilité même si la personne vient dire j'ai garantie d'un milliard 250 millions on ne finance pas. La banque ne reçoit pas cet argent ni l'argent ne peut aller se déposer sur cette activité. Ça y a ces branches là qu'on ne finance pas.

La culture n'est pas exclue de notre demande de financement. Donc on ne dit jamais à un acteur du monde culturel qu'on ne t'accompagne pas. On en a déjà qu'on accompagne actuellement. Voilà ils sont dans nos livres depuis 2008 aussi qui nous font confiance, même si c'est des concours pour des petits cas et autres, ces gens-là aussi ils sont là…

Annexe n°XIII: Entretien avec un cadre de la Maison de l'Entreprise

Pouvez-vous nous présenter la maison de l'entreprise ?

M.E : Ce qu'il faut dire, c'est que la maison de l'entreprise Burkina Faso est une association, de droit privé créée depuis juillet 2002 et reconnue d'utilité publique depuis 2010. Donc nous œuvrons pour le développement du secteur privé donc un appui au gouvernement. Du fait que nous soyons une association nous regroupons des entreprises comme membres et aussi des organisations professionnelles. A cette date nous sommes à peu près 900 membres. Donc nous sommes avec un conseil d'administration de 12 membres constitué essentiellement d'acteurs du secteur privé avec deux personnes réservées au secteur public donc on a le ministère en charge des finances et le ministère du commerce qui sont représentés dans le conseil ; les autres membres sont des représentants de des organisations professionnelles telles que la chambre du commerce et le conseil national du patronat et l'association des banques on a comme ça des organisations professionnelles dans le conseil d'administration.

Est-ce que l'esprit d'entrepreneuriat est un problème général ou bien c'est seulement aux acteurs de la Culture ?

M.E : Bien au niveau du Burkina en fait, l'esprit d'entreprise c'est assez général quand même ; en fait, le burkinabè n'a pas l'esprit d'entrepreneuriat voilà ! Si on nous compare à certains pays, surtout les pays côtiers, on a peur, on n'a pas l'esprit d'entrepreneuriat. C'est la raison pour laquelle il y a beaucoup d'attentes sur la fonction publique voilà ! Quand vous regardez un peu chaque année ceux qui déposent leurs dossiers pour les concours de la fonction publique, c'est énorme ! Il y a donc souvent certains qui sont dans les affaires mais quand on les regarde, c'est en attendant, en attendant de trouver mieux en oubliant que si on met l'accent qu'il faut, on met la sécurité qu'il faut, l'entreprise ce n'est pas en attendant quoi mais c'est pour toujours voilà.

Donc je dirai vraiment que c'est un problème général mais je précise vraiment que dans le domaine culturel c'est assez prononcé quand même, c'est assez prononcé parce que ceux qui ont l'esprit entreprise là, c'est vraiment les acteurs d'un certain niveau voilà. Quand vous prenez ceux qui sont dans le domaine de la production, c'est ceux qui ont des agences de management, ceux qu'on appelle managers, bon je ne maîtrise pas très bien les managers, tout ça là il y en a qui font l'effort quand même d'avoir des structures formalisées mais quand vous prenez des artistes, c'est difficile par exemple pour un artiste de se rendre compte qu'il est un entrepreneur, qu'il faut même se formaliser pour pouvoir aller loin voilà. Parce que sur certains marchés, lorsque tu voudras aller, on va demander des papiers ; il y a de ces choses qu'on va te demander. Je prends un exemple, je sais que, quand je suis arrivé à ce poste, mes premiers pas au niveau de la Maison de l'entreprise, j'entendais parler d'un acteur culturel qui s'était formalisé mais c'était pratiquement le seul. C'était l'artiste BIL AKA KORA voilà ! Mais quand vous regardez aussi le niveau, vous vous rendez compte que, c'est quelqu'un qui comprend aussi les choses, les affaires. J'ai déjà animé une formation également à laquelle a participé l'autre, celui qui danse aux pieds nus là, j'ai oublié son nom.

Alif NAABA ?

Voilà Alif NAABA et il a une conception qui me plaît bien en fait, il se considère, il considère le produit Alif NAABA donc quand il parle, il parle du produit Alif NAABA donc là c'est quelqu'un qui a compris qu'en fait, il est en train de vendre un produit sur le marché. Il a une entreprise, il a toute une équipe derrière lui donc quelqu'un comme ça, vous voyez qu'il a l'esprit d'entreprise et il va loin voilà. Donc il n'est pas dans les petites choses informelles ; il se conçoit comme étant un produit et parce que l'entrepreneur vend un produit, il vend un service

Ceux qui sont dans le management aussi, on voit beaucoup qu'ils se sont constitués en entreprise ; ils avancent vraiment tant bien que mal mais malheureusement bon a un certain niveau, les gens ont du mal à démarrer ; en fait je ne sais pas si c'est de la peur mais vous sentez qu'ils ne sont même pas prêts pour y aller quoi ! Pour aller à l'entrepreneuriat on attend toujours les subventions ; je sais que récemment on a mis en place le fonds d'appui dans le domaine culturel dirigé par Monsieur TOUGOUMA, là mais quand vous voyez les espoirs qui sont fondés autour de ce fonds-là, c'est terrible quoi ! En fait tout le monde veut quelque chose alors qu'un fonds, si vous n'avez pas un projet qui est parlant en face, on ne peut pas financer voilà ! Alors que pour pouvoir monter un projet aussi, il faut se mettre dans les conditions nécessaires pour pouvoir le faire ; tant que vous n'êtes pas convenu que vous êtes un entrepreneur, ça va être difficile de formuler un projet qui aille dans le sens de la rentabilité donc on sera toujours dans les projets sociaux. Je n'ai pas encore les conditions du fonds mais je ne suis pas sûr que le fonds fera du 100% sur les projets sociaux voilà on va regarder quand même des projets qui créent de l'emploi parce que bon nombre d'acteurs culturels c'est vrai que celui qui chante par exemple oui il chante mais dernière il faut qu'il y ait une équipe qui travaille avec lui donc ça fait de l'emploi mais si on considère lui seul comme emploi et même emploi qui n'est pas stable parce que à tout moment bon il peut se perdre et puis c'est fini voilà. Bon alors que, lorsqu'il met une équipe derrière lui, il connaît son rôle et il y a une équipe qui travaille ; on a ces acteurs-là qui font tout en même temps et qui finalement qui ne font rien : c'est lui qui chante, c'est lui qui fait ses démarches pour chercher des marchés, c'est lui qui gère ses finances, il fait tout seul et finalement il ne fait rien donc ça ne marche pas, ça marche pas ouais !

Au Burkina pour créer une entreprise il ça coûte combien ?

On a deux statuts juridiques : on a l'entreprise individuelle ou personne physique et on a l'entreprise en fait la société ou personne morale voilà. Donc lorsqu'il s'agit de l'entreprise individuelle si vous avez fait vos pièces et que vous venez maintenant pour la création qui consiste en fait à vous donner quatre formulaires à remplir, qui sont le registre du commerce, le numéro IFU donc identifiant financier unique donc qui est un numéro donné par les impôts,

on a le numéro, la notification employeur parce que dès que vous créez une entreprise vous êtes censé employer déjà donc il y a un numéro qui vous est créé à la caisse de sécurité sociale et on vous donne aussi une carte de commerçant ; parce que, dès que vous créez une entreprise individuelle, juridiquement vous êtes considéré comme un commerçant quelle que soit l'activité que vous réalisez parce que vous vendez directement des produits ou des services donc quand vous êtes une personne morale il y a des pièces à envoyer et donc c'est toujours les mêmes formalités sauf que là vous n'avez pas droit à une carte de commerce voilà parce que comme la société il y a un capital voilà et que plusieurs personnes peuvent apporter dans le capital donc du coup vous pouvez apporter dans le capital sans être commerçant. Vous n'accomplissez pas directement des actes de commerce. Donc pour la société c'est à 47 500 francs donc après avoir également réalisé les autres pièces vous payez 47 500 francs…par exemple pour les entreprises, personne physique, l'entreprise individuelle, les démarches consistent à faire des photocopies, des légalisations. Vous n'avez pas plus de 10 000 francs donc si on veut mettre ensemble ça pourrait faire plus de 50 000 francs pour la création d'une entreprise.

Mais souvent on entend dire que pour créer une entreprise c'est 5000 francs, c'est quoi au fait ?

M.E : Les 5000 francs, c'est le capital voilà ! Bon comme je l'ai dit pour la société on exige, avant on exigeait un capital minimum d'un million, mais l'année surpassée (2015) on est passé à 10 000 francs et enfin l'année dernière (2016) on a fait tomber encore le capital à 5000 francs minimum voilà ! C'est dire que de 1 000 000 à 10 000 et 5 000, l'objectif c'est de faciliter la création des sociétés précisément les SARL, des sociétés à responsabilité limitée parce que beaucoup étaient butés aux un million qu'il faut déposer comme capital parce que c'est de l'argent qu'il faut déposer en banque et bloqué ça le temps de la création donc du coup bon certain pour peu, préféraient aller vers l'entreprise individuelle qui est une forme assez légère et pas toujours très crédible ; parce que votre personne est confondue main à l'entreprise. Bon comprenez que lorsqu'il y a un problème bon facilement l'entreprise est fermée voilà ! Mais quand c'est une SARL juridiquement vous êtes lié mais à concurrence de votre apport donc dans le capital voilà et là vous pouvez être plusieurs, vous pouvez être aussi seul ou à plusieurs et au niveau de de la banque vous ne pouvez pas avoir un compte confondu ; ça veut dire que votre compte personnel ne peut pas être celui de la société alors que dans une entreprise individuelle on peut permettre que votre compte individuel puisse aussi accueillir l'argent de la société voilà. Donc comprenez le danger. Donc bon c'est vraiment la sécurité qu'on recherche donc on a vraiment fait cette ouverture pour celui qui veut, il peut aisément se lancer.

Et ça a changé les choses ?

M.E : C'est récent et c'est maintenant que les gens sont en train d'être sensibilisés mais ça va changer, ça va changer parce que même au niveau des partenaires que ce soit financier ou technique et même les partenaires commerciaux on a plus confiance à une SARL qu'à une entreprise individuelle donc forcément. Bon et moi depuis lors, lorsqu'on conseille, on dit vous avez la capacité pour une entreprise individuelle, mais autant aller vers d'entreprise sociétaire. Avant ce qui buttait aussi les gens c'était les différents actes là, parce que pour une société il faut faire un statut, il faut un PV d'assemblée générale ; donc il y a plusieurs actes pour lesquels il fallait aller soit vers un avocat ou un notaire voilà. Mais lorsque on a envoyé les 5000 francs en même temps on a cassé aussi ce verrou-là donc qui est que désormais ça peut se faire sous seing privé ; ça veut dire que si vous avez les modèles vous-même, en tant que promoteur, vous pouvez rédiger vos actes ouais ! Vous rédigez ça vous-même donc ça vous exempte en même temps des frais de notariat parce que bon les notaires aussi prennent leurs prestations là-dessus ce qui est normal ; certains allaient jusqu'à 150 000 et 300 000 francs ! Ça amputait les promoteurs ; maintenant on met à votre disposition les canevas et puis vous-même, vous montez vos actes ou bien si vous avez quelqu'un à côté qui peut vous aider.

Vous avez demandé les conditions de création, je pourrais éventuellement vous envoyer les formalités de création pour que vous ayez une idée des pièces qu'on demande pour la création donc c'est vraiment pas sorcier c'est accessible à tous je pense que même les acteurs culturels c'est accessible voilà c'est accessible. Et puis vous savez lorsque on accepte qu'on est entrepreneur, on fait bien l'entrepreneuriat, on a des contraintes et lorsqu'on a des contraintes on est obligé de travailler voilà ! C'est dire qu'on ne serait plus cet artiste-là, sans statut mais des acteurs qui participent aux produits ou aux biens voilà ! C'est parce que c'est un peu dans notre contexte, sinon dans d'autres contextes ils peuvent être des employés d'une entreprise ou encore sur la base de leur notoriété ils peuvent monter une entreprise où ils emploient donc déjà voilà !

Annexe n°XIV : Entretien avec la Directrice Générale des Médias

Pouvez-vous nous dire un mot sur la Direction générale des médias ?

D.G.M : C'est la Direction générale des médias qui a pour mission d'accompagner les médias publics ou privés dans leur quête de développement. Cela s'entend bien entendu par des formations des recherches voilà ! Tout ce qui est comme action qui peut accompagner les médias : recherche, étude, la formation notamment voilà. C'est ainsi que entre autres nous avons en charge la gestion de la subvention qui accompagne les médias surtout privés afin de leur permettre de mieux accomplir leur mission de service public qui normalement est du ressort de l'État. Un petit soutien peut-être, mais bon qui leur permet un peu de faire face à la prise en charge de certaines dépenses parce que comme le savons tous, ça coute très cher, ça coute très cher d'éditer un journal. C'est vrai que de temps en temps également, la structure a pour mission de mener des études notamment des études d'audience, pour savoir le niveau de chaque structure de presse ou entreprise de presse ; quelle est sa force de frappe disons ça comme ça et quel est son apport sur le plan informationnel au profit de la population et ainsi de suite.

Bref tout ce qui peut permettre vraiment aux entreprises d'aller de l'avant, de mieux assurer leur mission d'information, d'éducation, de sensibilisation ainsi de suite. Donc en gros voilà les missions qui nous sont dévolues. Bon il y a également, j'ai parlé de formation notamment le renforcement des capacités des acteurs parce que pour que quand même une entreprise soit vivante, il faut que les acteurs qui animent ces entreprises-là soient assez bien formés, qu'ils puissent produire en continue, qu'ils puissent animer de manière professionnelle, qu'ils puissent donner un contenu que le public cible apprécie, c'est surtout dans ce sens-là parce que de plus en plus le public burkinabè et très demandeur d'information et pas n'importe quelle information : l'information juste, l'information vraie, et les informations de qualité ; donc tout cela nous prenons un compte, nous prenons en compte tout cela et je pense que c'est tout ça qui fait que bon on dit que la presse burkinabè dans son ensemble quand même se porte un peu assez bien. C'est vrai qu'en 2016 le Burkina était très bien classé sur le plan international du point de vue de la liberté de presse je pense que c'est un bon compromis dans ce sens.

Et quel est le diagnostic que vous faites des problèmes des entreprises de presse ?

D.G.M : C'est vraiment un problème il y a la gestion dans un premier temps ; il y a une mauvaise étude du marché qui est souvent faite pour lancer un journal ; il faut vraiment d'abord savoir ta raison sociale : si tu es un journal d'informations générales voilà, ou un journal spécialisé dans tel et tel domaine. Il y a un problème d'étude, un problème d'organisation, c'est surtout ces deux aspects ; c'est là bon je ne parle pas des aspects financiers...

Parce que ce n'est pas le vrai problème ?

D.G.M : Non ! Je veux dire que si tu fais une bonne petite, si tu fais un bon, comment dirais-je, si tu as une bonne raison sociale, si tu as un manager de presse, tu dois comprendre que tu ne peux pas créer un journal d'informations générales qui soit trimestriel par exemple. Ça quand même on n'a même pas besoin d'aller à l'école de journalisme pour cela (Rires). Donc bon, il y a ça.

Maintenant les aspects financiers également bon tu peux faire, à défaut d'avoir les moyens de sa politique, tu as la politique de ses moyens ; si tu n'as pas assez d'argent fait en sorte que le peu tu gagnes que ça puisse être fait de manière professionnelle.

Et quels sont les autres problèmes qu'on peut identifier ?

On s'est rendu compte que la plupart des Titres ont disparu avec la disparition de certaines personnes politiques et ça veut dire que le journaliste est carrément esclave soit de l'économique ou du politique et ça, c'est très dommage. On en voit tous les jours quand tu les lis, tu vois ce qui est derrière, ce ne sont pas des journaux ! Non ! On n'a pas besoin de ça c'est très dommage. Il y en a qui sont sincères et honnêtes mais il y en a également voilà ils sont au crochet du politique ou de l'économique et comme je l'ai dit tant que le journaliste n'a pas bien manger il ne peut pas, la tête n'est pas du tout tranquille, donc vous êtes journaliste c'est du journalisme de misère et on en voit chaque jour que Dieu fait. Quand tu lis tu vois que bon il n'y a pas grand-chose, il n'y a pas beaucoup de journaux qui ont une bonne assise comme ça en tant que tel comme l'Observateur Paalga, le Pays qui ont une bonne assise qui payent régulièrement les salaires des employés, qui les déclarent à la caisse, y en a qui ne peuvent pas déclarer à la caisse, ils ne peuvent pas le faire, avec quel moyen?

Un journal comme ça, qui coute 200 francs, c'est un quotidien, c'est-à-dire que la production le coût de la production dépasse ça ! Alors il compte sur quoi ? Les annonces ? Il y a combien d'annonceurs au Burkina ?

Le prix de vente du journal…

D.G.M : Les hebdos sont à 500 francs, les quotidiens à 200 ou 300. Ceux mêmes qui sont allés à 300 francs, les gens continuent de payer leur journal, c'est dire qu'ils ont réussi à fidéliser le public. Il y en a même si l'observateur coutait 500 francs, et un autre journal à côté à 200 francs, dans la mesure où c'est le journal de référence, voilà je l'achète. Ça, c'est réussir à avoir la confiance des lecteurs, c'est réussir à s'imposer de par la qualité du travail de par le contenu diversifié, de par les contenus où on sait que c'est vraiment les informations justes et vraies ; c'est surtout ça l'important et puis bon.

Les mesures alors pour combler ces insuffisances, c'est quoi ?

D.G.M : Nous sommes en train de regarder voilà parce que même un journaliste très bien informé dans un environnement professionnel précaire il risque de finir comme vous l'avez dit dans une production misérables voilà donc l'idée c'est de voir qu'est-ce qui est fait est-ce que quand on est entreprise de presse privé peut-être avec une dimension commerciale, voilà est-ce que la tendance c'est de former des gens au management à l'entrepreneuriat de presse ou bien vous allez continuer sur les modules professionnels orientés vers le journaliste pour la maîtrise des genres je ne sais pas ?

On essaie de combiner les deux ; par exemple même ce dont je viens de vous parler, en 2016 ce sont les managers notamment les patrons de presse qui sont mêmes concernés parce qu'une chose est de pouvoir disposer du fonds, une autre est de pouvoir manager à bon escient le personnel mis à votre disposition ainsi que les ressources voilà. Donc à long terme sur les 3 ans on va combiner les deux pour que l'un ne soit pas fait au détriment de l'autre.

Je sais qu'en 2016-2017 ce sont les patrons qui vont bénéficier de la formation pour pouvoir bien manager leur personnel parce que le management prend en compte un certain nombre d'aspects. Faire en sorte pour que son entreprise puisse réussir ; cela signifie que les travailleurs c'est-à-dire la ressources humaines sont bien employées et les ressources financières également pour que ça puisse donner de bons résultats. Et au-delà de ces managers donc dès qu'on aura fini avec les managers, si on a encore des ressources puisque on a programmé ça également,

c'est de voir au niveau des acteurs eux-mêmes c'est-à-dire des travailleurs, qu'est-ce qui peut être fait au-delà de la formation, est-ce qu'il y a autre chose qui peut être fait pour améliorer leurs conditions de vie ? ...

Annexe n°XV: Entretien avec un Cadre de la Coopération Suisse

Personnellement comment vous voyez l'évolution du secteur Culturel, et notamment les industries culturelles au Burkina Faso ?

C.S : D'abord pour la coopération Suisse, c'est vraiment une tradition dans l'appui des industries culturelles. Depuis les années 2007, ils ont commencé à se formaliser. On a constaté beaucoup d'appui dans l'accompagnement des projets, des acteurs de la culture. Petit à petit, on a essayé de formaliser, c'est-à-dire de voir un certain nombre des partenaires pour pouvoir stabiliser les ressources pour les accompagner, en plus des actions qu'ils mènent, que cela soit un lieu de réflexion, de formation, et de voir comment les synergies peuvent se créer, et pouvoir influencer l'environnement de la culture au niveau national.

On peut faire des plaidoyers ensemble pour qu'au niveau du public aussi, il y ait une situation favorable. C'est aussi une façon d'accompagner ceux qui soutiennent régulièrement, à rechercher d'autres formes de financement, et pour réduire la dépendance par rapport au financement. Dans ce sens, il y a eu quatre opérateurs qui ont été identifiés : Il y a CITO, CARTEL, INSTITUT IMAGINE, et puis ASC (Association Service et Cinéma...). Ces quatre opérateurs font des plans d'action. Et dans leurs plans d'action triennale, la coopération contribue. De façon générale, le principe est qu'on doit rester dans une enveloppe de 50% de leur plan d'action. S'ils ont un budget de 100 millions, on doit aller à 50 millions pour les appuyer. Maintenant les secteurs dans lesquels on travaille, c'est beaucoup plus les secteurs qui intéressent les promoteurs. Et au regard du contexte national, puisque l'idée c'est que, eux, ils proposent ce qu'ils veulent faire pendant trois ans. Et sur cette base, nous on montre les axes sur lesquels on est prêt à les accompagner. On peut ne pas accepter tout ce qu'ils veulent faire, mais les axes sur lesquels on pense que si la coopération se positionne, ça peut être bien pour eux, on peut donner l'accompagnement.

Par exemple, le programme récent, 2015 – 2018, celui qui est précédent, c'est 2013, 2014, 2015. Il y a trois axes principaux : C'est la capacité des promoteurs à mieux créer avec qualité, et aussi à diffuser, et qu'on mette en termes de fonds, les thématiques qui touchent la citoyenneté, la gouvernance, et puis des thèmes sociaux comme la santé, l'accès à l'éducation, les collectivités, l'agriculture aussi. Cela veut dire que quelque part, nous avons trois domaines prioritaires : Il y a un domaine développement économique local, qui traite de tout ce qui est agriculture, les producteurs, les paysans, comment les aider à mieux produire dans les meilleures conditions. Voilà un domaine qu'on vient de baptiser Gouvernance Local et Démocratie. Avant c'était Décentralisation, Reforme de l'État et Participation citoyenne. Le 3^{e} c'est l'éducation de base et Formation professionnelle. Les partenaires culturels, pour nous la culture c'est comme un thème spécifique qui vient en complément de ce qui est fait dans les grands secteurs. Cette vision fait qu'on voit très bien dans les zones où on intervient. Si les acteurs culturels font des actions qui amènent à prendre conscience, plus de responsabilité, d'implication, de participation, cela ne peut qu'être une synergie à encourager. Mais on ne décide pas de quel thème ils vont traiter, on les encourage à bien cadrer pour que l'action qui est faite, ait plus d'effet, d'impact. C'est dans ce sens que si on regarde dans la citoyenneté, avec l'insurrection populaire de 2014, les partenaires étaient présents pour des questions d'interpellation en termes de gouvernance, de démocratie. Ce positionnement nous semble important pour les acteurs de la culture.

Plus précisément, les actions qui touchent les acteurs culturels ?

C'est comment aider les structures à fonctionner progressivement de façon autonome ? Le 2^{e} c'est tout ce qui concerne la professionnalisation. On est arrivé à dire que nos partenaires gagneraient s'ils arrivent à professionnaliser le secteur, ce qu'ils font, qu'ils travaillent à faire reconnaitre cela au niveau national. Donc c'est

de voir comment structurer et avoir des contenus qui sont plus ou moins homologués, pour des formations, et orienter ceux qui ont des certificats vers les structures de financement pour qu'ils puissent être capables de développer quelque chose. Avec le CARTEL, le CITO, on cherche une reconnaissance.

Le 3e axe c'est ce qui concerne la diversification des partenariats, des plaidoyers, de décentralisation, de sorte à ce que les partenaires puissent mieux aider, pour qu'on puisse au fur et à mesure aller dans les provinces, dans les communes, dans les villages.

Ces quatre partenaires ont mis en place une plateforme qui est censée nous guider et qui peut être un lieu de plaidoyer pour un autre partenaire technique et financier. C'est vrai qu'au début on a estimé que les partenaires contribuent à 50%, mais à la longue on veut que la mobilisation des ressources soit externe. Cela veut dire que si notre budget est 50, ce n'est plus 50%. On essaie de justifier, sinon cela ne devrait marcher comme ça. C'est pourquoi on a dit que c'est mieux que chacun s'inscrive dans un axe, là il peut dire ce qu'il a pu faire, si cela a marché, s'il y a une progression. Sinon c'est un petit jeu et ce n'est pas intéressant. Chacun y met et à la fin on ne sait pas exactement…

Pour la décentralisation culturelle, on a mis en place un appui à l'endroit de l'État, qui porte sur le fonds de développement de la culture et du tourisme. Je vois que c'est d'actualité, c'est là-bas justement qu'on parle d'industries culturelles. Et l'idée dans l'appui aux partenaires, c'est de voir comment au fur et à mesure, on peut se rendre moins présent, et qu'à termes, même si la coopération n'est plus là, que des instruments continuent de fonctionner. C'est pourquoi le fonds public nous a intéressés. Dès le départ, on a affirmé que ce sont des instruments qu'on aimerait voir prendre de l'ampleur. L'aspect stratégique aussi, puisqu'on appui quatre partenaires, on s'est dit qu'à travers le fonds, c'est une ouverture pour que dans n'importe quelle localité du Burkina, s'il y a un projet pertinent, c'est ce qui nous permet de dire qu'on n'est pas fixé sur une seule localité. On peut avoir un financement Suisse qui se fait dans une localité alors qu'on n'y a jamais intervenu. Il y a le guichet tourisme, mais on a décidé de mettre l'accent sur la culture.

Donc, voilà un peu nos axes, et comment nous les réalisons, c'est à travers les promoteurs et les fonds. On vient de virer 100 millions là-bas, nous sommes presque les seules partenaires à donner un appui dans ce sens. On donne cela pour qu'ils puissent financer les projets.

Pour l'aspect des industries culturelles, nous on met l'accent sur le fonds. Les subventions vont de 5 à 20 millions pour voir comment cela peut créer de la richesse. On n'est pas contre cela. Mais les grands fonds pour donner directement aux entreprises, dans l'entrepreneuriat, nous, on n'a pas encore cette possibilité. Mais on est tout à fait d'accord que c'est le même objectif.

Qu'est-ce qui motive ce choix de la coopération Suisse à mettre des fonds dans la culture ?

C.S : Comme je l'ai dit au départ, il y a eu beaucoup de sollicitations. Au départ c'était des appuis ponctuels. Après on s'est rendu compte que c'est bien, mais c'est mieux de structurer pour que chacun ait son compte. C'est ce qui fait qu'au fur et à mesure, cela a été intégré dans les programmes d'interventions, dans les stratégies de coopération. Mais traditionnellement, il faut dire que la Suisse même tient compte de la culture. On pour vocation de valoriser la culture dans nos zones d'intervention, dans le cadre de la coopération. Une politique culturelle a été adoptée et finalisée ces dernières années je pense 2015, pour que la politique ne soit plus un secteur qui est développé en fonction des individus, mais quelque chose qui est permanent à travers la DDC (Direction – Développement et Coopération). Cette politique vient baliser le terrain et maintenant même pour la coopération Suisse, c'est un devoir de travailler à prendre en compte les appuis dans le secteur de la culture. Dans les différentes coopérations passées, c'était un peu aléatoire ; cela dépend de la cible et de la volonté du premier

responsable du bureau de coopération. Or, il y en a qui sont arrivés et qui ont estimé que ce n'est pas nécessaire, ce n'est pas à la Suisse de venir s'occuper de la culture des gens. Il faut les laisser. Si leur État ne finance pas, ce n'est pas à d'autres de le faire donc de laisser leur culture pour…

Les leçons tirées dans la mise en œuvre de vos actions avec le secteur culturel ?

C.S : Concernant les leçons là, avec la revue, cela a permis de voir un certain nombre de points qui ont favorisé la formation des acteurs, le fonctionnement.

Une des leçons aussi, c'est que les quatre partenaires avec lesquels nous travaillons, ont une trop grande dépendance de l'appui de la coopération Suisse. Eux-mêmes ont reconnu que sans l'appui de la coopération Suisse, ils ne peuvent pas. On travaille donc à voir comment minimiser cette dépendance…

Un autre aspect, c'est que c'est un milieu pas facile, et sur la technicité, on appelle la gestion de projet, de management. Ils font beaucoup de bonnes choses, mais quand il s'agit de rapporter, d'illustrer, de documenter, on ne voit rien.

Et quand on leur dit le délai du repporting et tout ça, les données de suivi, on ne voit pas. Alors que quand on est dans une logique de gestion de projet, on ne peut pas travailler et puis ne pas rendre compte. Ce qui fait que souvent ça minimise leur capacité au niveau des ressources. On se dit que si c'est petit (le financement) et ils n'arrivent pas à gérer, et si c'est beaucoup ? Et c'est le problème général avec tous les partenaires. L'idée c'est de travailler pour qu'il y ait l'assistance nécessaire pour que les données soient fiables.

D'autres points, c'est un peu la dépendance technique, on a prévu de mettre à disposition des consultants, s'ils ont des points d'interrogation. En dehors de ça, c'est beaucoup plus des questions de plaidoyers, pour qu'ensemble on puisse structurer. Mais c'est comme je l'expliquais, quand il s'agit de travailler ensemble, les acteurs de la culture ne sont pas facile à mobiliser.

Et votre regard général sur la marche de la culture au Burkina Faso ?

C.S : Oui, le regard sur le développement culturel du Burkina Faso, nous on pense qu'il y a une grande diversité hein ! Comme on le dit, c'est un pays de culture, d'évènements culturels ; on voit que l'État aussi à un moment, a mis en avant la culture à travers la SCADD. Il y a eu même un effort jusqu'à l'inscrire comme un axe stratégique. Mais après la SCADD, on a senti un relâchement si bien que les acteurs de la culture se cherchent. Actuellement il y a des structurations qui sont faites, mais il manque encore des ressources, ce qui empêche à mener à bien leurs activités. Et tous les acteurs n'ont pas de reconnaissance, de statut stable. Donc pour nous, c'est un secteur où il y a beaucoup d'activités, mais il reste encore beaucoup d'engagement à consentir. Il y a des initiatives pour les industries culturelles qui viennent d'arriver, le cas de la mise en place du fonds de développement culturel et touristique, là aussi on a vu que par rapport aux annonces, ça prend timidement. On était dans des mesures de milliards, on peine maintenant à avoir 500 millions. Ce qui fait que pour les PTF, souvent ce sont des signaux négatifs ! On se demande si vraiment ils veulent aller ou pas ?

Beaucoup de PTF disent, on attend de voir cet instrument-là, est-ce que ça va donner. C'est un secteur, j'avoue que j'ai l'impression qu'il n'est pas pris à sa juste valeur. C'est comme si la culture c'est un secteur qui ne compte pas beaucoup pour le Burkina. C'est un paradoxe. D'un côté tout le monde est d'accord que c'est un pays qui regorge beaucoup d'initiatives, mais de l'autre côté, on voit que l'État même n'arrive pas à mettre une marque pour qu'on voit sérieusement que c'est un secteur qu'il faut prendre au premier plan. Quand on regarde les cadres de concertations sur la culture, c'est trop aléatoire ! Les gens qui sont dans ce secteur même, les partenaires, ils ne sont pas organisés. Quand on dit qu'un tel est chef de fil, c'est lui et lui seul. Mais je me dis que si l'État met du

sérieux, il peut interpeller les PTF, tous ceux qui interviennent dans la culture. Il y en a qui donnent pour des Festivals, pour la coopération dans la décentralisation, on doit recenser tous ceux qui ont une action dans la culture, et mettre une traçabilité à tout ce qui se fait, qu'ils participent et qu'on discute. Mais malheureusement ce travail de centrage n'est pas fait. L'État s'intéresse seulement aux gros problèmes qu'ils ont, et quand il s'agit de ça, c'est deux ou trois partenaires. Et quand eux ils ne sont pas là, c'est comme si le secteur de la culture n'est pas un secteur, alors qu'il y a plein de gens qui travaillent dans ce domaine. Donc s'ils n'arrivent pas à dynamiser pour que les partenaires prennent au sérieux, même au niveau des chiffres, on va le sentir.

Au niveau du PNDES il y a des axes qui touchent un peu cela, on a vu que le ministère est très actif pour revaloriser tous les sites, c'est bien mais quand on n'organise pas la concertation, ça va être toujours sporadique. On se retrouve avec le groupe Obouf, qui finance, mais ces gars-là, vous allez les retrouver où pour qu'ils viennent discuter de la politique culturelle au Burkina Faso ? Alors que si on ne prend pas cela comme un thème important et souverain, on ne peut pas donner de la critique, et l'État plus c'est comme cela, plus le budget loué à la culture va vaciller toujours parce que de temps en temps, on donne un peu…

Donc la lecture qu'on a, c'est que le Burkina est un champ culturel très vaste, diversifié, qui est un lieu aussi où les acteurs vivent de ça malgré les soubresauts. Mais c'est un secteur qui n'est pas suffisamment structuré, coordonné. On ne sent pas l'intérêt de l'État de façon formelle au niveau de la culture. Il y a plein de potentialités qu'on peut tirer en dehors de l'économie. On peut voir même à travers la culture, comment on peut aller contre les questions d'insécurité. La subvention aussi est toujours nécessaire, mais les structures sont très fragiles. Moi je suis souvent mal à l'aise quand je vois que des structures nationales doivent dépendre de la coopération Suisse… Sinon il y a plein de choses…

Annexe n°XVI : Entretien avec le Directeur général du livre

Comment se comporte la chaine du livre au Burkina Faso ?

DGLLP : Alors on va commencer d'abord par les premiers acteurs du livre. Quand on parle des acteurs du livre ce sont les auteurs et les concepteurs. C'est eux donc qui ont l'inspiration, qui produisent. Très sincèrement dans le domaine on peut tirer une certaine satisfaction. Par rapport donc à une certaine période donnée, on peut dire qu'actuellement y a beaucoup d'auteurs, beaucoup d'écrivains. Beaucoup d'écrivains qui s'essayent dans pratiquement tous les genres. On peut dire à ce niveau que c'est une force. Parce que, quand même, cela a été bien sûr encouragé par les différentes campagnes que nous organisons, le GPNAL qui a permis quand même la révélation de beaucoup d'acteurs dans le domaine du livre. Alors c'est une force, mais la faiblesse se situe au niveau de la production. Beaucoup écrivent mais sont confrontés à un problème d'édition. Voilà, il ne s'agit pas d'écrire, de participer aux différents concours, mais il faut être à mesure quand même de trouver les moyens nécessaires pour éditer. A ce niveau il faut dire que le problème reste présent. Alors on peut dire que des années 90 à maintenant il y a également de l'amélioration du coté édition, voilà.

Une amélioration en qualité ?

DGLLP : La qualité, même le nombre parce qu'au début des années 90, on peut dire ici qu'à l'origine même de l'édition ici c'est deux maisons, deux imprimeurs : l'imprimerie nationale et l'imprimerie nouvelle du centre ; ce sont ces imprimeries qui se prévalaient vraiment les statuts d'éditeur. Voilà ! Bon à partir des années 90 on a vu émerger quand même quelques maisons d'éditions. Nous avons par exemple l'Association Découverte du Burkina, on avait également Sankofa, Amaria édition malheureusement c'est une maison qui n'existe plus. Mais ces maisons ont existé, ont fait quand même de l'édition, ils nous ont fait voir des produits assez intéressants.

Pourquoi ont-elles disparu ?

DGLLP : Parce que ces maisons faisaient de l'édition conventionnelle avec les normes requises dans le domaine. Avec une présentation physique acceptable de l'ouvrage, et avec des numéros ISBN. Une publication qui a quand même réunie ces critères peut se prévaloir de document ayant connue une édition conventionnelle. Mais il y a un problème quand même qui existe à ce niveau. Les éditeurs évoquent tout temps le problème financier. Parce que vous savez que le Burkina Faso a ratifié les Accords de Florence du côté de Nairobi qui veut donc faciliter le travail de ces acteurs en facilitant l'importation, non seulement des documents entrant dans le cadre d'éducation, de la culture mais également en exonérant toutes les taxes en rapport avec les intrants, vous voyez. La mise en œuvre de ces accords de façon concrète ne s'est pas faite si bien que ces acteurs éprouvent vraiment des difficultés.

On a signé des textes mais qui ne sont appliqués ?

DGLLP : Non ce n'est pas appliqué, la mise en œuvre reste encore à être effective, ce n'est pas le cas actuellement si bien qu'il y a d'énormes difficultés dans ce domaine-là. Si non dans le domaine du livre il y a des gens qui éprouvent quand même d'énormes difficultés ; la volonté est là, mais il y a des difficultés aussi parce qu'il y a les moyens financiers, les impôts, tout cela fait que les gens ont de la peine à s'en sortir. On a pu voir que dans certains pays se sont les acteurs comme les éditeurs qui animent les salons et les foires du livre. Les moyens de nos éditeurs sont tels qu'ils ne peuvent pas en tout cas actuellement assurer l'organisation d'une foire du livre au Burkina Faso. C'est pourquoi c'est l'État toujours qui assure l'organisation de ses foires.

Et au niveau des éditeurs ?

Alors, pour ce qui est des imprimeurs, puisque les éditeurs travaillent avec les imprimeurs, là également il y a lieu de s'en réjouir parce que, quand vous voyez la production de nos imprimeurs, comparée vraiment à des produits d'une époque récente, il y a quand même lieu de féliciter nos imprimeurs qui utilisent pratiquement les mêmes matériels, les mêmes techniques que ce qui est utilisé ailleurs. Egalement à ce niveau il y a quelque chose qu'il faut féliciter, c'est la formation. Ces acteurs qui impriment bénéficient de la formation et du coup la différence est nette.

Il y a une école de formation en la matière ou quoi ?

DGLLP : Non ce qui est de l'imprimerie non. Mais il y a des formations que d'autres font en Tunisie, au Maroc, voilà. Ils participent également à des foires et à des rencontres internationales dans le domaine, voilà. Ils suivent leur formation à l'étranger, mais pour ce qui est du Burkina nous n'avons pas encore d'école de formation en technique d'édition, voilà.

Et les libraires alors ?

DGLLP : Alors pour ce qui est des libraires, les libraires sont des acteurs très importants dans la chaine du livre. Bon alors il faut dire que dans le domaine il n'y a pas tellement d'évolution. Ce sont pratiquement les mêmes en dehors du fait que ces dernières années il y a Mercury une librairie qui est arrivée qui, en tout cas a apporté beaucoup, vraiment non seulement dans l'organisation des libraires mais même en matière même de documentation ; Mercury a apporté un plus dans le secteur.

Bon il y a lieu également de se réjouir parce qu'il y a une structuration qui est aujourd'hui effective. Ce qui n'était pas le cas en tout cas bon, il faut dire que dans le secteur chacun évolue de son côté. Mais depuis un certain temps il y a une structuration qui est faite. Il faut également reconnaitre cela.

Bon au niveau des éditeurs on a survolé la question mais il faut savoir qu'il y a l'ASSEDIF qui est là. C'est un cadre qui regroupe les éditeurs. C'est l'Association des Editeurs du Faso, voilà. Et tous ces acteurs ont une faitière qui est le GRAAL (Groupe du Réseau des Auteurs et Acteurs du Livre).

Alors il faut dire que dans le cadre de la lecture et en collaboration avec les partenaires techniques et financiers, le Burkina Faso avait au début des années 1990 mis en place deux types de lecture au Burkina. Alors le premier type de lecture ça s'appelle les centres de lecture et d'animation culturelle. Il y en avait au total 17 et parallèlement en collaboration avec la coopération Française, il y a eu également la mise en place d'une quarantaine de bibliothèques. Alors toutes ces structures de Bibliothèques et de lecture publique étaient placées sous la tutelle du Ministère de la culture. A partir de 2005, le Ministère a vu donc la nécessité de fusionner les centre de lecture et d'animation culturelle et les bibliothèques communales, étant donné que ces deux structures poursuivent le même but, promouvoir le livre et la lecture biblique au Burkina Faso. Et la fusion donne actuellement les CELPAC.

Les CELPAC ce sont les centres de lecture publique et d'animation culturelle. Actuellement on n'en a malheureusement que 34 sur le territoire national. Voilà et ces 34-là sont subdivisés en trois réseaux : réseau Est où le siège se trouve à Fada avec comme coordonnateur monsieur Kouldiati Fréderic, il y a le réseau de Centre et le siège de ce coordonnateur, lui est à Ouahigouya. Voilà ça devrait en tout cas être à Ouaga mais bon il y a certaines questions administratives, lui c'est monsieur Ilboudo Parfait voilà. Et enfin le réseau Ouest dont le siège se trouve à Bobo-Dioulasso et qui est dirigé par monsieur Barro Brahima.

On a appris quelques soucis de gestion de ces structures…

DGLLP : Il faut dire que pour renouveler la dernière convention avec l'OIF, cela a pris du temps et les gens ont dû jouer des pieds et des mains pour qu'elle soit signée ; parce qu'à un moment donné **on avait eu de gros problèmes de gouvernance** si bien que l'OIF n'était plus disposée à renouveler la convention. On attend de voir si on sera plus sérieux, ouais ! Ce n'est pas souvent simple. Voilà donc que comme le renouvellement de la convention a tardé, il y a eu beaucoup de problème au niveau des impacts notamment les lignes de fonds documentaire n'étaient plus renouvelées. Puisque cette partie-là concernait en majeur partie l'OIF. C'est l'OIF dans la convention qui est chargée donc de doter ces bibliothèques-là en livres. Quand vous arrivez dans un CLAC ou dans un CELPAC, vous allez voir que les fonds sont pratiquement les mêmes, c'est les mêmes titres, voilà, ça c'est la marque de fabrique de l'OIF comme ça. Alors à un moment donné, et là, une des conventions était arrivée à son terme et qu'elle n'était pas renouvelée, du coup les livres qui étaient là, ont commencé à vieillir et les fonds n'étant pas renouvelés on a senti quand même que les lecteurs avaient de la réticence à revenir vers la CELPAC. Quand un lecteur arrive à consulter une bonne partie ou bien tout le fonds documentaire, il n'est plus motivé à revenir. Donc du coup, y a un peu de réticence par rapport au lectorat et même que certains CELPAC ont dû se fermer.

Elles sont fermées pour quelles raisons ?

DGLLP : oui elles sont fermées pour diverses raisons. C'est vrai qu'il y a la question du fonds documentaire mais il y a aussi le fait que ceux-là qui sont chargés de la gestion sont très souvent instables. Voilà quand vous êtes là, à un moment donné on peut vous affecter ailleurs ça c'est d'un. Deuxièmement vous pouvez être là dans la perspective de réussir un concours professionnel, voilà donc que du coup si vous êtes admis à ce concours vous allez rejoindre le centre de formation et cela voilà reste quand même des conséquences assez néfastes pour les CELPAC. Beaucoup ont fermé par manque de gestionnaire.

Est-ce qu'il y a d'autres éléments de la chaine ?

DGLLP : Bon d'autres éléments de la chaine, bon y a les professionnels de l'information documentaire que nous sommes, les bibliothécaires, les archivistes. Parce qu'au départ pour avoir donc des notions en bibliothéconomie ça c'est la science de la bibliothèque, il fallait nécessairement se rendre à Dakar, à l'Université Cheik Anta-Diop ou carrément aller en France ou bien pour nos ainés se rendre en Union Soviétique où au Canada. Voilà, à partir de

2005 y a eu l'ouverture de l'ISTID. L'ISTID c'est l'Institut des Sciences et de Technique de l'Information Documentaire.

A l'ENAM c'est partir de 2010-2011 qu'on a ouvert la filière à l'ENAM. Mais dans cette filière on forme seulement des archivistes. Archivistes d'État, Aides archivistes et conservateurs d'archives. Voilà. Mais parallèlement il y a l'ouverture de la filière à l'Université de Koudougou. Elle s'appelle SID, Science de l'Information Documentaire. Ça y est donc à l'UFR-LSH Science Humaine ; elle a ouvert donc ses portes en 2011, donc ça fait sa sixième année. Depuis lors on a en tout qu'à des professionnels de plus en plus nombreux et on se rend compte que de plus en plus la demande est là. Parce que jusqu'à une certaines périodes tous les étudiants qui passaient à l'ISTID en tout qu'à y avait pas de chômeurs. Après votre formation, très souvent même avant la fin de la formation des gens venaient demandés qu'à la sortie qu'on puisse mettre à leur disposition des élèves formés. Quant à l'ENAM c'est suite à un concours que vous y aller, donc vous êtes un élève fonctionnaire. A l'Université de Koudougou, on forme jusqu'au niveau de licence. Comme là-bas c'est le LMD qui est toujours là-bas. Mais et du point de vu des compétences pour aller en fin d'étude supérieur il faut aller en France ou à Dakar. Même à Dakar on se limite toujours au niveau de Master. Pour faire le doctorat dans le domaine de la formation documentaire vous avez le choix soit d'aller en France ou au Canada.

Et l'ISTID délivre quel type de diplôme ?

DGLLP : L'ISTID forme des élèves au niveau du BEP, Brevet d'Etude Professionnel pour les gens qui ont le BEPC. On forme également les BTS pour les bacheliers. Voilà elle forme également les licences, les gens qui sont au niveau licence. Voilà. C'est privé, c'est un institut. C'est la première école professionnelle voilà. Seule l'ENAM et celle de Koudougou relève du public. L'ISTID à l'inverse de L'ISTIC qui relève de l'État. Voilà qui forme des journalistes. Alors de manière globale on dira que vraiment c'est le cadre juridique qui manque. On peut dire que dans le domaine on peut se réjouir du fait qu'il y a quand même un début de mise en place du cadre institutionnel, voilà. Parce qu'y a eu d'abord la création des Directions du livre dans les années 90. La promotion de livre, la promotion littéraire. Voilà c'est d'ailleurs à partir de cette structure qu'on a vu naitre les réseaux de CLAC que la bibliothèque Hatier publie et que également y a eu les débuts de mise en place de la bibliothèque nationale à travers l'adoption l'élaboration et l'adoption de la loi dépôt légale décret d'application. Alors y a également le décret portant création de la bibliothèque nationale qui a donc été élaboré au niveau de la Direction de la promotion littéraire et la mise en place de cette bibliothèque nationale dans les années 2000. Donc du point de vue institutionnel on peut quand même s'en réjouir. Mais et c'est du point de vue juridique que quand même on trouve qu'à même quelques défaillances, quelques manquements au niveau des textes. Puisque tant que vous n'avez pas une loi même au tour de la filière on ne peut pas je pense que y a un grand gap à combler voilà c'est le cas actuellement, loi dans stratégies.

A propos du cadre juridique que manque-t-il ?

DGLLP : les textes doivent être renforcés. C'est la stratégie, si on adopte vraiment une politique nationale du livre ah ! Ça va booster vraiment le domaine. Ce domaine tout le monde va en tout qu'à tous les acteurs auront quand même un document de base sur lequel travailler et nos partenaires pourront davantage nous faire confiance parce que quand même on n'évolue pas dans le vide quoi. On se base quand même sur quelque chose d'important. Et dans ce document avec le plan d'action y a un certain nombre quand même de choses dont la mise n'œuvre pourraient profiter donc aux acteurs. Vous savez qu'il est même prévu la mise en place de la Bibliothèque nationale du point de vue infrastructurel parce que à l'étape actuelle…oui y a un terrain à Ouaga 2000 qui est vaste mais bon c'est pratiquement devenu le terrain des universitaires. Voilà on pense qu'avec l'adoption de la SNDL les dispositions pourraient être prises pour mettre en place progressivement cette infrastructure…

Annexe C : Extraits de communications publiques

Annexe n°XVII : Extrait du panel organisé en marge du FESPACO 2016

- **Communication de Canal+ Afrique**

Bonjour à tous et merci au BBDA et à l'OMPI pour l'invitation. Donc vous n'êtes pas sans savoir que Canal+ est un groupe implanté en Afrique. On est diffuseur je pense que certains d'entre vous sont abonnés chez nous ce qui est une très bonne chose par contre on est aussi partenaire de différentes productions africaines et c'est le sujet du jour c'est un des points de notre activité qu'il faut mettre en avant puisque tout le monde n'est pas au courant mais on acquiert des droits enfin on acquiert des œuvres on les coproduit.

Il est important pour vous de savoir comment les déposer, quels sont les prérequis ? Et qui contacter pour aller dans cette voie-là ? Alors les modes d'acquisition, enfin les modes d'obtention sont au nombre de quatre chez nous.

Nous avons donc l'acquisition : c'est tout bêtement l'achat de droits de diffusion de programmes qui sont déjà produits ; donc quelqu'un qui vient nous voir on lui achète par prévisionnage son œuvre.

Deuxièmement on a le préachat qui là ajoute une dimension d'accompagnement et vraiment rentre dans le développement de l'œuvre, participe au développement des différents projets et c'est un peu les œuvres coup de cœur, on a vu le scénario, il nous plait, on décide de rentrer dans l'aventure avec l'équipe qui produit cela si c'est un film.

Il y a aussi en troisième proposition qui est la coproduction ; au clair la coproduction c'est vraiment un investissement financier qu'on dépose sur la table en contrepartie de différents éléments. C'est différent du préachat ; vraiment la coproduction les contreparties sont bien définies ; le préachat, on peut aller donc du développement de l'œuvre, modifier quelques petites choses, etc. C'est ce qu'on peut faire aussi dans la coproduction.

Et enfin on a la distribution. Donc là un produit fini où on dépose un investissement financier en contrepartie de mandat de distribution et d'exploitation.

Donc voilà les 4 grands modes d'intervention : l'acquisition, le préachat, la coproduction et la distribution. Je vais rapidement vous donner les conditions de ce qui nous différencie surement des autres diffuseurs. Quand on acquiert, un film, lorsqu'on acquiert sur Canal+ on finance partiellement afin de pouvoir avoir la première fenêtre en exclusivité pendant un an. Si on acquiert un film pendant un an on a l'exclusivité de celui-ci ça s'applique aux film et aux séries et aux séries très courtes qui sont très à la mode donc de petits programme de trois à quatre minutes donc pendant un an elles sont, elles sont chez nous et ensuite les ayants droits peuvent les diffuser ailleurs. En ce qui concerne A+ c'est un peu différent parce que la cible est différente, le traitement aussi de la ligne éditoriale de la chaine est différent.

A+ quand elle acquiert un film en projet elle le finance pour pouvoir l'avoir en première fenêtre pendant un an ou six mois c'est négociable c'est beaucoup moins rigide que la chaine Canal+ parce que ce sont deux lignes éditoriales différentes mais en tout cas en mettant l'argent sur la table elle peut l'avoir en première diffusion ou en seconde diffusion si l'un a été déjà prise par quelqu'un d'autre et pendant un an ou six mois négociable. Donc c'est une différence qui peut être intéressante quand vous désirez présenter vos œuvres chez Canal+ ou A+ les deux fenêtres peuvent être présentées. En ce qui concerne les coproductions, c'est vraiment une partie où le financement est le financement de Canal+ ou A+ est essentiel à la réalisation de l'œuvre. Les contreparties c'est à dire qu'on

devient copropriétaire de l'œuvre. On ne la diffuse pas, on ne fait pas que la diffuser elle nous appartient aussi et donc on peut avoir les différents pourcentages de recettes générées par ce film par ce court métrage. On est vraiment dans une copropriété là on partage les différents bénéfices qui peuvent être qui peuvent être engendrés par ce film. On a aussi un pouvoir d'accompagnement dans la coproduction en échange du travail on peut imposer un sponsoring de marque on peut demander à tourner par ci par là donc vraiment on fait partie de tout le processus de production. Ceci n'est pas le cas dans l'acquisition ou dans la distribution. Et dans la coproduction chez Canal+ ou chez A+ on veut vraiment des œuvres qualitatives mais au sens technique on demande à ce que ça soit un HD on demande le respect du planning parce que on a des grilles qu'on prévoit deux ans à l'avance ou que ça soit livré à tel mois. C'est des choses qui ne sont pas forcément les mêmes chez d'autres diffuseurs.

En ce qui concerne la distribution donc le troisième cas de figure la distribution c'est quand on diffuse une œuvre qui existe déjà ; il suffit de la diffuser sur nos canaux ce qui nous arrange bien, parce à Canal+ nous avons différentes chaines : les chaines Canal+ série, Canal+ cinéma A+ donc on peut toujours trouver un canal de diffusion pour ces œuvres-là.

Quel genre d'œuvre on recherche et ensuite je vais vous citer nos dernières œuvres qui sont programmées au FESPACO ou qui sont sorties sur nos antennes. On est ouvert à pas mal de formats parce que les gens sont de plus en plus curieux. On ne se limite ni aux films ni aux séries. On essaie maintenant les jeux télévisés, je ne sais pas si vous avez vu au mois de décembre on a diffusé *l'Afrique a un incroyable talent* mais en déclaration française l'Afrique a un incroyable talent sur A+ ou encore le *familly show* donc ces deux émissions qui ont été coproduites et qui ont été diffusées chez nous donc les jeux télévisés nous intéressent. Ensuite on a aussi les documentaires immersifs ; une région particulière, une culture qui n'est pas encore connue...pas des documentaires qui sont un peu du déjà-vu. On cherche vraiment des documentaires de niche, je ne sais pas moi une région qui fête son anniversaire on est preneur de ce genre d'information, on veut vraiment des documentaires que personne d'autre ne pourrait avoir pendant les un an si on décide de l'acquérir. On s'intéresse toujours aux films bien sûr puisqu'on a les chaines de canal + cinéma donc les programmes de film enfin tout ce qui tourne autour de films dramatiques des séries avec un univers original avec des histoires fortes et encrées en Afrique. Canal + à l'international a donc un pendant en France avec des productions qui sont françaises il faut que nous aussi Canal+ Afrique on arrive à proposer aussi des films, des longs métrages de qualité mais basés en Afrique. Pas que des films de famille et autres, il faut aller dans les genres, je ne sais pas moi, les histoires un peu plus recherchées dans ce sens-là qu'on a l'habitude de voir à l'écran ce qui va nous permettre, nous d'avoir un nouveau public et de faire vivre un peu ce cinéma africain qui est encore de niche ou qui est présent surtout que lors des festivals. Et ensuite comme ça, c'est des films en fait engagés avec des cinéastes qui ont des points de vue forts qui décident de les mettre en œuvre dans les différentes œuvres.

Pour soumettre les projets de série-télé ou de film présentement, il y a rien de très changeant par rapport aux autres ; il y a quelques détails qu'il faut quand même garder en tête c'est que quand quelqu'un soumet son document ou son projet, il faut que son budget soit vraiment forcément détaillé mais qu'il mette en avant tous les autres financements des gros, des petits mais voilà j'ai pu contacter des institutionnels, j'ai pu contacter des sponsors des fondations qui m'ont promis tant pour que nous on puisse évaluer quelle somme on peut mettre parce que si vous venez avec un projet où il n'y a que nous tout de suite ça fait très gros sur la table même si vous n'avez pas encore la sécurité des autres mais vous avez une promesse, on peut toujours en discuter. Donc il faut vraiment préciser par épisode cette série le montant et la liste des investisseurs des sponsors des diffuseurs, etc. Il faut préciser s'il y a du placement prévu parce que c'est important pour nous puisque le film va être diffusé après sur un de nos antennes…Donc c'est des détails qu'il faut mettre dès le premier dossier pour ne pas après perdre du temps ou ne pas avoir de réponse assez rapidement. Sachant qu'on s'est engagé depuis l'année dernière à donner

des réponses sous 90 jours. Quelqu'un qui nous donne son dossier aujourd'hui le 1er mars on est sensé lui répondre dans moins de 90 jours réponse positive négative ou demande de précision pour aller plus loin donc c'est quelque chose qui se met sur les films et les séries.

- **Communication de Pascal Delarue Directeur Général délégué Orange Afrique.**

Orange est un Studio qui a été créé à partir de 2007 c'est-à-dire que nous fêtons nos 10 ans d'anniversaire. Nous sommes ravis de fêter cet anniversaire au FESPACO et nous avons été créé à l'initiative bien entendu de mes chers collègues les lois de finances et le CNC qui a souhaité un moment avoir un budget qui augmente en matière de financement parce que le financement des chaines de télévision baissait et donc nous nous sommes retrouvés avec pour but un petit tactique dans la loi de finances demandant un prélèvement de 5,5% de nos recettes publicitaires sur toute la partie des contenus. Vu qu'à Orange vous avez une participation de l'État. Au-delà de ce paiement nous avons décidé de créer un studio-cinéma comme le studio Canal+ plus modeste pour essayer de financer des films de français au départ et pour aider à la création française. Comme on vous l'a indiqué, nous devons participer au risque de production qui est un risque très élevé ; c'est beaucoup plus facile d'acheter un film sur vision parce qu'on peut voir le film on regarde les scénarios, ce n'est pas trop facile de savoir ce que va donner ce film. Donc nous avons recommencé pendant quelques années à produire des films français exclusivement et en fait ça, c'est une opportunité que nous avons eu des projets concernant l'Afrique qui nous ont été transmis et donc le premier film que nous avons coproduit a été BINTA BIRIDI que certains peut être connaissent qui a fait la pirogue qui a fait Timbouctou et cette année nous avons financé 10 films africains dont 6 sont en sélection et trois en compétition au FESPACO. Et ça pour une raison qui ou bien une démarche similaire à celle de de la France c'est-à-dire qu'à partir du moment où nous allons diffuser, parce que nous sommes installés vous le savez, dans 21 pays d'Afrique, prochainement il va avoir sur ces installations la gestion de VOD de SVOD ; il y en a déjà à Abidjan, au Sénégal ; après il y aura dans tous les pays, il y en aura plusieurs mais par pays et donc ça va diffuser énormément de contenus. Et donc cet appel à la diffusion des contenus il était normal que nous participions et c'est la raison pour laquelle nous avons voulu développer non pas des contenus faits en France qu'on aurait voulu exporter comme nos chers amis américains savent aussi bien le faire mais nous avons essayé de nous imposer une règle de ne faire que des films africains c'est-à-dire que nous considérons un film africain que si les auteurs et les réalisateurs sont de culture africaine avec une histoire africaine. Et donc nous avons après l'argent, vous savez l'argent n'a pas d'odeur et c'est le peu de chose extrêmement fluide que l'argent vienne de n'importe quel pays du monde ou de n'importe quelle source c'est moins grave mais par contre nous attachons beaucoup d'importance à cette partie-là culturelle. Faut savoir qu'en France un diffuseur lorsqu'il finance un film français a un texte qui a été de plus en plus contraignant sur la nature de la culture française pour se protéger de toute culture étrangère parce qu'on accepte volontiers mais on veut aussi préserver les cultures de la France et bien nous faisons la même démarche sur l'Afrique voilà. La sur la collection on en a pas parlé mais bon c'est intéressant il faut savoir que le financement du cinéma en Afrique est le même que celui en France ; il y a quelques années et le même que celui dans la plupart des pays du monde c'est-à-dire que, il faut savoir que la culture doit être aidée alors selon le développement et les stades, soit par des subventions soit par une fiscalisation voilà. Mais il n'y a pas de cinéma d'auteur on va en parler du cinéma justement naissant sauf que ce soit aidé par des partenaires. D'où le fait que notre démarche est aussi une démarche lourde bien entendu nous essayons de retrouver des équilibres financiers mais il y a une démarche culturelle qui n'est pas forcément un retour sur investissement immédiat.

Je crois qu'il faut distinguer deux types de films vous avez les films d'auteurs qui même en France sont totalement financés, subventionnés par la vente sur recettes et resteront même après leurs 10 ans dans 20 ans ne trouveront jamais l'équilibre parfait bien sûr qu'on a des types d'auteurs qui subitement est un succès commercial cela bien entendu on se réjouit on a l'impression d'avoir réinventé le monde mais les statistiques sont là. Les films d'auteur

son forcément des films subventionnés et aidés par des États des différents pays d'Afrique. Même aux États-Unis les gens imaginent que le système libéral des États-Unis sera un système sans aide c'est faux ! Ils ont des taxes ils ont des crédits d'impôt au même titre que les autres pays.

Après vous avez des films commerciaux et là je dois vous dire on le voit déjà il y a déjà des films produit en Afrique qui ont un succès important et là je dois vous dire, le marché et il y a énormément de personnes dans le monde qui veulent gagner de l'argent et être intelligent et donc ces films commerciaux vont trouver un financement de façon très naturelle ; ils n'ont pas besoin des aides de qui que ce soit je ne vais pas citer des noms mais on voit très bien alors Timbouctou et un peu un cas exceptionnel. Certains un film d'auteur qui possède le succès commercial dans le monde à rapporter des sommes très importantes. Mais on sait par exemple que les comédies, il y a plusieurs comédies qui se font, des séries il y a de longs-métrages... Et là pour ce qui concerne les comédies bien entendu, avec nos chers frères de Canal+ on va se les arracher. Pour savoir celui qui mettra le plus d'argent et celui qui sera le plus rapide pour financer. Parce qu'on a besoin, les gens ont besoin de voir des films d'auteurs. Mais c'est vrai que le rire et le divertissement sont quand même des valeurs sûres du cinéma au-delà d'autres aspects du cinéma voilà donc cette année on est ravi et voilà et nous allons continuer bien entendu notre développement parce que Orange studio est une filiale à 100 % Orange situé au siège sur Paris. Mais c'est bien évident que vous verrez dans quelques années des chaînes locales on en parle pas encore mais, ils feront bientôt des préachats, ils commandent même des préachats sur les droits de diffusion et après bien entendu chaque pays verra comme il est bon le système international mis pour financer les œuvres et il y aura un peu de financement.

Après une petite anecdote tout de même pour vous dire j'ai été avant la création des chaînes comme Canal+ j'ai cherché et plus je cherchais sur l'idée de société de laboratoire interne, plus je montai euh jusqu'en 1907 les producteurs se plaignaient que le cinéma était en crise parce on manquait de financement. Donc ce sentiment qu'il y a aussi en Afrique est un sentiment universel c'est-à-dire quand vous donnez à un réalisateur qui a du talent une certaine somme, il rêve d'en avoir le double pour essayer de tourner plus pour essayer d'avoir l'œuvre la meilleure. Mais on a plein d'admiration et même de voir en Afrique en quelques années le cinéma a progressé de façon considérable au niveau de la qualité de musique au niveau de la production je ne sais pas si vous avez été à la conférence du FESPACO à Paris on est passé de 700 films à 1000 films en 2016 donc une production de 30% ça fait rêver les pays européens. Et on voit bien que la qualité grâce au numérique voilà grâce à tout ça provoque également des films. On retrouve le système des années 70 en France où il n'y avait ni Canal+ ni de préachat pas de règlementation c'était encore un peu comme dans le financement de la débrouille et à l'époque on pouvait se lancer en général en ayant 10 ou 20%. Donc on voit le système aujourd'hui où les gens disent, je me lance et dans trois ou quatre mois je n'ai que 4% du budget c'est formidable je trouve ça bien parce que le cinéma c'est tout de même un pari avec bien sûr des difficultés.

Dernier point que je voudrais aborder c'est un des soucis chez Orange. Il ne suffit pas d'émettre un chèque, il ne suffit pas de négocier un excellent contrat de coproduction pour essayer d'avoir des droits ; mais le plus difficile c'est la distribution, c'est vrai qu'une œuvre n'est intéressante que si elle exposée si elle est vue. Et c'est assez exact. Il y a des éléments extrêmement positifs comme le nombre de salles qui sont construites actuellement. On voit que tous les jours que ce soit monsieur Seydou monsieur Bolloré qui rêvent de devenir de grands bâtisseurs de salles c'est formidable parce que je pense que la salle est la meilleure valorisation d'un film ; c'est la meilleure valorisation mais derrière ça nécessite la distribution et autant la coproduction est simple je dois vous le dire est beaucoup plus compliqué voilà. Et ça c'est une chose où on doit travailler avec les États avec les différentes structures européennes avec l'Europe pour essayer de trouver un moyen d'aider la distribution de films. Quand un film malgré sa qualité merveilleuse n'a pas les éléments reconnus, les éléments distributifs et c'est certainement un des aspects que nous on est en train de créer des structures de distribution vous avez du peut être l'entendre

nous sommes aussi associés avec …pour essayer au niveau de la VOD parce que le cinéma africain doit être aussi vu, traversé les mers et les océans et être exposé ailleurs. Actuellement le support le mieux sont les spectacles et les festivals ; ça permet d'avoir un retour de presse et un retour d'image qui est très positif. Mais ça ne suffit pas ; il faut savoir que les films français comme les films américains bénéficient de structures et d'aides très fortes qui leur permettent de pouvoir atteindre le public et c'est aussi une des choses qu'on doit travailler on doit arriver à ce que les films africains soient les plus exposés et les plus vus.

Annexe D : Documents juridiques et administratifs

Annexe n°XVIII : Arrêté portant répartition des recettes de la taxe spécifique sur les entreprises de télécommunication

MINISTERE DE L'ECONOMIE
ET DES FINANCES

SECRETARIAT GENERAL

DIRECTION GENERALE
DES IMPOTS

BURKINA FASO
Unité – Progrès – Justice

ARRETE N° 2014 0155 /MEF/SG/DGI
portant répartition des recettes de la taxe spécifique sur les entreprises de télécommunication

VISA CF N°00681

LE MINISTRE DE L'ECONOMIE
ET DES FINANCES

VU la Constitution ;

VU le Décret n° 2012-1038/PRES du 31 décembre 2012, portant nomination du Premier Ministre ;

VU le Décret n° 2013-002/PRES/PM du 02 janvier 2013, portant composition du Gouvernement ;

VU le Décret n° 2013-104/PRES/PM/SGG-CM du 07 mars 2013, portant attributions des membres du Gouvernement ;

VU le Décret 2012-546/PRES/PM/MEF du 02 juillet 2012 portant organisation du Ministère de l'Economie et des Finances ;

VU la Loi N°6/65 du 26 mai 1965, portant création du Code des impôts directs et indirects et du monopole des tabacs, ensemble ses modificatifs ;

VU la loi N°037- 2013/AN du 21/11/2013 portant loi de finances pour l'exécution du budget de l'Etat, gestion 2014 ;

ARRETE

Article 1 : Le présent arrêté a pour objet de préciser les modalités de répartition des recettes de la taxe spécifique sur les entreprises de télécommunication affectées conformément aux dispositions de l'article 16 de la loi n° 037-2013/AN 21 décembre 2013 portant loi de finances pour l'exécution du Budget de l'Etat Gestion 2014.

Article 2 : la part affectée des recettes de la taxe spécifique sur les entreprises de télécommunication est répartie comme suit :

- 60% pour les actions de financement de la promotion du sport ;
- 20% pour la promotion de la culture et du tourisme ;
- 10% pour l'équipement et la modernisation de l'administration fiscale ;
- 10% pour la promotion des technologies de l'information et de la Communication.

Article 3 : Le Directeur Général des Impôts, le Directeur Général du Trésor et de la Comptabilité Publique, le Directeur Général du Budget sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'application du présent arrêté qui sera enregistré, publié et communiqué partout où besoin sera.

Ouagadougou, le 05/05/2014

Ministère de l'Economie et des Finances

Lucien Marie Noël BEMBAMBA
Commandeur de l'Ordre National

Annexe n°XIX : Décret portant création d'un fonds de développement culturel et touristique

PZ/HO
BURKINA FASO

Unité - Progrès - Justice

DECRET N°2016-__861__ /PRES/PM/MCAT/ MINEFID portant approbation des statuts Particuliers du Fonds de Développement Culturel et Touristique (FDCT).

LE PRESIDENT DU FASO,
PRESIDENT DU CONSEIL DES MINISTRES,

VISA N°05258

VU la Constitution ;
VU le décret n°2016-001/PRES du 06 janvier 2016 portant nomination du Premier Ministre ;
VU le décret n°2016-003/PRES/PM du 12 janvier 2016 portant composition du Gouvernement ;
VU la loi n° 033-2008/AN du 22 mai 2008 portant régime juridique applicable aux emplois et aux agents des établissements publics de l'Etat ;
VU la loi n°028-2008/AN du 13 mai 2008 portant code du travail au Burkina Faso ;
VU la loi 081-2015/CNT du 24 novembre 2015 portant statut général de la fonction publique d'Etat ;
VU la loi n°10-2013/AN du 30 avril 2013 portant règles de création des catégories d'établissements publics ;
VU le décret n°2005-257/PRES/PM/MFB du 12 mai 2005 et son modificatif n°2013-1276 du 31 décembre 2013, portant régime des ordonnateurs et des administrateurs de crédits de l'Etat et des autres organismes publics ;
VU le décret n°2005-258/PRES/PM/MFB du 12 mai 2005 et son modificatif n°2013-1277 du 31 décembre 2013, portant modalités de contrôle des opérations financières de l'Etat et des autres organismes publics ;
VU le décret n°2014-609/PRES/PM/MEF/MFPTSS du 24 juillet 2014 portant conditions et modalités de création, de gestion et de suppression des établissements publics de l'Etat ;
VU le décret n° 2014-610/PRES/PM/MEF du 24 juillet 2014 portant statut général des Fonds Nationaux ;
VU le décret n°2016-006/PRES/PM/SGG-CM du 08 février 2016 portant attribution des membres du Gouvernement ;
VU le décret n°2016-729/PRES/PM/MCAT/MINEFID du 08 août 2016 portant création du Fonds de Développement Culturel et Touristique (FDCT) ;
Sur rapport du Ministre de la Culture, des Arts et du Tourisme ;
Le Conseil des Ministres entendu en sa séance du 1er juin 2016 ;

DECRETE

Article 1 : Sont approuvés les statuts particuliers du Fonds de Développement Culturel et Touristique (FDCT) dont le texte est joint en annexe au présent décret.

1

Generated by CamScanner

Article 2 : Le Ministre de la Culture, des Arts et du Tourisme et le Ministre de l'Economie, des Finances et du Développement sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret qui sera publié au Journal Officiel du Faso.

Ouagadougou, le 14 septembre 2016

Roch Marc Christian KABORE

Le Premier Ministre

Paul Kaba THIEBA

Le Ministre de l'Economie,
des Finances et du Développement

Hadizatou Rosine COULIBALY née SORI

Le Ministre de la Culture
des Arts et du Tourisme

Tahirou BARRY

2

Generated by CamScanner

Annexe n°XX : Le premier décret portant création d'un ministère de la culture

REPUBLIQUE DE HAUTE VOLTA
Unité - Travail - Justice

PRESIDENCE DE LA REPUBLIQUE

D E C R E T N°71/0 72/PRES

Portant composition du Gouvernement de la République de Haute Volta.

LE PRESIDENT DE LA REPUBLIQUE,

VU la Constitution, notamment en son Article 59,

VU le Décret n°71/67/PRES du 18 février 1971, portant nomination du Premier Ministre,

SUR la Proposition du Premier Ministre,

D E C R E T E :

ARTICLE 1er.- Le Gouvernement de la République de Haute Volta est composé ainsi qu'il suit :

- Premier Ministre, Ministre des Anciens Combattants :
  Gérard Kango OUEDRAOGO.
- Ministre de l'Intérieur et de la Sécurité :
  Capitaine SOME Yoryan Gabriel.
- Ministre de la Justice, Garde des Sceaux :
  Malick ZOROME.
- Ministre des Affaires Etrangères :
  Docteur Joseph CONOMBO.
- Ministre des Armées :
  Daouda TRAORE.
- Ministre des Finances et du Commerce
  L'Intendant Militaire Tiémoko Marc GARANGO.
- Ministre du Plan, de l'Industrie et des Mines
  Edouard YAMEOGO.
- Ministre de l'Agriculture, de l'Elevage, des Eaux et Forêts et du Tourisme :
  Capitaine de Genie Antoine DAKOURE
- Ministre de la Fonction Publique et du Travail :
  Victor OUEDRAOGO.
- Ministre de l'Education Nationale et de la Culture :
  Charles TAMINI.
- Ministre de la Santé Publique et de la Population :
  Docteur Aly BARRAUD.
- Ministre des Travaux Publics, des Transports et de l' urbanisme
  François LOMPO.

Département des Archives et de la Documentation
SGG - CM
Le Chef du Département

- Ministre de l'Information :
  Commandant Bila Jean ZAGRE.

- Ministre des Postes et Télécommunications :
  Docteur YOUL Tigaret.

- Ministre de la Jeunesse et des Sports :
  Capitaine Félix TIENTARABOUM.

- Ministre des Affaires Sociales :
  Docteur Diongolo TRAORE.

ARTICLE 2.- Le présent Décret sera enregistré et publié au Journal Officiel de la République./.-

Ouagadougou,le 22 FEVRIER 1971

Général de Division Sangoulé LAMIZANA

Annexe n°XXI : Décret portant statut de l'artiste au Burkina Faso

HK/HO

BURKINA FASO

Unité - Progrès - Justice

DECRET N° 2013-169 /PRES/PM/MCT/ MEF/MFPTSS portant statut de l'artiste au Burkina Faso.

VISA MEF N°0094

21/3/2013

LE PRESIDENT DU FASO,
PRESIDENT DU CONSEIL DES MINISTRES,

VU la Constitution ;
VU le décret n° 2012-1038/PRES du 31 décembre 2012 portant nomination du Premier Ministre ;
VU le décret n°2013-002/PRES/PM du 02 janvier 2013 portant composition du Gouvernement ;
VU la loi n°06-65/AN du 26 mai 1965 portant Code des Impôts ensemble ses modificatifs ;
VU la loi n°032-99/AN du 22 décembre 1999 portant protection de la propriété littéraire et artistique ;
VU la loi n°015-2006/AN du 11 mai 2006 portant régime de sécurité sociale applicable aux travailleurs salariés et assimilés ;
VU la loi n°028-2008/AN du 13 mai 2008 portant Code du Travail ;
VU le décret n°2009-778/PRES/PM/MCTC/MEF du 10 novembre 2009 portant adoption du document de politique nationale de la culture au Burkina Faso ;
VU le décret n° 2011-1079/PRES/PM/MCT du 30 décembre 2011 portant organisation du Ministère de la Culture et du Tourisme ;
VU le décret n° 2012-588/PRES/PM du 12 juillet 2012 portant attributions des membres du Gouvernement ;
Sur rapport du Ministre de la Culture et du Tourisme ;

Le Conseil des Ministres entendu en sa séance du 24 octobre 2012 ;

D E C R E T E

CHAPITRE I : DISPOSITIONS GENERALES

SECTION I : OBJET ET CHAMP D'APPLICATION

Article 1 : Le présent décret définit le statut de l'artiste au Burkina Faso.

Article 2 : le statut de l'artiste s'applique à toute personne ayant la qualité d'artiste telle que définie à l'article 4 du présent décret.

SECTION II : DEFINITION DU STATUT ET DE LA QUALITE D'ARTISTE

Article 3 : Le statut de l'artiste est l'ensemble des droits et obligations attachés à la qualité d'artiste.

Article 4 : Est artiste, toute personne qui crée ou participe par son interprétation à la création ou à la recréation d'œuvres de l'esprit, qui considère sa création artistique comme un élément essentiel de sa vie et qui, ainsi, contribue au développement de l'art et de la culture et qui est reconnue ou cherche à être reconnue en tant qu'artiste, qu'elle soit liée ou non par une relation de travail ou d'association quelconque.

Elle peut être artiste auteur ou artiste interprète.

Article 5 : Les artistes ont droit à la protection de leurs œuvres et prestations ainsi que le droit à la protection sociale.

CHAPITRE II : QUALITE D'ARTISTE PROFESSIONNEL

SECTION I : DEFINITION DE L'ARTISTE PROFESSIONNEL

Article 6 : Est artiste professionnel toute personne qui fait de l'activité artistique sa profession habituelle et en tire sa principale source de revenu.

La qualité d'artiste professionnel est attestée par la possession d'une carte professionnelle dont les conditions de délivrance sont définies par arrêté conjoint des ministres en charge de la culture et du travail après avis de la Commission Nationale des Arts créée à l'article 17 du présent décret.

SECTION II : CATEGORIE D'ARTISTES PROFESSIONNELS

Article 7 : La catégorie d'artistes professionnels comprend les artistes salariés et les artistes indépendants.

CHAPITRE III : REGIME SOCIAL ET FISCAL APPLICABLE AUX ARTISTES PROFESSIONNELS

SECTION I : REGIME SOCIAL ET FISCAL DE L'ARTISTE SALARIE

Article 8 : L'artiste salarié est lié à un employeur par un contrat de travail à durée déterminée ou indéterminée régi par le Code du travail.

A ce titre, l'employeur assume les obligations légales résultant du Code du travail, du Code des impôts et du Code de sécurité sociale.

Article 9 : Les artistes salariés se voient reconnaître le droit syndical conformément aux prescriptions constitutionnelles et légales.

A ce titre, les représentants de leurs syndicats ou de leurs associations professionnelles peuvent conclure avec ceux des organisations d'employeurs des conventions collectives et des accords de travail conformément aux dispositions du Code du travail.

Article 10 : Les artistes salariés sont assujettis au régime de sécurité sociale géré par la Caisse nationale de sécurité sociale.

Eu égard à la variabilité et à l'intermittence de leurs revenus, des modalités particulières d'application du régime de sécurité sociale géré par la Caisse nationale de sécurité sociale peuvent être accordées aux artistes salariés par arrêté conjoint des ministres en charge de la sécurité sociale et de la culture, après avis de la Commission consultative du travail.

Article 11 : Les artistes salariés sont assujettis aux obligations fiscales applicables aux travailleurs salariés.

Compte tenu de la contribution des artistes à l'enrichissement de la culture ainsi qu'à l'affirmation de l'identité culturelle du peuple burkinabè, eu égard à la variabilité et à l'intermittence de leurs revenus, l'imposition des artistes salariés peut, conformément à la législation en vigueur, déroger aux règles fiscales de droit commun.

SECTION II : REGIME SOCIAL ET FISCAL DE L'ARTISTE INDEPENDANT

Article 12 : L'artiste indépendant exerce une profession libérale en dehors de tout lien de subordination.

Il est lié à son cocontractant par un contrat de prestation de services.

Article 13 : Les artistes indépendants se voient reconnaître le droit syndical conformément aux prescriptions constitutionnelles et légales.

Les organisations professionnelles d'artistes indépendants sont habilitées à négocier avec leurs partenaires des accords tarifaires portant sur les taux minima de rémunération de leurs prestations.

En l'absence d'accord tarifaire spécifique applicable aux artistes indépendants, les barèmes de salaires minima négociés dans le cadre des conventions collectives sectorielles des artistes salariés constituent la base minimale de négociation entre artistes indépendants et leurs partenaires.

Article 14 : Les artistes indépendants peuvent s'affilier au régime d'assurance volontaire géré par la Caisse nationale de sécurité sociale.

Eu égard à la variabilité et à l'intermittence de leurs revenus, des modalités particulières d'application du régime d'assurance volontaire géré par la Caisse nationale de sécurité sociale peuvent être accordées aux artistes indépendants par arrêté conjoint des ministres en charge de la sécurité sociale et de la culture, après avis de la Commission consultative du travail.

Article 15 : Les artistes professionnels peuvent créer des structures mutualistes aux fins de s'assurer une protection sociale complémentaire.

Article 16 : Les artistes indépendants sont assujettis aux obligations fiscales applicables aux professions libérales.

Compte tenu de la contribution des artistes à l'enrichissement de la culture ainsi qu'à l'affirmation de l'identité culturelle du peuple burkinabè, eu égard à la variabilité et à l'intermittence de leurs revenus, l'imposition des artistes indépendants peut, conformément à la législation en vigueur, déroger aux règles fiscales de droit commun.

CHAPITRE IV : DISPOSITIONS DIVERSES ET FINALE

SECTION I : DISPOSITIONS DIVERSES

Article 17 : Il est créé un cadre de concertation permanent des artistes professionnels et de leurs partenaires dénommé « Commission Nationale des Arts » en abrégé « CNA ».

Article 18 : La Commission Nationale des Arts regroupe les organisations d'employeurs, les syndicats et associations professionnelles d'artistes et les pouvoirs publics en vue d'examiner et de suggérer les mesures propres à améliorer l'emploi culturel, les politiques de formation et de promotion des arts et des artistes.

La Commission Nationale des Arts est consultée pour toute question relative à la conception et à l'exécution de la politique nationale de la culture.

Article 19 : Les attributions, l'organisation, la composition et le fonctionnement de la Commission Nationale des Arts sont précisés par arrêté du Ministre en charge de la culture.

SECTION II : DISPOSITION FINALE

Article 20 : Le Ministre de la Culture et du Tourisme, le Ministre de l'Economie et des Finances et le Ministre de la Fonction Publique, du Travail et de la Sécurité Sociale sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent décret qui sera publié au Journal Officiel du Faso.

Ouagadougou, le 25 mars 2013

Blaise COMPAORE

Le Premier Ministre

Beyon Luc Adolphe TIAO

Le Ministre de l'Economie
et des Finances

Lucien Marie Noël BEMBAMBA

Le Ministre de la Culture
et du Tourisme

Baba HAMA

Le Ministre de la Fonction Publique,
du Travail et de la Sécurité Sociale

Vincent ZAKANE

6

Annexe E : Données complémentaires

Annexe n° XXII : Données générales sur le nomadisme du ministère de la Culture de 1957 à 2018

Années	Ministère de la culture	Ministère plein ou Rattaché	Ministre en charge de la culture	Références
1957	Non	NA	NA	Arrêté n°365 du 18 mai 1957
1957	Non	NA	NA	Arrêté n°43/CAB du 6 Février 1958
1957	Non	NA	NA	Arrêté n°561 du 24 octobre1958
1958	Non	NA	NA	Arrêté n°777/BIS/CT/SGCG du 10 Décembre 1958
1959	Non	NA	NA	Décret n°62 PRES du 1er Mai 1959
1961	Non	NA	NA	Décret n°1 PRES du 1er Janvier 1961
1961	Non	NA	NA	Décret n°169/PRES du 02 Mai 1961
1962	Non	NA	NA	Décret n°191/PRES du 08 Juin 1962
1962	Non	NA	NA	Décret n°412/PRES du 21 Septembre 1962 (modifiant)
1963	Non	NA	NA	Décret n°110/PRES du 27 Février 1963 (modifiant)
1963	Non	NA	NA	Décret n° 208/PRES du 03 Mai 1963 (modifiant)
1963	Non	NA	NA	Décret n °529/PRES du 20 Octobre 1963
1965	Non	NA	NA	Décret n°1/PRES du 1er Janvier 1965 (modification)
1965	Non	NA	NA	Décret n° 460/PRES du 08 Décembre 1965
1966	Non	NA	NA	Décret n°3/PRES du 08 Janvier 1966
1967	Non	NA	NA	Décret n° 67/79/PRES du 06 Avril 1967
1971	Oui	Rattaché	Charles TAMINI	Décret n°71/72/PRES du 22 Février 1971
1973	Oui	Rattaché	Charles TAMINI	Décret n° 73/16/PRES/CAB du 13 Juillet 1973
1974	Oui	Rattaché	Félix TIENTARBOUM	Décret n° 74/8 PRES du 11 Février 1974
1974	Non	NA	NA	Décret n° 74/399/PRES du 26 Octobre 1974 (modification)
1976	Oui	Rattaché	Ali LANKOANDE	Décret n°73/31/PRES du 9 Février 1976
1976	Non	NA	NA	Décret n° 76264/PRES du 23 Juillet 1976 (modification)
1977	Oui	Rattaché	Oumarou DAO	Décret n°77/13/PRES du 13 Janvier 1977
1978	Oui	Rattaché	Domba KONATE	Décret n° 78/256/PRES du 16 Juillet 1978
1978	Non	NA	NA	Décret n° 78/261/PRES du 27 Juillet 1978
1980	Oui	Rattaché	Patoin A OUEDRAOGO	Décret n° 80/11/PRES/CMPRN du 07 Décembre 1980
1981	Non	NA	NA	Décret n° 81/426/CMPRN/PRES du 8 Septembre 1981
1982	Non	NA	NA	Décret n° 82/143/CMRPN/PRES du 7 Septembre 1982
1982	Non	NA	NA	Décret n° 82/143/CMRPN/PRES du 21 Avril 1982

1982	Oui	Rattaché	Patoin Albert OUEDRAOGO	Décret n° 82/379/PRES/CMRPN du 30 Septembre 1982
1982	Oui	Rattaché	Mardia Emmanuel DADJOUARI	Décret n° 82/1/CSP/PRES du 26 Novembre 1982
1983	Non	NA	NA	Décret n° 83/40BIS/CSP/PRES DU 19 Janvier 1983
1983	Oui	Rattaché	Boureima ZOROME	Décret n° 83/234/CSP/PRES du 4 Juin 1983
1983	Oui	Rattaché	Mardia E DAJOUARI	Décret n° 83/21/CNR/PRES du 24 Aout 1983
1984	Oui	Rattaché	Wattamou LAMIEN	Décret n°84/329/CNR/PRES du 31 Aout 1984
1985	Oui	Rattaché	Wattamou LAMIEN	kiti n° 85/3/CNR/PRES du 31 Aout 1985
1986	Oui	Plein	Bernadette SANOU	kiti AN IV-26/CNR/PF du 29 Aout 1986
1987	Oui	Plein	Alimata SALEMBERE	kiti AN V-5/CNR/PF du 4 Septembre 1987
1987	Oui	Rattaché	Serge Théophile BALIMA/Alimata SALEMBERE	kiti n° AN V- 5/FP/PF du 31 Octobre 1987
1988	Oui	Rattaché	Serge Théophile BALIMA/Alimata SALEMBERE/OUE	kiti n° AN VI-003/PF du 23 Aout 1988
1989	Oui	Rattaché	Mme Béatrice Damiba/Alimata SALEMBERE	kiti n° AN VI-0259/PF du 25 Avril 1989
1989	Oui	Rattaché	Mn Béatrice Damiba/Alimata SALEMBERE	kiti n° AN VII-022/PF/PRES du 21 Septembre 1989
1991	Oui	Rattaché	Mn Béatrice Damiba/Jean Marc Domba Palm/Hema Bassié	Décret n°91-0332/PRES du 16 Juin 1991
1991	Oui	Rattaché	Salvi Charles SOME/Auguste-Ferdinand KABORET	Décret n°91-0352/PRES du 24 Juillet 1991
1992	Oui	Rattaché	Cheik Lindou THIAM/Martine Bonou	Décret n° 92-039/PRES du 26 Février 1992
1992	Oui	Plein	Ouala KOUTIEBOU	Décret n° 92-161/PRES/PM du 19 Juin 1992
1993	Oui	Plein	Ouala KOUTIEBOU	Décret n ° 93-276/PRES du 3 Septembre 1993
1994	Oui	Rattaché	Nurukyor Claude SOMDA	Décret n°94/120/PRES du 22 Mars 1994
1994	Oui	Rattaché	N Claude SOMDA	Décret n° 95-226/PRES/PM du 11 Juin1994
1996	Oui	Rattaché	N Claude SOMDA	Décret du 20 Février 1996
1997	Oui	Rattaché	Mahamoudou OUEDRAO	Décret du10 Juin 1997
1999	Oui	Rattaché	Mahamoudou OUEDRAO	Décret n° 99-004/PRES/PM 14 Janvier 1999
1999	Oui	Plein	Mahamoudou OUEDRAO	Décret n° 99-358/PRES du 12 Octobre 1999
2000	Oui	Plein	Mahamoudou OUEDRAO	Décret n ° 2000-527/PRES/PM du 12 Novembre 2000
2002	Oui	Plein	Mahamoudou OUEDRAO	Décret n° 2002-205/PRES/PM du 10 Juin 2002
2004	Oui	Plein	Mahamoudou OUEDRAO	Décret n°2004-003/PRESPM du 14 Janvier 2004

2005	Oui	Plein	Mahamoudou OUEDRAO	Décret n°2005-464/PRES/PM du 05 Septembre 2005
2006	Oui	Plein	Madame Aline KAOLA	Décret n°2006-003/PRES/PM du 06 Janvier 2006
2008	Oui	Plein	Filippe SAWADOGO	Décret n°2008-138/PRES/PM du 23 Mars 2008
2008	Oui	Rattaché	Filippe SAWADOGO	Décret n°2008-517/PRES/PM du 03 Septembre 2008
2010	Oui	Rattaché	Filippe SAWADOGO	Décret n°2010-105/PRES/PM du 12 Mai 2010
2011	Oui	Plein	Filippe SAWADOGO	Décret n° 2011-004/PRESPM du 16 Janvier 2011
2011	Oui	Plein	Baba HAMA	Décret n°2011-237/PRES/PM du 21 Avril 2011
2012	Oui	Plein	Baba HAMA	Décret n°2012-122/pres/PM du 23 Février 2012
2013	Oui	Plein	Baba HAMA	décret n°20136002/PRES/PM du 02 Janvier 2013
2015	Oui	Plein	Jean Claude DIOMA	Décret n°2015-892/pres-TRANS/PM du 19 Juillet 2015
2016	Oui	Plein	Tahirou BARRI	décret N°2016-006/PRES/PM/SGG-CM du 08 février 2016
2017	Oui	Plein	Tahirou BARRI	
2017	Oui	Plein	Issouf SAWADOGO	En remplacement du Ministre Tahirou démissionnaire
2018	Oui	Plein	Abdoul Karim Sango	

Source : Notre enquête de terrain, 2017

Annexe n° XXIII : Les actions de l'UE-ACP

LES ACTIONS DE L'UE-ACP,

En 2012 les Chefs d'État et de Gouvernement ACP réunis à Sipopo soulignaient l'importance de la culture dans le développement durable et déclaraient avec force : *« Pas de futur sans culture »*. Depuis lors, le *Programme ACPCultures+* n'a eu de cesse de traduire cette devise en actions. Des résultats importants ont été atteints en termes de structuration du secteur, d'amélioration de la production et de la diffusion des œuvres ACP, ainsi qu'au niveau de la formation des opérateurs, en particulier les jeunes professionnels. Alors que le *Programme ACPCultures+* intensifie ses efforts pour renforcer durablement le secteur, le groupe ACP sait pouvoir compter sur le soutien indéfectible de ses partenaires européens avec lesquels il partage une même vision. En effet, la culture fait partie intégrante de la stratégie de coopération entre les pays ACP et l'Union européenne, telle que définie dans *l'Accord de Cotonou*, notamment en son article 27. Depuis 2007, 3 programmes ont ainsi été mis en œuvre par le Secrétariat ACP et financés par les 9e et 10e *Fonds européens de développement* : A*CPFilm*, *ACPCultures* et *ACPCultures+*. Le *programme ACPCultures+* est doté d'un budget de 30 millions d'euros (contre 14,3 millions sous le 9e FED). Depuis 2012, le programme soutient l'ensemble du secteur (cinéma/audiovisuel et autres industries culturelles) et couvre tous les maillons de la chaîne de valeur, notamment la production, la distribution et la formation. Suite à deux appels à propositions lancés en 2011 et 2012, 55 projets ont été soutenus pour un montant de 23,3 millions d'euros. Les activités impliquent environ 200 organisations culturelles (dont beaucoup sont gérées par de jeunes professionnels ACP) travaillant en partenariat. Ces projets sont menés dans plus de 60 pays ACP. Les programmes culture mis en œuvre dans le cadre de la coopération ACP-UE sont remarquables, tant par leur niveau exceptionnel de financement que par la durée des actions soutenues (jusqu'à 3 ans). L'objectif est d'éviter le saupoudrage et d'obtenir des effets structurants sur les industries culturelles ACP. Cette spécificité contribue à «l'effet de levier» du programme, qui permet d'accroître la visibilité des opérateurs culturels ACP tout en leur conférant une plus grande crédibilité auprès des institutions locales, nationales et du secteur privé. Les missions assignées à l'Observatoire culturel lancé par le programme ACP Cultures du 9e FED se sont les éléments nécessaires à la mise en place ou à l'amélioration du cadre réglementaire et des politiques culturelles multisectorielles, à travers des études, des analyses et des recommandations. De plus, des ressources importantes ont été allouées à la communication afin que les résultats et les bonnes pratiques puissent être plus largement valorisées et promues. La valeur ajoutée du programme réside dans les synergies développées entre les différentes composantes permettant d'améliorer l'impact de toutes les actions mises en œuvre. **(…)**

Principaux résultats atteints.

Des centaines d'œuvres ACP ont été produites (13 longs métrages, 25 courts films d'animation 2D et 3D, 26 documentaires radiophoniques, des dizaines de créations chorégraphiques, des livres, des CD, des pièces dramatiques, des œuvres architecturales, des sites Web, des plateformes en ligne, des festivals de films...). Beaucoup d'entre elles ont été récompensées lors de prestigieux événements culturels ACP et européens, tels que le *Festival de Cannes*. Les œuvres ont circulé dans les pays ACP et internationalement. Les opérateurs culturels ont renforcé leurs compétences techniques, artistiques et de gestion. Grâce à des partenariats intra-ACP, la transmission du savoir-faire sud-sud a été encouragée et a permis d'améliorer l'impact sur le renforcement des capacités. Plus de 4000 artistes, techniciens ou managers ACP ont été formés dans un grand nombre de domaines, tels que la production, la réalisation, l'édition, l'enregistrement sonore, la création radio, les *creatives commons*, les TIC, la danse, le théâtre et la musique ... Ces formations ont souvent conduit à la création d'emplois et à l'émergence d'une nouvelle génération de talents. L'appui ACP-UE a permis aux opérateurs culturels ACP d'étendre leurs zones traditionnelles d'intervention, de telle sorte que de nombreux réseaux professionnels ont pu se mettre en place ou se renforcer durablement. L'impact économique dans les pays ACP est également très important, notamment en termes d'emploi des jeunes, d'investissements culturels et de développement des prestataires de services. La pérennité des projets a souvent été obtenue grâce à une collaboration élargie avec les pouvoirs publics. Enfin, les cadres juridiques des pays ACP ont été améliorés grâce à des répertoires, des études et des bases de données mis à la disposition des professionnels de la culture par la composante Politique culturelle du programme.

Perspectives

La stratégie intra-ACP du 11ème FED prévoit la mise en œuvre d'un nouveau programme afin de soutenir la contribution des industries culturelles au développement socio-économique des pays ACP. Avec un budget indicatif de 40 millions d'euros, il visera à augmenter les revenus économiques liés aux industries créatives ainsi qu'à valoriser les cultures ACP. Il est donc crucial de continuer à soutenir la production de biens et services ACP, en particulier la production d'images, l'un des outils les plus efficaces au service de la diversité culturelle. L'un des principaux objectifs du Groupe ACP étant de « *promouvoir et renforcer l'unité et la solidarité entre les États ACP, ainsi que la compréhension entre les populations ACP*» (Déclaration de Georgetown - 1975), le soutien aux industries créatives et aux opérateurs culturels constitue sans aucun doute un élément stratégique pour atteindre cet objectif.
Source: http://acp.int/fr/content/resultats-et-perspectives-en-matiere-dappui-acp-ue-aux-industries-culturelles consulté le 03/03/2017

Annexe n° XXIV : There are no cultural industries here

"There are no cultural industries here"[416]

In spite of the discursive engagement with cultural and creative industries, there is a striking reluctance to fully embrace the term in Burkina Faso and Ghana. Stakeholders at all levels often mention the cultural industries because of the centrality of the discourse in national cultural policies and international texts. But many of them also contest the term when discussing its meaning in the context of cultural creation and circulation at local level. Overall, there is little belief that the cycle of production, dissemination and consumption can actually be called cultural or creative industries. The notion of 'cultural industries' is rejected on the grounds that the sector is not suiciently organized and that it does not correspond to what an ideal image of such industries should look like.

There is however no agreement among stakeholders on the way this discourse does and does not apply to Burkinabe or Ghanaian contexts. There is a sizable, though smaller, group of people who would initially argue that there are indeed cultural or creative industries in the context they work in.

While they argue that the concept can be used, they remark that the industries, in spite of their existence, are still in an emergent phase. This is acknowledged explicitly in the cultural policy text of Burkina Faso: "*Les industries culturelles sont, dans l'ensemble, embryonnaires*", 13 provided by the *Ministère de la Culture, du Tourisme et de la Communication* (2008, 25) but others also make similar remarks (ZIDA 2010, 63; ZOROM 2012, 79). There are cultural industries, but they are still in an embryonic phase. Similarly, studies of the sector highlight that it remains at times closer to craft than industry (d'ALMEIDA and ALLEMAN 2010, 7).

The concept is sometimes more fully embraced for example, in Burkina Faso, when there is talk about *properly* existing industries, *Seydoni productions* is quoted as the only 'industry' (in the singular, presumably because it is just this one company) that hosts the biggest recording studio and the only large-scale cassette and CD duplication facility of the country.

In Ghana, a general appreciation of the term is slightly more positive, for example, in Accra, where the claim is made that there are creative industries in the city and country, this is usually followed by the clarification that they are not functioning properly. The effort to critically translate policy into practice and practice into policy is insuicient.

Extrait du livre p. 71-72(De BEUKELAER 2012)

[416] Pour reprendre une expression des personnes interrogées par Christian De BEUKELAER dans son livre *Developing cultural industries*. (De BEUKELAER 2012)

Annexe n°XXV : Eléments d'une prise de conscience progressive sur les IC

Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles (UNESCO, Mexico City, août 1982).
Article culturel dans le *Traité de Maastricht*. Approuvé en février 1992 et entré en vigueur en novembre 1993.
« Notre diversité créatrice ». Rapport de la Commission mondiale de la culture et du développement, présidée par Javier Pérez de Cuéllar, UNESCO 1995 (publié en 1996).
« *La culture au cœur* ». Contribution au débat sur la culture et le développement en Europe, *Conseil de l'Europe* 1996 (publié en 1997).
Plan d'Action sur les politiques culturelles pour le développement. *Le pouvoir de la Culture*. UNESCO, Stockholm avril 1998.
« La culture compte : financement, ressources et économie de la culture pour un développement durable», Florence, octobre 1999.
Déclaration universelle de l'UNESCO sur la *diversité culturelle*. Paris, novembre 2001.
Colloque international sur les statistiques culturelles, Montréal octobre 2002.
Accord de Partenariat ACP-Union européenne, signé en juin 2000 à Cotonou et entré en vigueur en avril 2003.
Plan d'action de Dakar pour la promotion des cultures et des industries culturelles ACP, juin 2003.
Atelier sur la culture et le développement dans le programme d'action du NEPAD, Abidjan, septembre 2003.
« La liberté culturelle dans un monde diversifié ». Rapport mondial sur le développement humain, PNUD 2004.
Agenda 21 de la culture. Barcelone, mai 2004. L'Agenda 21 de la Culture, dont l'idée est née en 2002, à Porto Allègre, est approuvé par le 4e *Forum des Autorités locales*, lors du *Forum Universel des Cultures*, à Barcelone, en 2004.
Déclaration islamique sur la diversité culturelle, Alger, décembre 2004. Cette Déclaration fut adoptée par la 4e *Conférence islamique des Ministres de la Culture* en décembre 2004, à Alger.
Principes d'éthique de la coopération internationale évaluée selon l'effectivité des droits de l'homme, Bergamo, mai et octobre 2005.
Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles (UNESCO, Paris octobre 2005).
Les industries culturelles pour le développement de l'Afrique. *Plan d'action de l'Union Africaine*, dit aussi «Plan de Nairobi pour les industries culturelles », décembre 2005.
Charte de la Renaissance Culturelle Africaine. *Union Africaine*, Khartoum, janvier 2006. Cette Charte, inspirée notamment par la *Charte culturelle de l'Afrique* (Maurice, juillet 1976.
« *Investir dans les ressources humaines* ». Communication de la *Commission européenne* au Conseil et au *Parlement européen*, janvier 2006.
Le « *consensus européen pour le développement* ». Publié au JO de l'UE le 24 février 2006. La culture n'y est pas mentionnée, du moins de manière explicite.
Résolution de Santo Domingo. 2e réunion des ministres ACP de la culture, octobre 2006.
« Culture and Development – Putting Theory into Practice », Berlin, Novembre 2006.
« *Agenda européen de la Culture* » (dit aussi *Agenda européen de la culture à l'ère de la mondialisation* (Union européenne, novembre 2007).
Stratégie conjointe entre l'Afrique et l'Union européenne. Lisbonne, décembre 2007.
L'économie créative : le Rapport 2008 de la CNUCED, présenté à Accra, en avril 2008.
ICACD (*First International Conference on African Culture and Development*), Kumasi (Ghana), April 2008.
Accord de partenariat économique (APE) entre les États du Cariforum et la *Communauté européenne* et ses États membres (publié au Journal officiel de l'UE le 30 octobre 2008).
Rapport sur l'Afrique de l'Ouest et ses ressources pour le développement, Club *du Sahel et de l'Afrique de l'Ouest*/OCDE, début 2009.
« *Culture et création, facteurs de développement* », Bruxelles, avril 2009 C'est autour de ce thème que la Commission européenne avait réuni, du 1er au 3 avril 2009, à Bruxelles, quelque 600 artistes, professionnels et entrepreneurs de la culture qui ont été rejoints, le 3e jour, par une soixantaine de ministres de la culture, venant essentiellement des pays ACP.
A Gérone (4, 5 mai 2010) un consensus croissant sur les aspects spécifiquement culturels du développement humain durable, ainsi que la contribution de la culture au développement social et économique a été confirmé.

Source : notre enquête de terrain sur la base de plusieurs sources

Annexe n°XXVI : Extrait de la Politique Commune de la Culture de l'UEMOA

Résumé de la politique commune de développement culturel de l'UEMOA

La *Commission de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine* (UEMOA), dans la poursuite de l'un de ses objectifs majeurs, à savoir : *"coordonner les politiques sectorielles nationales par la mise en œuvre d'actions communes dans les grands domaines de la vie socio-économique des États membres",* a entrepris l'élaboration d'une politique commune de développement culturel.

En effet, il convient de souligner que même si le Traité créant l'UEMOA a fait abstraction du volet culturel, il n'en demeure pas moins que la culture est considérée comme un secteur stratégique de développement en raison de ses apports multidimensionnels à la formation de l'être et à la croissance économique.

La culture représente aujourd'hui l'un des secteurs les plus dynamiques de l'économie mondiale avec une contribution au produit national (PNB) mondial estimée à plus de 7 % et à celui des pays en développement de l'ordre de 2 à 3 %, comme le révèlent les études récentes de l'UNESCO et de la Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement (CNUCED).

Par ailleurs, l'UEMOA étant avant tout un espace d'intégration économique, il apparaît que les dynamiques actuelles autour du secteur culturel, au-delà des valeurs endogènes et du patrimoine immatériel, véritable socle pour un développement communautaire harmonieux, contribuent fondamentalement à la croissance économique.

L'espace UEMOA constitue une zone très riche sur le plan culturel. Les relations complexes tissées entre les peuples de la région ont laissé des traces importantes à travers le développement de foyers culturels assez homogènes. Le rayonnement de puissants États précoloniaux tels que les empires du Mali et du Songhay, a fait de cet espace, le creuset d'un patrimoine culturel diversifié qui inspire beaucoup la production artistique contemporaine.

Or le budget des ministères de la culture (en moyenne 0,3% du budget de l'État) est sans comparaison avec les chiffres de cette réalité économique.

L'urgence de structurer le secteur culturel dans les États membres de l'UEMOA se justifie surtout par les énormes pertes de richesses qu'ils enregistrent annuellement. A titre d'exemple :

- 90 % du marché de la musique sont contrôlés par le secteur informel, avec comme corollaire la part substantielle qui échappe au calcul du PIB de nos États ;
- dans les échanges de biens et services culturels, la part de marché de l'Afrique est cent fois inférieure à celle de l'Europe pour une population bien supérieure.

À travers la future politique commune de développement culturel, l'UEMOA se donne comme ambition, à l'horizon 2020, de faire de la culture :

> *"un pilier des stratégies pour l'intégration des peuples, grâce à son patrimoine culturel riche et diversifié. Par ses multiples expressions influant la vie quotidienne des populations, la culture est essentiellement source d'inspiration et d'action dans les secteurs de l'activité économique et sociale. Par l'inestimable capacité créatrice qu'elles recèlent, les ressources culturelles communautaires sont utilisées pour promouvoir le développement humain grâce à une gestion et une valorisation rentable du patrimoine culturel, un environnement juridique et institutionnel assaini et harmonisé et à la vitalité des industries créatives à travers un marché des arts organisé et structuré".*

La concrétisation de cette vision passe par une meilleure structuration du secteur à travers l'organisation d'un cadre régional de valorisation des ressources culturelles, la formation et l'épanouissement des acteurs culturels pour des échanges fructueux susceptibles de consolider le marché sous régional, notamment dans le cadre de la libre circulation des biens, services et acteurs dans l'espace communautaire.

Les actions à entreprendre dans le cadre de la présente politique commune de développement culturel, seront guidées par les principes directeurs ci-après : *l'intégration des peuples, l'approche régionale, la subsidiarité, l'approche intersectorielle/transversale, la solidarité, l'innovation/créativité, le développement durable.*

De l'analyse croisée des constats de terrain et des échanges avec les administrations et les opérateurs culturels de l'espace UEMOA, il ressort que les quatre axes stratégiques suivants pourraient propulser le secteur culturel en tant qu'outil économique et d'intégration sous régionale :

- développer un marché régional unifié des biens et services culturels : s'appuyer sur les avantages qu'offre l'espace UEMOA, notamment en matière de libre circulation et la ratification des principaux instruments juridiques internationaux par la plupart des États, pour construire un marché sous régional intégré et fonctionnel, d'échanges et de circulation des biens et services culturels ;
- soutenir la promotion des métiers de la culture et la professionnalisation des acteurs et opérateurs culturels : il s'agira de donner un contenu adapté au statut des acteurs culturels, d'accompagner par diverses actions, les programmes de formation et de renforcement des capacités managériales, techniques et artistiques, de même que des échanges professionnels de qualité de l'ensemble des acteurs ;
- faciliter l'accès des institutions et opérateurs culturels aux financements : la raréfaction des ressources au niveau international commande que des approches novatrices soient expérimentées dans le but de renforcer les mécanismes de financement direct au niveau régional, de faciliter l'accès des opérateurs de la culture aux financements (local, national, régional et international) et de développer des mécanismes pour stimuler le financement privé ;
- renforcer la disponibilité et l'accessibilité de l'information régionale sur la culture : la collecte et la gestion des informations qualitatives et quantitatives au niveau régional permettront d'appuyer et d'accompagner les États membres à disposer de systèmes efficaces de mesure régulière et fiable de l'impact du secteur culturel dans l'espace UEMOA. Cet observatoire sera opérationnel à travers un mécanisme de veille permanente et de diffusion d'informations sur les activités culturelles et par un système coordonné d'informations statistiques.

L'opérationnalisation des activités qui découleront de ces axes permettra d'aboutir :

- au développement d'un marché régional intégré et diversifié ;
- à des entreprises culturelles compétitives, pourvoyeuses d'emplois et de revenus ;
- à des réseaux de professionnels capables de mettre en évidence les immenses potentiels culturels de la sous-région ;
- à une meilleure visibilité qualitative et quantitative de l'apport de la culture au développement de l'Union.

Les acteurs culturels, bénéficiaires directs, les États membres à travers leurs ministères en charge de la culture, la Commission de l'UEMOA seront les principaux partenaires à la mise en œuvre de cette politique commune.

Source : Extrait de la *Politique commune de développement de la culture*, p.8-10

Annexe n°XXVII : Les grandes dates du cinéma au Burkina Faso

Au fil du temps, la volonté des autorités et celle des acteurs du cinéma et de l'audiovisuel se sont traduites par la prise de décisions, qui ont permis au Burkina Faso d'être pendant longtemps le phare du cinéma de l'Afrique au Sud du Sahara.

Dates marquantes :

1946 : Création de la cellule cinéma du *Centre d'information*, ancêtre du *Centre national de la cinématographie*.

1960 : Comme les anciennes colonies, le Burkina Faso s'est vu proposer par le ministère français de la Coopération, la création d'une unité de production au sein du Service de l'Information. Cette unité avait pour mission de produire des films d'actualités et des films socio-éducatifs. Le projet de création de cette unité fut confié à un technicien français, Serge RICCI. Le nouveau service, équipé en matériel technique de base tels que les caméras Beaulieu manuelles asynchrones, à objectifs, à tourelles, enregistreur à bandes, auront permis la réalisation du premier film d'actualités : ***« A** Minuit l'Indépendance* **»**. Dans son travail, Serge Ricci était aidé par Sékou OUEDRAOGO, Issaka Thiombiano… De nombreux films documentaires, des reportages d'actualités, des films de sensibilisation, de vulgarisations agricoles et sanitaires seront réalisés.

1963 : Début officiel des émissions de la Volta Vision qui deviendra la RTB.

1969 : Nationalisation des salles de cinéma jadis exploitées par des compagnies étrangères, notamment COMACICO, SECMA. La même ordonnance de nationalisation des salles de cinéma crée la *Société Nationale Voltaïque du Cinéma* (SONAVOCI) qui deviendra SONACIB plus tard avec le changement de nom du pays. Suite aux différentes pressions pour obtenir les films de la COMACICO et la SECMA, sociétés multinationales qui assuraient la distribution, le 20 juillet, le Gouvernement voltaïque crée le *Fonds de promotion et d'extension de l'activité cinématographique* (FODEAC).
1969 : La Haute-Volta abrite les premières *Journées du Cinéma Africain* du 1er au 15 février en présence de Sembène Ousmane, Mahama Johnson TRAORE, Tahaar CHERIAA, Paulin Soumanou Vieyra, Odette Sanogo, Claude Prieux, Alimata Salambéré ; cet événement sera plus tard considéré comme la première édition du *Festival panafricain du cinéma et de la télévision de Ouagadougou* (FESPACO).
1970 : Naissance de la *Société Nationale de Distribution et d'Exploitation du Cinéma de Haute-Volta* (SONAVOCI) ; devenue par la suite SONACIB.
1970 : Création du *Fonds de Promotion et d'Extension de l'Activité Cinématographique* (FODEAC).
1972 (7Janvier) : Par le décret N°72/003/PRES/INFO/ENC, le Gouvernement voltaïque institutionnalise le FESPACO ; Djim Mamadou Kola réalise le premier film de fiction : *"Le Sang des Parias"***.**
1973 : Réalisation du 1er long métrage de fiction burkinabé *« Sur le chemin de la réconciliation »* par René Bernard Yonly.
1973 : Les Chefs d'État et de Gouvernement africains décident à Port-Louis (Ile-Maurice) de créer et d'établir à Ouagadougou les sièges du *Consortium Inter-États de Distribution du Cinéma* (CIDC) et le *Consortium interafricains de production de films* (CIPROFILMS).
1976 : Ouverture à Ouagadougou de *l'Institut interafricains d'éducation cinématographique* (INAFEC) sous l'égide de l*'Organisation Commune Africain et Malgache* (OCAM).
1976 : Création et équipement d'un *Centre technique de production cinématographique*, aujourd'hui *Direction de la Cinématographie Nationale* (DCN) en voie de devenir le *Centre National de la Cinématographie* (CNC).
1977 : Le service du cinéma est érigé en *Direction du Cinéma* et sa Direction est confiée à KABORE Gaston Jean Marie.
1979 : Ouagadougou abrite l'Assemblée Générale Constitutive du *Consortium Interafricains de Distribution Cinématographique* (CIDC) et du *Consortium Interafricains de Production de Films* (CIPROFILMS).
1980 : Création et reconnaissance de l'*Union Nationale des Cinéastes Voltaïques* (UNCV) ancêtre de l'actuel UNCB.
1985 : Ouagadougou est retenue comme siège de la *Fédération Panafricaine des Cinéastes* (FEPACI).
1986 : Fermeture de l'INAFEC.
1989 : Lancement du projet de la *Cinémathèque Africaine*.
1991 : Le 1er Etalon de Yennenga est attribué à un film burkinabé : ***«** Tilai **»*** de Idrissa OUEDRAOGO.
1991 : Signature de la Zatu portant définition des conditions d'exercice de la profession cinématographique au Burkina Faso.
1992 : Mise sous administration provisoire de la SONACIB.
1995 : Inauguration d'un centre de conservation de films financé par le Burkina Faso et ses partenaires techniques.
1997 : Un 2e *Étalon de Yennenga* est attribué à un film burkinabé : ***«** Buud-Yam **»*** de Gaston KABORE.
1997 : Organisation des *États généraux du cinéma et de l'audiovisuel*.
1998 : Rédaction d'un *Livre blanc* du cinéma et de l'audiovisuel.
2000 : Lancement du *Programme de formation aux métiers de l'image et du son* (PROFIS).
2003 : Atelier de réflexion sur la formation aux métiers de l'image et du son en Afrique de l'Ouest.
2003 : Décision en Conseil des ministres de la liquidation administrative de la SONACIB.
2004 : Atelier de réflexion sur la relance de la production cinématographique et audiovisuelle.
2005 : Début des cours spécialisés en cinéma et Audiovisuel à l'*Ecole nationale d'administration et de magistrature* (ENAM).
2006 : Création de *l'Institut supérieur de l'image et du son / Studio-* (ISIS/ SE).
2007 : Liquidation administrative de la SONACIB.

Source : (UNCB 2014)

Annexe n°XXVIII : Sociétés de production ayant un arrêté portant autorisation d'exercice

N°	DÉNOMINATION	RESPONSABLE	SITUATION GEOGRAPHIQUE
1.	**ABISSIA PRODUCTION**	Sékou TRAORE	Ouagadougou
2.	**ACCENT SUD**	Lamoussa YARO	Ouagadougou
3.	**AFRIK'IMAGE**	Gualbert THIOMBIANO	Ouagadougou
4.	**AFRIMOV**	Ibrahim OLUKUNGA	Ouagadougou
5.	**ARTISTES PRODUCTIONS**	Gervais KWENE	Ouagadougou
6.	**ARVIS FILMS**	David Dieudonné NIKIEMA	Ouagadougou
7.	**ATHENA FILMS BF**	Mme Kadiatou TRAORE	Ouagadougou
8.	**BEDIR YE PRODUCTION / OYOU INTER**	Yidiandia Eugène BAYALA dit Oyou	Ouagadougou
9.	**BILA PRODUCTIONS**	Tasséré Tahirou OUEDRAOGO	Ouagadougou
10.	**BOUGOUMA DE CONSTRUCTIONS METTALLIQUES**	André BOUGOUMA	Bobo-Dioulasso
11.	**CANAL 07 DEVELOPPEMENT**	Demba André HILOU	Ouagadougou
12.	**CIMAGE**	Mme Esther Marie Christelle BARRY	Ouagadougou
13.	**CINECOM PRODUCTIONS**	Bertrand Michel KABORE	Ouagadougou
14.	**CLAP AFRIK**	Pierre ROUAMBA & Kollo Daniel SANOU	Ouagadougou
15.	**CREDO MÉDIA**	S. Bernard YAMEOGO	Ouagadougou
16.	**DIAM PRODUCTION**	Kiswendsida Michel ZONGO Moumouni SODRE	Ouagadougou
17.	**DOFINI-ART**	Ado Noël BAMBARA	Bobo-Dioulasso
18.	**ELECTRONIC SYSTEM ET TELECOMMUNICATION**	Ben Idriss ZERBO	Ouagadougou
19.	**FASO FILMS & COM**	Ben Omar HEBIE	Ouagadougou
20.	**FASOWOOD**	Hervé Eric Rachedi LENGANI	Ouagadougou
21.	**FOCUS**	Kouka Aimé ZONGO	Ouagadougou
22.	**HERMÈS PRODUCTIONS**	Diane Marie P. Myriam OUEDRAOGO	Ouagadougou
23.	**ILD PRODUCTION**	Mme Habibou NIKIEMA	Ouagadougou
24.	**IMMEDIA**	Fernand Ernest KABORE	Ouagadougou
25.	**JACOB SOU IMAGES (JSI)**	Sié Lamoussa Jacob SOU	Ouagadougou
26.	**JOVIAL PRODUCTIONS**	Aminata DIALLO/GLEZ	Ouagadougou
27.	**LES FILMS DU DÉFI**	Fanta Régina NACRO	Ouagadougou
28.	**LES FILMS DU DJABADJAH**	Bernard Jan GOLBAT	Bobo-Dioulasso
29.	**LES FILMS DU DROMADAIRE**	Boubacar DIALLO	Ouagadougou
30.	**LES FILMS DU YONA**	Maboudou Mamadou GNANOU	Ouagadougou
31.	**LES FILMS ESSENTIELS**	D. Flavien ZOUNGRANA	Ouagadougou
32.	**LES FILMS SELMON**	Apolline Woyé TRAORE	Ouagadougou
33.	**KAHTI IMAGES ET TECHNOLOGIES**	Doh Djangmia Lebaga DAIGA	Ouagadougou
34.	**KIDOUNGO FILMS**	Isidore Marie Alphonse KABORE	Ouagadougou
35.	**LOLO FILMS DIFFUSION**	Drissa TOURE	Ouagadougou
36.	**MANIVELLE PRODUCTIONS**	Jean Claude FRISQUE	Ouagadougou
37.	**MEDIA AFRIQUE**	Oumarou KABORE	Ouagadougou
38.	**MEDIS**	Soungalo TRAORE	Ouagadougou
39.	**O. L. PRODUCTIONS**	Lacina OUEDRAOGO	Ouagadougou
40.	**PARABOLE-BURKINA**	Jean Constant KABORE	Ouagadougou
41.	**PHOENIX VISION**	Boukaré TIEMTORE	Ouagadougou

42.	**PILUMPIKU PRODUCTION**	Mamounata NIKIEMA	Ouagadougou
43.	**PIT-PRODUCTION**	Nawalagemba Serge Dimitri PITROIPA	Ouagadougou
44.	**PLURIEL PRODUCTION**	Sounkalo DAO	Ouagadougou
45.	**PRODUCTIONS RACINES**	Yalgabamba ILBOUDO	Ouagadougou
46.	**PYRAMIDES FILMS**	TOUSSAINT TIENDREBEOGO	Ouagadougou
47.	**RIMTARBA FILMS**	Adama SALLE	Ouagadougou
48.	**SAHELIS PRODUCTIONS**	Moussa ROMBA Dany KOUYATE	Ouagadougou
49.	**SAMANDÉ FILMS' PRODUCTION**	Pascal Didier OUEDRAOGO	Ouagadougou
50.	**SAM LE CAID PRODUCTION**	Mlle Sergine Gouwend-Songré OUEDRAOGO	Ouagadougou
51.	**SAVANE COMMUNICATION**	Toudebyam Boubacar ZIDA & Charlemagne ABISSI	Ouagadougou
52.	**SENTINELLE PRODUCTION**	Touwendsida Serge BAGRE	Ouagadougou
53.	**TOFFAL PRODUCTION**	Laurent Marc TOFFANELLO	Ouagadougou
54.	**TOURAMAN FILMS**	Adama TRAORE	Ouagadougou
55.	**3EME ŒIL PRODUCTIONS**	Oumar DAGNON	Ouagadougou
56.	**TROPIC FILM PRODUCTIONS**	Kader Hervé CESSOUMA	Ouagadougou
57.	**YEREGA INTERNATIONAL**	BASSOLE dit Claver	Ouagadougou
58.	**VENEEM FILMS**	Mme Monique Danielle Fernande GOMEZ-FERNANDEZ	Ouagadougou
Sociétés de production cinématographique et audiovisuelle en instance			
59.	**AFRICA FRAMES**	Patrick MARTINEZ	Ouagadougou
60.	**AGENCE PIXXELIS**	Moussa BOUNDANE	Ouagadougou
61.	**APRODIC MULTIMÉDIA**	Bertrand KABORE	Ouagadougou
62.	**BRAND IMAGE ETALONS FILMS SARL**	Serge Désiré OUEDRAOGO	Ouagadougou
63.	**CASTING COMMUNICATION**	Georgette PARE	Ouagadougou
64.	**CIM PRODUCTIONS**	Isaac P. OUEDRAOGO	Ouagadougou
65.	**CINOMADE**	Bernard Jan GOLBLAT	Bobo-Dioulasso
66.	**DELTA FILMS**		Ouagadougou
67.	**DESIGN Post production & FX cinéma**	Christian Martial Kawelou KAFO	Ouagadougou
68.	**DUNIA PRODUCTION**	S. Pierre YAMEOGO	Ouagadougou
69.	**FANTÔMES PRODUCTIONS**	F. Bertin BADO	Ouagadougou
70.	**FILMS 21**	Adama ROUAMBA	Ouagadougou
71.	**FILMS DE LA SAVANE**		Ouagadougou
72.	**FILMS DE L'ESPOIR**	Serge BAYALA	Ouagadougou
73.	**FILMS ESSENTIELS**	Guy Désiré YAMEOGO	Ouagadougou
74.	**GÉNÉRATION PLUS SOURCE PRODUCTIONS (G+S PROD)**	P. Antoine YOUGBARE	Ouagadougou
75.	**INITIAL**	Michel KABA	Ouagadougou
76.	**IRIS PRODUCTIONS**	André HILOU	Ouagadougou
77.	**JADE PROXIMITÉ**	Souleymane OUATTARA	Ouagadougou
78.	**JE T'AIME PICTURES**	Leslie TO	Ouagadougou
79.	**KAMAVISION PRODUCTION**	Neb-Nonman Nestor KAFANDO	Ouagadougou
80.	**LE RÉALISATEUR**	Sékou OUEDRAOGO	Ouagadougou
81.	**MATA DERGA FILMS**	Alidou BADINI	Ouagadougou
82.	**MÉDIA 2000**	Valérie KABORE	Ouagadougou
83.	**NDK PRODUCTIONS**	Idrissa OUEDRAOGO	Ouagadougou
84.	**NEPHTALI MÉDIA INFORMATIQUE SERVICE**	Kader Michel KONDOMBO	Ouagadougou

85.	**PLACEMENTS**	Carine SAWADOGO	Ouagadougou
86.	**SAFI PRODUCTIONS**	Abdoul Rasmané GANEMTORE	Ouagadougou
87.	**SAHEL FILMS PRODUCTIONS**	Issaka COMPAORE	Ouagadougou
88.	**SEEM FILMS**	Abdoulaye DIALLO	Ouagadougou
89.	**SELMON FILMS**	Apolline Woyé TRAORE	Ouagadougou
90.	**TÉLÉ VIE DEO**		Ouagadougou
91.	**THOMRYS PRODUCTIONS**	Idrissa Junior OUEDRAOGO	Ouagadougou
92.	**TOUOUTOUROU VOYAGES**	Jules OUEDRAOGO	Ouagadougou
93.	**VISA PRODUCTION**	Yssouf NIKIEMA	Ouagadougou
94.	**VISUEL PRO**	Serge Roland BADO	Ouagadougou
95.	**YELBOUNDI**	Frédéric KABORE	Ouagadougou
96.	**ZOUHOKO PRODUCTION INTERNATIONAL**	Gambila Casimir SANFO	Ouagadougou

Source : UNCB, 2015

Annexe n°XXIX : La production cinématographique de 1960 à 2016

ANNEE	1960	1961	1962	1963	1964	1965	1966	1967	1968	1969	Total
Long métrage	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Court métrage	2	1	3	1	3	3	8	5	4	1	31
Total	**2**	**1**	**3**	**1**	**3**	**3**	**8**	**5**	**4**	**1**	**31**

Source : DGCA

ANNEE	1970	1971	1972	1973	1974	1975	1976	1977	1978	1979	Total
Long métrage	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	6
Court métrage	5	4	5	4	0	1	0	1	4	4	28
Total	**5**	**5**	**6**	**4**	**1**	**2**	**1**	**1**	**5**	**4**	**34**

Source : DGCA

ANNEE	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988	1989	Total
Long métrage	0	0	1	4	0	2	2	3	3	3	18
Court métrage	2	2	4	8	7	5	8	4	5	8	53
Total	**2**	**2**	**5**	**12**	**7**	**7**	**10**	**7**	**8**	**11**	**71**

Source : DGCA

ANNEE	1990	**1991**	**1992**	**1993**	**1994**	**1995**	**1996**	**1997**	**1998**	**1999**	**Total**
Long métrage	6	**7**	**7**	**2**	**1**	**3**	**2**	**3**	**1**	**0**	**32**
Court métrage	3	**5**	**6**	**7**	**5**	**5**	**3**	**8**	**9**	**5**	**56**
Total	**9**	**12**	**13**	**9**	**6**	**8**	**5**	**11**	**10**	**5**	**88**

Source : DGCA

ANNEE	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Total
Long métrage	4	0	2	3	7	4	9	4	7	4	2	6	4	6	13	8	13	96
Court métrage	8	7	3	6	2	4	1	7	8	4	1	3	2	2	1	2	09	70
Total	**12**	**7**	**5**	**9**	**9**	**8**	**10**	**11**	**15**	**8**	**3**	**9**	**6**	**8**	**14**	**10**	**22**	**166**

Source : DGCA

ANNEE	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Total
Long métrage	6	4	6	13	8	13	50
Court métrage	3	2	2	1	2	09	19
Total	**9**	**6**	**8**	**14**	**10**	**22**	**69**

Source : DGCA

Annexe n°XXX : Les entrées au cinéma par titre de film dans le cadre du projet Succès cinéma

Titre de film	Tickets vendus
2016	
Ma Belle-sœur a tout prix	10 178
Bats-toi si tu m'aimes	7 709
Le complot	7 574
Histoire de sœurs et destins croisés	2 120
Papa mon rival	11 011
Sacrée famille	6 743
Oui je le veux	1 596
Adieu ma belle mère	18 052
Sous total 2016	**64 983**
2015	
Cellule 512	11 490
Le neveu de l'homme fort	21 474
L'œil du cyclone	11 227
Fille de sa mère	4 824
Sous total 2015	**49 015**
2013	
Une nuit avec ta femme	13 495
Je veux ta femme	9 287
15 avril	8 186
Les amants infidèles	9 393
Le piège de la passion	4 109
Maï 2 maris	14 898
Moi Zaphira	5 902
Congé de mariage	40 710
Sous total 2013	**105 980**
2012	
En attendant le vote	13 949
Foulard noir	16 472
Bayiri	16 291
Cour commune 3	12 426
Le poids du serment	323
Faso furie	18 360
Sous total 2012	**77 821**

Source : Rapport projet *Succès cinéma*, enquête de terrain 2017

Annexe n°XXXI : Organisations professionnelles de la filière Cinéma et audiovisuel

N°	Dénomination et localité	Date de création	Statut juridique et domaines d'actions
01	UNION NATIONALE DES CINEASTES DU BURKINA (UNCB) - Ouagadougou -	1978	Association à but non lucratif Cinéma
02	UNION NATIONALE DE L'AUDIO VISUEL LIBRE DU FASO (UNALFA) - Ouagadougou -	-	Association à but non lucratif Cinéma
03	UNION NATIONALE DES FEMMES DE L'IMAGE (UNAFIB) - Ouagadougou -	1991	Association à but non lucratif
04	ASSOCIATION DES AUTEURS, REALISATEURS ET PRODUCTEURS AFRICAINS (ARPA) - Ouagadougou -	2001	Association à but non lucratif Cinéma
05	ASSOCIATION CINEMA NUMERIQUE AMBULANT AFRIQUE (CNA AFRIQUE)- Ouagadougou	2008	Association à but non lucratif Cinéma
06	ASSOCIATION BURKINABE DES COMEDIENS DE CINEMA (ABCC) - Ouagadougou -	1983	Association à but non lucratif
07	ASSOCIATION CINEMA CONTRE L'OUBLI (CINECO) - Ouagadougou -	2009	Association à but non lucratif
08	ASSOCIATION ECRANS - Ouagadougou -	2002	Association à but non lucratif
09	ASSOCIATION PROFESSIONNELLE DES TECHNICIENS OPERATEURS DE DIFFUSION CINEMATOGRAPHIQUE DU BURKINA (ATOPCIB) - Ouagadougou -	1997	Association à but non lucratif
10	FEDERATION BURKINABE DES CINE CLUBS (FBCC) - Ouagadougou -	2008	Association à but non lucratif
11	PRODUCTEURS ASSOCIES - Ouagadougou -	2008	Fédération
12	ASSOCIATION DES EXPLOITANTS DES SALLES DE CINEMA DU BURKINA (AESCB) - Ouagadougou -	1993	Association à but non lucratif
13	SYNDICAT NATIONAL AUTONOME DES COMEDIENS DU BURKINA (SYNACOB) - Ouagadougou -	2001	Syndicat
14	ASSOCIATION DES EXPLOITANTS DE SALLES DE VIDEOPROJECTION Ouagadougou	-	Association à but non lucratif

Source : (DEP 2011)

Annexe n°XXXII : Filmographie d'Aboubakar Diallo

	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2015	2016	Total
Longs-métrages *Sous-Total*	0	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	14
Courts-métrage Sous-Total	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2
Séries télévisuelles *Sous-Total*	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	5
Total	**1**	**2**	**3**	**3**	**1**	**1**	**1**	**2**	**1**	**1**	**2**	**2**	**1**	**21**

Source : Notre enquête de terrain sur la base de plusieurs recoupements, 2017

Annexe n°XXXIII : Informations générales sur les salles de projections cinématographiques

N°	Désignation	Date de creation	Nombre de places assises
01	ATELIER-THEATRE BURKINABE (ATB) -Ouagadougou	1978	Grande sale ouverte: 700 places Salle fermée: 400 places
02	INSTITUT FRANÇAIS (EX CCF GEORGES MELIES) -Ouagadougou	1964	Grande salle : 500 places Petite salle : 200 places
03	GOETHE INSTITUT Ouagadougou		Salle multifonctionnelle
04	CENTRE DE DEVELOPPEMENT CHOREGRAPHIQUE LA TERMITIERE -Ouagadougou	2006	250 places
05	CARREFOUR INTERNATIONAL DU THEATRE DE OUAGADOUGOU (CITO) -Ouagadougou	1996	200 à 300 places
06	ESPACE CULTUREL GAMBIDI -Ouagadougou	1992	1 salle couverte de 200 places ; 1 salle couverte de 300 places ;
07	MAISON DU PEUPLE Ouagadougou	1965	2000 places
08	CENTRE CULTUREL GEORGES KABORE Ouagadougou	2010	200 places
09	JARDIN DE MUSIQUE « REEMDOOGO » -Ouagadougou	2004	Salle de 500 places
10	THEATRE DE L'ESPOIR -Ouagadougou	1995	500 places
11	MAISON DES JEUNES ET DE LA CULTURE NAABA ANBGA -Ouagadougou	2000	500 places
12	CENTRE CULTUREL DES ARMÉES -Ouagadougou	1999	-
13	THEATRE POPULAIRE DE KOUDOUGOU	1988	200 places
14	CCF HENRI MATISSE -Bobo-Dioulasso-	-	Théâtre de 350 places
15	ESPACE CASIMIR KONE RADIO BOBO -Bobo-Dioulasso-	-	600 places
16	ESPACE RENCONTRE JEUNESSE DE DAFRA -Bobo-Dioulasso-	-	Théâtre de 250 places

17	CENTRE CULTUREL YAMDARE DE PASSOPRE (AYAM) Yako	2004	300 à 500 places
18	ESPACE CULTUREL KOMBI d'ARBOLLE	2007	
19	FASO DJIGUI -Bobo-Dioulasso-	-	150 places
20	LES BAMBOUS -Ouagadougou-	-	300 places
21	PALAIS DE LA CULTURE DE BOBO-DIOULASSO	2011	- 1 salle de 1 500 places couverte - 4 salles de 200 places couvertes
22	THEATRE DE L'AMITIE BOBO-DIOULASSO	-	2000 places
23	MAISON DES JEUNES ET DE LA CULTURE DE ZORGHO	-	300 places couvertes
24	MAISON DES JEUNES ET DE LA CULTURE DE ZINIARE	-	200 places couvertes
25	THEATRE NATIONAL KOAMBA LANKOUANDE (TNKL) DU CENASA	1999	300 places couvertes
26	PALAIS DES JEUNES ET DE LA CULTURE « JEAN PIERRE GUINGANE »	2011	Un théâtre de 1000 places
27	CENTRE DJELIYA Bobo-Dioulasso	-	théâtre de verdure de 200 places
28	ESPACE ARCAN Ouahigouya	1996	150 places
29	SALON INTERNATIONAL DE L'ARTISANAT DE OUAGADOUGOU (SIAO)	1988	Salle multifonctionnelle de 2000 places
30	ESPACE JEUNESSE RENCONTRE DE TANGHIN Ouagadougou	-	300 places
31	MAISON DES JEUNES ET DE LA CULTURE DE OUAHIGOUYA	-	Salle couverte de 500 places

Source : Notre enquête de terrain sur la base de plusieurs documents, 2017

Annexe n°XXXIV : Les sociétés de production phonographique au Burkina Faso

N°	*Structure*	*Année*	*Lieu*	*Statut juridique*
01	SEYDONI PRODUCTIONS	1999	Ouagadougou	Société Anonyme
02	ETK PRODUCTIONS	2006	Ouagadougou	Entreprise individuelle
03	MERVEILLES PRODUCTION	2007	Ouagadougou	Entreprise individuelle
04	LES STUDIOS ABAZON	2001	Ouagadougou	Entreprise individuelle
05	KIBARE PRODUCTION	2008	Ouagadougou	Entreprise individuelle
06	ADONIS PRODUCTION	2004	Ouagadougou	Entreprise individuelle
07	BAZAR MUSIC	1987	Ouagadougou	Entreprise individuelle
08	BEOG PROD.4	-	Ouagadougou	Entreprise individuelle
09	WAGA NDJAM	-	Ouagadougou	Entreprise individuelle
10	ARTISTES DISTRIBUTION	2005	Ouagadougou	Société individuelle
11	STUDIO DJEMBE	1989	Ouagadougou	Entreprise individuelle
12	13 RECORDZ	2004	Ouagadougou	Entreprise individuelle
13	UMANE CULTURE	1997	Ouagadougou	Association
14	WENDPANGA PRODUCTION	2007	Ouagadougou	Entreprise individuelle
15	GREEN STONE RECORD	2006	Ouagadougou	SARL
16	VISION PARFAITE	2010	Ouagadougou	Entreprise individuelle
17	ZPC	1994	Ouagadougou	Entreprise individuelle
18	OMEGA PRODUCTION	2010	Ouagadougou	Entreprise individuelle
19	BITEL COMMUNICATION	2003	Ouagadougou	SARL
20	DJONGO DIFFUSION	2001	Ouagadougou	Entreprise individuelle
21	MANAGEMENT INTERNATIONAL LA COMMUNICATION	2002	Ouagadougou	SARL
22	CENASA	1999	Ouagadougou	Etablissement étatique
23	BURKINA MUSIC EXPORT	2009	Ouagadougou	Association
24	OSK SERVICES	-	Ouagadougou	Entreprise individuelle
25	FASO AMBIANCE	1970	Dédougou	Enterprise individuelle
26	ZAM ZAM PRODUCTION	2005	Koudougou	Entreprise individuelle
27	RADIO MARIA	1993	Ouagadougou	SARL
28	RED PRODUCTION	1993	Ouagadougou	SARL
29	LVD PRODUCTION	1995	Ouagadougou	SARL
30	RADIO SALAKI	2003	Dédougou	SARL
31	NKO PRODUCTION	2013	Ouagadougou	Entreprise individuelle
32	SYA MUSIC	2013	Ouagadougou	SARL
33	KISWENDSIDA PRODUCTION	2014	Ouagadougou	Entreprise individuelle

34	NO LIMIT CONSULTING	2012	Ouagadougou	Entreprise individuelle
35	Z-PRODUCTION	1994	Ouagadougou	Entreprise individuelle
36	GOWON MEDIA GROUP	2002	Ouagadougou	Entreprise individuelle
37	BARK PUSGO	2013	Ouagadougou	Entreprise individuelle
38	STUDIO YANKADI	2004	Ouagadougou	Entreprise individuelle
39	BERGER AFRICA	2006	Ouagadougou	Entreprise individuelle
40	ONE WAY PRODUCTION		Ouagadougou	Entreprise individuelle
41	NOUVELLE VISION PRODUCTION	2012	Ouagadougou	Entreprise individuelle
42	AHMADDIYYA PRODUCTION	2013	Koupela	Entreprise individuelle
43	DIEZ PRODUCTION	2011	Ouagadougou	Entreprise individuelle
44	MUSIK UNIVERS	2014	Ouagadougou	Entreprise individuelle
45	URBAN MUSIK	2014	Ouagadougou	Entreprise individuelle
46	AS 2 PIK PRODUCTION	2006	Boromo	Entreprise individuelle
47	K-MUSIK RECORD	2008	Ouagadougou	Entreprise individuelle
48	AFRICA PRODUCTION	2011	Ouagadougou	Entreprise individuelle
49	BAKARAGA PRODUCTION	2012	Ouagadougou	Entreprise individuelle
50	PROPULSION PICTURES PRODUCTION	2014	Ouagadougou	Entreprise individuelle
51	SINDI INTERNATIONAL	2003	Ouagadougou	Association
52	STUDIO 124	2000	Ouagadougou	Entreprise individuelle
53	STUDIO ALPHA	2013	Bobo-Dioulasso	Entreprise individuelle
54	TAM TAM PRODUCTION	2000	Ouagadougou	SARL
55	OUAGA JINGLE	2003	Ouagadougou	Entreprise individuelle
56	SAFARI PRODUCTION	2007	Ouagadougou	Entreprise individuelle
57	DB PRODUCTION	2004	Ouagadougou	Entreprise individuelle
58	LE RAC	2012	Ouahigouya	Association
59	BADJA PRODUCTION	2013	Ouagadougou	Entreprise individuelle
60	BIMO VISION	1999	Ouagadougou	SARL
61	YSSO PRODUCTION	2011	Ouagadougou	Entreprise individuelle
62	SEROD CULTURE	2013	Ouagadougou	Association
63	PRODUCTION DU NAHOURI	1994	Ouagadougou	Association
64	SADAV PRODUCTION	2010	Ouagadougou	Entreprise individuelle
65	KAF.COM	2014	Ouagadougou	Entreprise individuelle
66	PRODUCTIONS UNIVERSELLES	2007	Ouagadougou	Entreprise individuelle
67	STUDIO SIRA K DJAN	2008	Gaoua	Entreprise individuelle
68	SAVANUS PRODUCTION	2009	Bobo-Dioulasso	Entreprise individuelle
69	STUDIO BORDEAU	2002	Bobo-Dioulasso	Association
70	KINDO PRODUCTION	2012	Bobo-Dioulasso	Entreprise individuelle

Source : notre enquête de terrain sur la base de recoupements de plusieurs documents, 2017

Annexe n°XXXV : Liste des éditeurs phonographiques au Burkina Faso

N°	Nom de la structure	Année	Statut	Localité
1	GOWON MEDIA GROUP	2002	Ets Individuelle.	Ouagadougou
2	BARK PUSGO	2013	Ets Individuelle.	Ouagadougou
3	ONE WAY PRODUCTION	-	Ets Individuelle.	Ouagadougou
4	WEND-PANGA PRODUCTION	2009	Ets Individuelle.	Ouagadougou
5	AHMADDIYA PRODUCTION	2013	Ets Individuelle.	Koupela
6	URBAN MUSIK	2014	Ets Individuelle.	Ouagadougou
7	13 RECORDZ	2004	Ets Individuelle.	Ouagadougou
8	K-MUSIK RECORD	2008	Ets Individuelle.	Ouagadougou
9	ADONIS PRODUCTION	2004	Ets Individuelle.	Ouagadougou
10	PROPULSION PICTURES PRODUCTION	2014	Ets Individuelle.	Ouagadougou
11	NO LIMIT CONSULTING	2012	Ets Individuelle.	Ouagadougou
12	KISWENSIDA PRODUCTION	2014	Ets Individuelle.	Ouagadougou
13	SYA MUSIC	2013	SARL	Ouagadougou
14	NKO PRODUCTION	2013	Ets Individuelle.	Ouagadougou
15	BOUDA DSITRIBUTION	2009	Ets Individuelle.	Ouagadougou
16	BIMO VISION	1999	Ets Individuelle.	Ouagadougou
17	SOLEIL PRODUCTION	2013	Ets Individuelle.	Ouagadougou
18	YSSO PRODUCTION	2011	Ets Individuelle.	Ouagadougou
19	PRODUCTION DU NAHOURI	1994	Association	Ouagadougou
20	VISION PARFAITE	2010	Ets Individuelle.	Ouagadougou
21	ARTISTE DISTRIBUTION 226 AVENUE	2005	Ets Individuelle.	Ouagadougou
22	MAMBONE DISTRIBUTION	2005	Ets Individuelle.	Ouagadougou
23	SEYDONI BURKINA SA	1999	Société Anonyme	Ouagadougou
24	ETK PRODUCTION	2006	Ets Individuelle.	Ouagadougou
25	LES STUDIOS ABAZON	2001	Ets Individuelle.	Ouagadougou
26	SADAV PRODUCTIONS	2010	Ets Individuelle.	Ouagadougou
27	KAF.COM	2014	Ets Individuelle.	Ouagadougou
28	STUDIO SIRA K DJAN	2010	Ets Individuelle.	Gaoua
29	SAVANUS PRODUCTION	2009	Ets Individuelle.	Bobo-Dioulasso

Source : *L'officiel de la musique*, 2014

Annexe n°XXXVI : Les studios d'enregistrement

N°	Nom de la structure	Année	Statut	Localité
01	STUDIO YANKADI	2004	Entreprise individuelle	Ouagadougou
02	STUDIO ILARION	2008	Entreprise individuelle	Ouagadougou
03	SINDI INTERNATIONAL	2003	Association	Ouagadougou
04	STUDIO 124	2000	Entreprise individuelle	Ouagadougou
05	STUDIO AVENIR	2005	Association	Ouagadougou
06	STUDIO ALPHA	2013	Entreprise individuelle	Ouagadougou
07	NKO PRODUCTION	2013	Entreprise individuelle	Ouagadougou
08	MERVEILLES PRODUCTION	2007	Entreprise individuelle	Ouagadougou
09	LONEWOLF MANAGEMENT	2004	Entreprise individuelle	Ouagadougou
10	YSSO PRODUCTION	2011	Entreprise individuelle	Ouagadougou
11	VISION PARFAITE	2010	Entreprise individuelle	Ouagadougou
12	SEYDONI BURKINA SA	1999	Société Anonyme	Ouagadougou
13	LES STUDIOS ABAZON	2001	Entreprise individuelle	Ouagadougou
14	OUAGA JINGLE	2003	Entreprise individuelle	Ouagadougou
15	KIBARE	2008	Entreprise individuelle	Ouagadougou
16	SAFARI PRODUCTION	2007	Entreprise individuelle	Ouagadougou
17	BERGER AFRICA	2006	Entreprise individuelle	Ouagadougou
18	FASO ZING	2011	Entreprise individuelle	Ouagadougou
19	STUDIO BONNE NOUVELLE	2012	Entreprise individuelle	Ouagadougou
20	STUDIO AUDIO TALENT'ART	2006	Entreprise individuelle	Ouagadougou
21	STUDIO SIRA K DJAN	2008	Entreprise individuelle	Gaoua
22	BLESSED MUSIC PRODUCTION	2010	Entreprise individuelle	Bobo-Dioulasso
23	STUDIO BORDEAU	2002	Association	Bobo-Dioulasso
24	MELLENIUM RECORD	2010	SARL	Bobo-Dioulasso
25	STUDIO YIRIICHANA	2012	Entreprise individuelle	Bobo-Dioulasso
26	KINDO PRODUCTION	2012	Entreprise individuelle	Bobo-Dioulasso
27	ARMANDA DIFFUSION	2008	Entreprise individuelle	Ouagadougou
28	CENASA	1999	Etablissement public de l'État	Ouagadougou
29	BIMO VISION	2003	Entreprise individuelle	Ouagadougou
30	GREEN STONE RECORD	2006	SARL	Ouagadougou
31	LABEL KORIE	2007	Enterprise individuelle	Ouagadougou
32	STUDIO BAOBAB	1994	Entreprise individuelle	Ouagadougou
33	STUDIO DJEMBE	1989	Entreprise individuelle	Ouagadougou
34	TAM-TAM PRODUCTION	2000	SARL	Ouagadougou

35	13 RECORDZ	2004	Entreprise individuelle	Ouagadougou
36	STUDIO KIBARE	2008	Entreprise individuelle	Ouagadougou
37	K. SYSTEMS	2008	Entreprise individuelle	Ouagadougou

Source : Notre enquête de terrain sur recoupement de plusieurs documents, 2017

Annexe n°XXXVII : Les maisons de distribution phonographique

N°	Nom de la structure
1.	GOWON MEDIA GROUP
2.	BARK PUSGO
3.	AHMADDIYYA PRODUCTION
4.	MUSIK UNIVERS
5.	ADONIS PRODUCTION
6.	SYA MUSIC
7.	NKO PRODUCTION
8.	BOUDA DSITRIBUTION
9.	BIMO VISION
10.	VISION PARFAITE
11.	ARTISTE DISTRIBUTION226 AVENUE
12.	MEMBONE DISTRIBUTION
13.	SEYDONI BURKINA SA
14.	ETK PRODUCTION
15.	AFRICA MUSIC
16.	BAZAR MUSIC
17.	MERVEILLES PRODUCTION
18.	OS DISTRIBUTION
19.	SENGHOR DISTRIBUTION
20.	OMEGA PRODUCTION
21.	SKY SERVICES
22.	CENASA

Source : Notre enquête de terrain sur la base de plusieurs documents, 2017

Annexe n°XXXVIII : Liste des maisons d'édition littéraire fonctionnelles

N°	Maisons d'édition
1.	Éditions Arc-en-ciel
2.	Editions CEPRODIF
3.	Éditions Maison du droit
4.	Vital Editions
5.	Sankofa et Guirli Editions
6.	Editions JETHRO SA
7.	Découvertes du Burkina
8.	Editions la Muse
9.	Mercury Editions
10.	Educ'Afrique
11.	Editions descendues du ciel
12.	Wokana éditions
13.	Editions harmattan Burkina
14.	Editions Ecovie
15.	Burkina lecture
16.	Edikomi
17.	Editions Edipap
18.	Faso livres
19.	Edition Folio
20.	Promo langues
21.	Editions presses universitaires de Ouagadougou
22.	Editions presses africaines

Source : Notre enquête de terrain, 2017

Annexe n°XXXIX : Liste nationale des imprimeries fonctionnelles

N° D'ORDRE	IMPRIMERIE	LOCALISATION
1.	IMPRIMERIE COMMERCIALE DU BURKINA	OUAGADOUGOU
2.	IMPRIMERIE DES FORCES ARMEES	OUAGADOUGOU
3.	IMPRIMERIE JOURNAL DU JEUDI	OUAGADOUGOU
4.	IMPRIMERIE ANOPAS	OUAGADOUGOU
5.	IMPRIMERIE DE L'AVENIR (IAB)	OUAGADOUGOU
6.	IMPRIMERIE DU JOURNAL OFFICIEL	OUAGADOUGOU
7.	IMPRIMERIE DU KADIOGO	OUAGADOUGOU
8.	IMPRIMERIE DU PROGRES (IMPRO)	OUAGADOUGOU
9.	IMPRIMERIE IMUPA	OUAGADOUGOU
10.	PRESSES AFRICAINES	OUAGADOUGOU
11.	IMPRIMERIE NIDAP	OUAGADOUGOU
12.	IMPRIMERIE NOUVELLE DU CENTRE	OUAGADOUGOU
13.	IMPRIMERIE NOUVELLE GENERATION	OUAGADOUGOU
14.	IMPRIMERIE PRESSE AVENIR (IPA)	OUAGADOUGOU
15.	IMPRIMERIE SOBAF	OUAGADOUGOU
16.	IMPRIMERIE Z SERVICE	OUAGADOUGOU
17.	EDITIONS SIDWAYA	OUAGADOUGOU
18.	LOGOS ANTBA	OUAGADOUGOU
19.	MANUFACTURE DES ARTS GRAPHIQUES (MAG)	OUAGADOUGOU
20.	PRESSES UNIVERSITAIRES DE OUAGADOUGOU (PUO)	OUAGADOUGOU
21.	IMPRIMERIE MARTIN PECHEUR	OUAGADOUGOU
22.	SOCIETE GENERALE D'IMPRIMERIE DU FASO (SOGIF)	OUAGADOUGOU
23.	GRAPHIC IMPRIM	OUAGADOUGOU
24.	SALEM GROUP Sarl	OUAGADOUGOU
25.	IMPRIMERIE PRESSES DU PROJET EDITIONS SCOLAIRES	BOBO-DIOULASSO
26.	IMPRIMERIE NOUVELLE DU CENTRE	BOBO-DIOULASSO
27.	IMPRIMERIE DE LA SAVANE	BOBO-DIOULASSO
28.	IMPRIMERIE MODERNE	BOBO-DIOULASSO
29.	IMPRIMERIE NIDAP	BOBO-DIOULASSO
30.	IMPRIMERIE MANUFACTURE DES ARTS GRAPHIQUES	BOBO-DIOULASSO
31.	IMPRIMERIE LA GENESE	BOBO-DIOULASSO
32.	IMPRIMERIE PLAZZA	BOBO-DIOULASSO
33.	IMPRIMERIE BENEBNO0MA	KOUDOUGOU
34.	IMPRIMERIE TIN TUA	FADA N'GOURMA

Source : GRAAL, 2017

Annexe n°XL : Réseau national des CELPAC

Réseau-CELPAC	Régions administratives	Communes et arrondissements bénéficiaires
Réseau de l'Ouest (10)	Cascades	Niangologo
		Banfora
	Hauts-bassins	Dafra
		Konsa
	Sud-Ouest	Diébougou
	Boucle du Mouhoun	Boromo
		Tougan
		Nouna
		Dédougou
		Toma
Réseau de l'Est (12)	Centre-Est	Koupela
		Tenkodogo
		Garango
		Pouytenga
	Centre-Nord	Boulsa
	Est	Pama
		Bogandé
		Diapaga
		Fada N'Gourma
	Nord	Yalgo
	Sahel	Gorom-Gorom
Réseau du centre (12)	Plateau Central	Ziniaré
		Boussé
	Nord	Ouahigouya
		Gourcy
		Yako
	Centre-Ouest	Koudougou
		Réo
		Léo
	Centre-Sud	Manga
		Kombissiri
	Centre	Bogodogo
		Signoghin
	Sahel	Djibo
Total	**13**	**34**

Source : notre enquête de terrain 2017-CENALAC

Annexe n°XLI : Le jeu vidéo Aurion comme débuts d'une dynamique globale

« Jeu vidéo : Aurion, un Fantasy à l'africaine »
15 mai 2015 à 19h12
Par Mathieu Olivier

La société Kiro'o Games lance Aurion, un jeu vidéo entièrement conçu au pays. Séduira-t-il les marchés américain et européen ?

Tapis dans leur "grotte" à Yaoundé, les dessinateurs et les développeurs de Kiro'o Games se préparent à conquérir le monde… En tout cas celui des jeux vidéo ! Le financement du premier volet de leur saga *Aurion : l'héritage des Kori-Odan* étant bouclé, ils vont pouvoir se lancer à l'assaut du marché dans les mois qui viennent.

L'idée d'Olivier Madiba, aujourd'hui à la tête de Kiro'o Games et de sa vingtaine d'employés, a germé en 2003, alors qu'il était encore sur les bancs de l'université de Yaoundé. Il a fallu patienter dix ans, au gré des formations et des investissements, pour que le studio devienne enfin opérationnel. "Nous avons eu des difficultés d'accès à Internet et à l'électricité. Au début, nous avons même dû dormir sur place pendant deux mois", se souvient cet entrepreneur de 29 ans, qui indique l'emplacement de son ancien lit de camp, à quelques centimètres de son bureau.

Malgré le parrainage du ministère des Arts et de la Culture, la reconnaissance tarde à venir. "Beaucoup ne comprennent pas ce que nous faisons. Certains croient encore qu'on a ouvert une salle de jeu", s'amuse le jeune homme. Cela n'a pas empêché Kiro'o Games de franchir les étapes les unes après les autres. Pour boucler le financement, l'équipe a lancé mi-2013 un appel à contribution auprès de la communauté des joueurs, leur proposant d'acheter des parts du jeu selon un système proche du *crowdfunding* (financement participatif).

En ce début d'avril, la société a réussi à rassembler les 120 millions de F CFA (plus de 182 500 euros) nécessaires. Une somme relativement faible dans cet univers, mais qui a permis de poursuivre le développement du jeu et de commencer à le faire connaître. "Les joueurs qui l'ont testé en avant-première sur des sites spécialisés ont apprécié. Les commentaires sont très élogieux", se réjouit Olivier Madiba, qui entrevoit déjà le succès… en dehors du continent. "Il y a un marché en Afrique, mais il n'est pas organisé. On vise surtout les Européens et les Américains", reconnaît-il.

Erine Evou, la fiancée d'Enzo Kori-Odan, prince de Zama, l'aide dans sa lutte pour récupérer son trône © Aurion

Ce jeu vidéo de fantasy à la mode africaine aura la lourde tâche de séduire un public occidental qui bénéficie déjà d'une offre abondante. L'histoire se veut donc exotique, mais accessible à toutes les cultures. Le personnage principal, Enzo Kori-Odan, prince de Zama, cherche en compagnie de sa fiancée, Erine Evou, à retrouver son trône, usurpé par son beau-frère.

Contraint à l'exil, le couple royal va parcourir le monde et, au fil de ses aventures, "acquérir des compétences guerrières" qui aideront Enzo à récupérer son héritage. "*Aurion* est assez différent des autres jeux de fantasy, explique Olivier Madiba. Il n'y a pas d'elfe, de nain ou de *ninja*… On a développé une thématique aux racines africaines. Le défi, c'est de rendre ce jeu universel."

"Open space"

En réunissant assez de soutiens auprès de ses utilisateurs, le premier volet d'*Aurion* a reçu début mars le feu vert pour une commercialisation via la plateforme américaine Steam, une référence dans le milieu. Une avancée de taille dans la conquête du marché américain, avant d'attaquer la scène continentale.

"Nous cherchons un partenaire dans la production de disques pour pouvoir être distribués au Cameroun, au Nigeria, en Afrique du Sud ou au Ghana", explique le dirigeant de Kiro'o Games, qui ambitionne de faire de sa société "le premier éditeur de jeux vidéo en Afrique".

"Nous verrons ensuite si nous étendrons notre activité aux secteurs des jeux mobiles et du dessin animé, tout en poursuivant la saga *Aurion*." Avant cela, le premier chantier sera plus terre à terre : Kiro'o Games a prévu de changer de locaux. Objectif : quitter la "grotte" et s'offrir un *open space*. Et, pourquoi pas, des panneaux solaires et une meilleure connexion à internet.

Aurion, un jeu vidéo camerounais à la conquête du cinéma américain
12 octobre 2016 à 15h34 — Mis à jour le 12 octobre 2016 à 18h05
Par Barthélémy Gaillard

Après avoir réussi à lancer Aurion, le premier jeu vidéo 100 % africain sur PC, le Camerounais Olivier Madiba pourrait bien voir son œuvre adaptée sur grand écran. La maison de production américaine Good Fear Films vient en effet de s'adjuger les droits du scénario.

De Yaoundé à Hollywood ? Ce parcours pourrait bien être celui d'Aurion, le premier jeu vidéo 100% africain disponible sur PC, sorti en avril dernier. Et pour cause : son créateur, le Camerounais Olivier Madiba, a été contacté par la maison de production Good Fear Films, à l'origine notamment du dessin animé de Disney « Mulan » ou du blockbuster « Very Bad Trip », à la fin du mois de mai 2016.

« On n'a même pas fait attention au premier mail, on croyait que c'était une arnaque ! », se souvient ce gamer invétéré, devenu entrepreneur depuis la création de Kiro'o Games, son studio de création vidéoludique, en 2004. C'est seulement après plusieurs relances qu'Olivier Madiba et ses collègues ont compris que ces messages étaient crédibles.

Hollywood à la recherche de nouveaux scénarios

L'objet de la proposition : Jack Weiner, l'un des directeurs de Good Fear Films, veut adapter le scénario du jeu pour le porter sur le grand écran. Signe que ce jeu, savant mélange entre les codes de la fantasy et l'univers des contes africains, a su séduire au-delà des frontières du continent.

Olivier Madiba, qui avait pour ambition de créer une histoire « universelle », a donc bien réussi son coup : « Notre jeu les a intéressé car Hollywood est à la recherche du renouveau en ce moment en terme de genre. On assiste à une explosion de la diversité. Avec Aurion, nous sommes les premiers à donner dans la fantasy africaine. ».

Sur la forme donc, mais aussi sur le fond, Aurion a su retenir l'attention de la maison de production. Car au-delà des décors, c'est l'originalité du scénario qui fait la qualité du jeu selon Olivier Madiba : « Dans la production actuelle, on retrouve souvent les mêmes trames. Le mythe chrétien de l'élu en Europe, la peur du nucléaire au Japon, sauver le monde aux États-Unis… »

Reste à trouver un studio

Aurion propose en effet autre chose, puisque la trame initiale − le héros veut reconquérir son trône − se complique bien vite, comme l'explique son créateur : « Les personnages se rendent vite compte que le pouvoir est plus diffus, que les choses sont moins simples qu'ils ne le pensaient. C'est en cela que ce scénario s'adresse à l'ensemble de la jeunesse mondialisée, qui partage souvent ce sentiment. ».

La maison de production basée à Beverly Hills a donc obtenu les droits du scénario d'Aurion fin août 2016. Une première étape indispensable, mais insuffisante pour garantir que le film soit tourné puis diffusé.

« On peut comparer notre situation à celle d'un joueur de foot pro. On a trouvé un agent, la maison de production, maintenant c'est à eux de nous trouver un club, dans le cas précis un studio ion », pose Olivier Madiba.

Adaptation sur Androïd

Quel que soit le tour que prendra cette aventure nouvelle, le trentenaire est fier de tout ce que lui et ses collègues ont accompli. Fierté personnelle, mais pas seulement : « C'est aussi une satisfaction pour le Cameroun et pour toute l'Afrique. Nous sommes des 'messieurs tout le monde', notre histoire doit donner espoir à la jeunesse ! »

Une jeunesse qui répond présent, puisque plusieurs jeux vidéo africains ont émergé ces derniers mois, au Kenya, au Nigeria, au Sénégal ou encore à Madagascar. Signe que la première génération de gamers du continent arrive à maturité. Et qu'elle est prête à passer de l'autre côté de la manette et de l'écran.

Mais pour Olivier Madiba, l'aventure ne s'arrête pas là. Le jeune créateur a lancé en parallèle un projet d'adaptation de son jeu sur Androïd, pour « tirer parti du formidable réservoir africain en la matière » : « En 2017, il y aura 350 millions de smartphones sur le continent », souligne-t-il, confiant et décidé.

En attendant d'envahir les cinémas américains, Enzo et Erine, les deux héros d'Aurion, devraient donc avoir tout le loisir de débarquer sur les écrans des téléphones africains, du Cap à Alger.

Annexe n°XLII : Extrait de presse sur l'engagement du styliste Bazem's pour le koko

Bazem'Se : « Le kôkô donda est une fierté burkinabè»

Le styliste burkinabè Sébastien Bazemo dit Bazem'Se a présenté sa nouvelle collection « Kôkô donda », au public le dimanche 03 avril 2016, en défilé privé à Ouagadougou. Une façon pour le couturier de valoriser le pagne « kôkô ». Bazem'Se a présenté sa toute nouvelle collection « kôkô » au public le dimanche 03 avril 2016.

Bazem'Se a présenté sa toute nouvelle collection « kôkô » au public le dimanche 03 avril 2016, à Ouagadougou. « Kôkô donda » est une marque de pagne qu'on trouve généralement dans la région des Haut-Bassins et réservé aux couches sociales défavorisées. Pour le styliste, c'est une manière pour lui de mettre en valeur ce pagne.

«*Je veux montrer au public que ce pagne est une fierté burkinabè*, dit-il. *Mettre en valeur ce pagne originel du Burkina, c'est apporter une autre vision à ce produit local pour soutenir les femmes qui le produisent*».

Pour ce défilé, quatre tableaux ont été présentés au public à travers, les tenues de ville, et les tenues de soirées. Bazem'se affirme que dans cette nouvelle collection, il y' a « *un peu de tout, des tenues pour femmes, hommes et pour enfants* ».

Il invite le public burkinabè à ne plus classer ce pagne parmi les pagnes marginalisés mais d'en faire un pagne de valeur comme le Faso Danfani. «*Aujourd'hui, on veut valoriser le Faso Danfani. Le «kôkô donda » est aussi comme le Faso Danfani, un produit national, et ne peut que faire du gain aux femmes qui le produisent* ».

Rokya Roumba, députée à l'assemblée nationale et marraine du défilé, a félicité le styliste pour sa valorisation du pagne « kôkô » qui pour elle, valorise à la fois la culture nationale et la femme burkinabè.

Pour rappel, « kôkô donda », « *à l'entrée de Kôko* » (un quartier de Bobo-Dioulasso) ou « *kôkô se débrouille »* en langue bambara, est une marque de pagne artisanal originaire des Haut-bassins et autrefois réservé aux couches sociales défavorisées.

Source : Burkina 24/Saly OUATTARA Posté le 4 avril 2016

Annexe n°XLIII : Portrait et parcours du styliste François 1er

Parcours professionnel de François 1er dans Burkina PME-PMI

Parti du Burkina en 1969, c'est un périple fait de lauriers mais aussi de labeurs qui conduira François 1er dans le domaine très sélect de la mode européenne. L'un des quelques rares noirs à réussir ce pari, l'homme n'en prend toutefois pas la grosse tête, chaque deux mois environ, l'artiste revient se ressourcer au Burkina et même, il vient d'y ouvrir un atelier de production.

Ces vêtements sont vendus partout en Europe. De la France où il est installé, François 1er de son vrai nom François Yaméogo est un véritable ambassadeur de la culture. Ses productions vestimentaires en Faso dan fani et autres matériaux du Burkina s'arrachent comme "des bouteilles d'eau en période de sécheresse". Il possède aujourd'hui un atelier de production et une boutique de vente à Paris, qui emploie six personnes. Vous l'imaginez peut-être ; il a fallu du chemin et de la combativité pour en arriver là, d'autant plus que son séjour à l'école ne fût pas très long.

C'est l'école Centre de Koudougou qui accueille François Yaméogo en 1961. Il y fera son école primaire jusqu'en 1968. Après l'école primaire, le jeune François quittera sa ville natale de Koudougou pour la Côte d'Ivoire. Il fera la dure expérience des petits boulots que bien de [sic] Burkinabè vivent au bord de la lagune Ebrié à cette époque. C'est là qu'il découvrira le monde de la couture et de la mode. Pendant 5 ans, il apprendra et se découvrira en même temps qu'un grand intérêt, un don pour la confection de vêtements.

Mais la soif de l'aventure et le perpétuel désir de découvrir d'autres cultures et façons de faire le pousseront à quitter la Côte d'Ivoire pour le Sénégal en 1974. Là, il se perfectionne pendant quatre ans auprès des meilleurs couturiers de la capitale sénégalaise. Mais il faut croire qu'il est destiné à de plus grandes tâches. Cette fois ci, c'est la France qui l'accueille, et nous sommes en 1978.

Dur dur pour un africain [sic] de se faire un trou en France. François Yaméogo en fera la dure expérience. « *J'ai connu des moments très très difficiles* », avouera-t-il. Le revoilà qui renoue avec les petits boulots, avec en prime les éternelles tracasseries liées au "papier". Mais monsieur Yaméogo est déterminé et garde en tête son premier objectif, qui est de se faire un nom dans le monde très select de la mode, qui plus est, la mode européenne. Pour ce faire, il suivra des cours de modélistes et stylistes.

Le succès au bout de l'effort

Le talent étant en lui-même une publicité, plusieurs sociétés très renommées se disputeront les services du burkinabè [sic]. Il occupera plusieurs postes de responsabilités comme celui de chef de production au "Sun City", puis à la "GSD DNL", tous des références de la mode européenne à l'époque, avant de créer sa propre marque en 1992.

Ce label, il le nommera François i, faisant référence à son propre patronyme qui est Yaméogo. Mais, parce que la voyelle i, est écrite en majuscule, les clients qui pensaient qu'il s'agissait du chiffre 1, ce [sic] sont mis à l'appeler François 1er ; d'où le nom de cette célèbre marque qui ne cesse de se répandre partout en Europe.

François 1er débutera avec une ligne jeune et sexy, un style dit "plutôt dans la maille". Mais très vite il diversifiera ses offres ; il se lancera alors dans la création de ligne de sportwear, des joggings, des sweet, et cela jusqu'en 2000. C'est à cette époque que naîtra sa collection destinée aux femmes, faite de jupes, de tailleurs, de robes, et autres parures féminines. C'est cette ligne qui a connu un véritable succès au dernier SIAO.

Pas facile, la vie de famille…

Divorcé à plusieurs reprises, François 1er n'est pas très prolixe sur cette partie de sa vie. Il l'explique par le fait que le métier de la mode est très prenant. Toutefois, cet amoureux de la mode est heureux, père de trois garçons dont l'aîné a 26 ans et le cadet 8. Quant à savoir s'il aimerait que ses enfants fassent le même métier que lui, monsieur Yaméogo est catégorique : "Le même métier, mais pas la même chose". Il espère que le label François 1er qu'il a créé puisse grandir et conquérir beaucoup plus d'espace. Il espère que ces [sic] enfants puissent y contribuer, sans que ce ne soit pour lui une impérative nécessité.

La famille est une chose qui détermine cet artiste au grand cœur ; issu d'une grande famille de près de 50 enfants, il en a gardé l'esprit de partage qui le caractérise. « *Comprenez que l'on ne peut pas être issu d'une telle famille et ne pas aimer partager* », confiera-t-il. Il est en effet difficile de faire preuve d'égoïsme ou de jalousie dans de tels cas. Cet esprit de partage et de famille peut d'ailleurs s'avérer être un handicap, comme nous le souligne l'artiste : « *Parce que l'on est habitué à l'esprit de famille, on n'arrive pas à se passer des autres, on a toujours envie de les impliquer, alors qu'eux ne sont pas dérangés de vous écarter* ».

Patriote convaincu, François 1er sursaute à la moindre évocation du nom "Burkina Faso". Il veut apporter son concours au développement du pays. Sa première phrase, quand nous l'avons rencontré, fût : « *Il faut que chaque Burkinabè, au niveau de compétence qui est le sien, de l'intérieur ou de l'extérieur, puisse contribuer de façon efficace au développement de son pays, et que cette contribution soit reconnue* ».
Depuis peu, François 1er a mis en place un atelier de production à Ouagadougou. Il avoue qu'au départ, les productions de cet atelier étaient destinées à l'exportation, mais au vu de la demande sur place, il s'est vu obligé, mais heureux, de pouvoir les satisfaire. Cet atelier à Ouagadougou emploie 15 personnes. Quant à savoir quel projet nourrit notre "roi de France", il répond sourire aux lèvres : "Aller à 20 km de Koudougou, sur 10ha, élever des chèvres et des chevaux".
C'est un Homme qui donne beaucoup de lui-même, que nous avons laissé dans un de ses deux stands au SIAO, entouré de clients mais aussi de partenaires, et d'admirateurs venus le féliciter pour son travail. Ces dernières paroles lourdes de sens sont : "chaque deux mois je reviens au Burkina, parce que c'est là que je retrouve la créativité et l'imagination. En Europe, l'industrialisation a pris le pas sur la créativité, ce qui me fait penser que l'avenir de la mode est africain".
Source: http://burkinapmepmi.com/spip.php?article12289 consulté le 3 décembre 2017

Annexe n°XLIV : Présentation du Centre de formation de référence NAS

Présentation de NAS-MODE extrait de son site Web

Création

En novembre 2008, Bea Petri, artiste maquilleuse de grande renommée, passe quatre semaines à l'école de couture « NAS MODE » à Ouagadougou, capitale du Burkina Faso, à la demande de Swisscontact, l'organisation suisse d'aide humanitaire. Swisscontact est une organisation reconnue, fondée par des responsables économiques suisses, dont l'objet principal est depuis 50 ans de transmettre du savoir professionnel dans les pays en voie de développement. Pour le Burkina Faso, l'objectif était de transmettre un grand savoir-faire dans le domaine des techniques de maquillage et de cosmétique pour les productions théâtrales et les productions destinées au cinéma et à la télévision. Le Burkina Faso est considéré comme le centre de la production cinématographique en Afrique et tous les deux ans, Ouagadougou héberge le FESPACO, le plus grand festival de cinéma africain.

Le centre de formation « NAS MODE »

Depuis 2001, Safi Ouattara Diallo, une Burkinabè très engagée, dirige une école de couture professionnelle dénommée « NAS MODE » qui s'est fait un nom dans la fabrication de costumes pour les productions théâtrales et cinématographiques. En revanche, les connaissances techniques en maquillage étaient presque inexistantes, ce qui entraînait l'acquisition de matériel à l'étranger ou l'utilisation, pour des raisons de coûts, de ce qu'offrait le marché local mais dont les résultats étaient loin d'être suffisants. Safi Ouattara s'est alors adressée à Swisscontact dans l'espoir de trouver une entreprise à même de transmettre des connaissances techniques et à l'écoute de ses motivations. À l'issue de la requête de Safi Ouattara, Bea Petri a été mise en contact avec le centre de formation « NAS MODE » par l'entremise de Swisscontact. Les agents de placement de Swisscontact travaillent uniquement à titre bénévole et ne perçoivent que des dédommagements pour leurs déplacements et leurs frais professionnels.

« NAS MODE » offre sur trois ans une formation de couturier à des jeunes gens et des jeunes femmes. Les techniques et le savoir-faire tiennent compte des traditions locales et utilisent les produits disponibles. Des mandats provenant d'entreprises privées et de la force publique permettent à « NAS MODE » de refinancer en partie les coûts de formation et d'entretien relatifs à l'infrastructure de l'école de couture.

Nouveaux cours

La mission de Bea Petri consistait à ajouter à la formation initiale, une formation (supplémentaire) pour futures maquilleuses, à l'aide de moyens simples. Pour ce projet, elle disposait des locaux du centre de formation et

pouvait compter sur l'enthousiasme de Safi Ouattara, la directrice du centre. Tout le matériel, qu'il soit pédagogique ou professionnel, a été importé et financé par Bea Petri.
Au début, les moyens étaient très rudimentaires et il a fallu faire preuve de beaucoup de patience et d'un grand don d'improvisation. La nouvelle formation devait en outre être adaptée aux exigences différentes que requiert le teint des peaux foncées par rapport à celui des peaux claires. Très rapidement, les conditions climatiques avec des températures supérieures à 40° C ont imposé le choix de soins spéciaux de la peau et des cheveux dans la formation.
La formation de maquilleuse menait en toute logique vers une formation d'esthéticienne comprenant comme spécialité les soins des cheveux et l'hair styling. Cette formation de base importante permet aux élèves d'offrir et d'utiliser leurs connaissances acquises dans d'autres domaines d'activité tels que la prestation de service aux clients.

Infrastructure supplémentaire
Il s'est rapidement avéré que les locaux disponibles n'étaient pas adaptés aux nouveaux cours et qu'ils étaient avant tout bien trop étroits. Bea Petri a par conséquent lancé, à ses frais, les travaux d'assainissement de locaux attenants à l'école. Cet effort supplémentaire s'est *a posteriori* révélé être un élément clé, car depuis, les pouvoirs publics considèrent avec un certain respect ce projet qui a vu le jour en peu de temps. À partir de ce moment, Safi Ouattara a également bénéficié de plus de considération en tant que partenaire pour les questions relevant de la formation et a bénéficié de soutiens dans un cadre restreint.

Importance de l'offre dans un pays en voie de développement
Face aux problèmes économiques et sociaux auxquels le pays est confronté, la nouvelle formation en esthétique et en coiffure paraît être à première vue superflue. Ce point de vue occidental ignore cependant que les habitants du Burkina Faso ont absolument les mêmes besoins que nous et que les soins cosmétiques et l'apparence extérieure constituent comme chez nous un élément important pour l'assurance de soi. Les soins portés à la peau et aux cheveux s'avèrent être d'importantes mesures d'hygiène et contribuent à diminuer les maladies inflammatoires de la peau qui sont largement répandues. L'art de maquiller et de parer le corps d'ornements a en outre une longue tradition et joue un rôle important sur le continent africain.

Premiers succès
Dès les premiers cours de formation assurés par Bea Petri, « NAS MODE » a pu offrir ses nouvelles compétences à la télévision nationale. Cette dernière en fait grand usage et apporte son soutien à l'école en diffusant régulièrement un spot publicitaire sur l'école. Des engagements pour des films, pour une comédie musicale et pour des productions théâtrales sont également prévus.
Au niveau de la population, « NAS MODE » offre comme prestation un simple programme de soins, servant à la fois de formation et de modiques entrées financières.

Tenue au rendement
Le projet a, à l'instar de la formation en couture, un objectif précis destiné à offrir aux jeunes des perspectives professionnelles et personnelles à l'aide d'une solide formation. Cet aspect différencie ce programme des autres programmes d'aide qui sont principalement ancrés dans les domaines humanitaires, médicaux et agricoles avec un caractère plus axé sur l'aide que sur la formation. Des connaissances professionnelles touchant le plus grand nombre de secteurs possibles contribuent au mieux à l'autonomie des économies concernées et permettent aux populations de décider elles-mêmes de leur avenir. Les formations veillent en particulier à éviter toute dépendance par rapport à des produits importés et à d'autres matières premières. Le choix de produits non polluants s'impose.
Source : www.naasmode.com consulté le 10 novembre 2017

TABLE DES MATIÈRES

Table des matières

DEDICACE 3
REMERCIEMENTS 3
RESUME 5
ABSTRACT 6
KOOLONG N'GUILI 7
SIGLES ET ABREVIATIONS 8
SOMMAIRE 9
TABLEAUX 11
FIGURES 15
ILLUSTRATIONS 16
INTRODUCTION GENERALE : CONSTRUCTION THEORIQUE DE L'OBJET D'ETUDE ET APPROCHES METHODOLOGIQUES DE RECHERCHE 18
I. CONTEXTE ET ENJEUX DE NOTRE RECHERCHE 19
A. Un contexte évolutif mais avec les mêmes préoccupations 19
B. Les objectifs de la recherche 28
II. PROBLEMATIQUE ET FORMULATION DES HYPOTHESES 31
A. Le développement et l'organisation des filières culturelles en question. 31
B. Formulation des hypothèses 35
III. CADRE CONCEPTUEL ET DELIMITATION DE L'OBJET D'ETUDE 39
A. Le cadre théorique d'analyse 39
B. Les industries culturelles comme théorie 44
1. De l'industrie culturelle aux industries culturelles 44
a. L'industrie culturelle pour dénoncer la logique capitaliste de l'œuvre d'art 44
b. Les critiques sur l'industrie culturelle 48
2. Les industries culturelles : évolution des éléments constitutifs d'une théorie 51
C. Des industries culturelles aux industries créatives 61
1. Industries créatives : des origines fortement britanniques, politiques et économiques 62
a. Origines et évolution de la notion d'industrie créative 62
b. Définition des industries créatives et ses différences d'avec les industries culturelles. 64
2. Industries culturelles et industries créatives : maintenir la distinction ? 65
a. Industries culturelles, industries créatives un bilan mitigé 65
b. Industries culturelles et industries créatives : des notions à traduire pour les Burkinabè 69
D. Les industries culturelles érigées en filières 70
1. Définition et implications théoriques de la notion de filière 70
a. Le choix de l'approche filière : lever les ambiguïtés 70
b. Approches et fonctions de la notion de filière 71
c. Les implications de la notion de filière 73
2. Le modèle socioéconomique des filières 74
a. Deux modèles fondamentaux d'organisation des filières 74
b. Le fonctionnement des modèles et les tendances actuelles 75
3. Apports et limites de la notion de filière dans l'analyse des industries culturelles 77
a. La contribution de la notion de filière à notre travail : comprendre les stratégies d'acteurs et les logiques de production. 77

b. Les filières culturelles : quelles spécificités dans le contexte burkinabè ?....80
c. Les limites de la notion de filière.....82
E. Délimitation de l'objet d'étude....82
1. Les filières des industries culturelles....82
2. Les filières des industries créatives....84
IV. APPROCHES METHODOLOGIQUES ET ANNONCE DU PLAN....85
A. Délimitation de l'objet de terrain....85
B. Les méthodes de recherche....85
1. Enquête qualitative....85
2. Enquête quantitative....86
3. Recherche documentaire....87
C. Les outils de collecte et traitement des données....87
1. Le questionnaire comme outil....87
a. Le questionnaire soumis aux publics des industries culturelles et créatives.....87
b. Le questionnaire soumis aux acteurs culturels....88
c. Le questionnaire soumis aux entreprises culturelles....88
2. L'entretien comme outil....89
a. Préparation de la fiche d'entretien....89
b. Le choix de l'entretien semi-directif....89
c. Les catégories de publics soumises à l'entretien....89
3. L'observation comme outil....90
a. Le cahier d'observation....90
b. Les objets observés....90
4. Les études de cas comme outil....90
5. L'Iconographie et la cartographie comme outil....91
D. Description et limites de l'échantillon....92
1. Les entreprises culturelles comme cible....92
2. Le questionnaire adressé aux acteurs culturels....93
3. Le questionnaire adressé aux consommateurs....93
4. Description de l'échantillon constitué pour l'entretien semi-directif....94
5. Les limites de l'échantillon....94
E. La collecte des données : techniques et limites....94
1. Prétest et finalisation des outils de collectes de données....94
a. Le feed-back du prétest....94
b. La finalisation des outils de collecte....95
2. Constitution de l'équipe et formation autour des outils....95
3. Conditions d'administration des outils....96
a. Les outils quantitatifs....96
b. Les outils qualitatifs....99
c. Le traitement des données quantitatives....100
d. Le traitement des données qualitatives....103
F. Les difficultés rencontrées....104
1. Les difficultés d'accès aux données....105
2. Les autres difficultés....105
G. Aperçu des parties et des chapitres de la recherche....106
1. La première partie....106
2. La deuxième partie....107
3. La troisième partie....108

PARTIE 1 : ÉMERGENCE DES INDUSTRIES CULTURELLES ET CREATIVES AU BURKINA FASO : MISE EN PERSPECTIVE DES POLITIQUES ET ELEMENTS CONTEXTUELS 111

INTRODUCTION GENERALE DE LA PREMIERE PARTIE 1 111
CHAPITRE 1 : POLITIQUES DE DEVELOPPEMENT DES INDUSTRIES CULTURELLES ET CREATIVES AU BURKINA FASO : ENTRE MIMETISME ET ADAPTATION 113
INTRODUCTION 113
I. DES POLITIQUES ET DES STRATEGIES TOUS AZIMUTS 115
A. Éléments de politique culturelle au Burkina Faso 115
1. Contenus des politiques culturelles: la dialectique de la raison et du cœur 116
2. Les nouvelles politiques culturelles et les mutations des filières 118
a. La Politique nationale de la culture de 2005 et 2009 118
b. Révision ou simple relecture de la Politique nationale de la culture : entre contraintes objectives et volonté politique 121
3. Eléments d'analyse sur les politiques : entre balbutiements et hésitations 122
B. Le recours à des stratégies nationales pour développer les ICC 124
1. La stratégie nationale de développement des industries culturelles et créatives 124
a. Vision et objectifs de la stratégie : compétitivité du produit culturel 125
b. Axes de la stratégie : consolider, dynamiser l'économie de la culture 125
c. Moyens de mise en œuvre de la stratégie : l'argent fait toujours défaut 125
2. La stratégie nationale de la culture et du tourisme : relancer l'économie de la culture et prendre en compte la diversité culturelle 127
a. Objectifs de la stratégie nationale : la quête d'une nouvelle dynamique 127
b. Axes stratégiques pour la culture : la quête d'un entrepreneuriat dynamique 127
c. Programme « Pilotage et soutien des services du MCAT » 128
d. Le Programme « Culture » pour la promotion de la diversité, la créativité et l'entrepreneuriat 128
II. ENVIRONNEMENT GLOBAL DE DEVELOPPEMENT DES INDUSTRIES CULTURELLES 129
A. Environnement institutionnel et organisationnel du secteur de la culture 129
1. Le ministère de la Culture de 1960 à nos jours 129
a. Évolution et prise en charge de la culture dans la composition des gouvernements 129
b. Les missions du ministère de la Culture : conduire la politique gouvernementale 131
c. L'organisation du ministère de la Culture : la place du privé est à négocier 131
d. Les ressources humaines du ministère de la culture 133
2. Cadre institutionnel spécifique aux industries culturelles et créatives 134
a. La Direction de la promotion des industries culturelles et créatives 134
b. La Direction générale du cinéma et de l'audiovisuel 135
c. La Direction générale du Livre et de la lecture publique 136
d. La Direction générale des arts 137
3. Les structures rattachées et autres structures institutionnelles 138
a. Les structures rattachées 138
b. Les ministères autres que celui de la Culture 138
c. Les institutions spécialisées 139
4. Cadre organisationnel général et le développement des industries culturelles 139
a. Le cadre organisationnel privé national 139
b. Le cadre organisationnel international 140
5. Analyse sur le dispositif institutionnel et organisationnel 143
B. Environnement juridique et règlementaire des industries culturelles 144
1. Environnement juridique national assez favorable mais peu d'effets 144
2. Environnement juridique international peu coercitif 146
3. Analyse de l'environnement juridique 146
C. L'environnement des mécanismes de financement des industries culturelles 147
1. Le budget de l'État et du ministère de la Culture : la volonté politique à l'épreuve des chiffres ... 147
a. Évolution annuelle du budget de la Culture 147

b. Nature et importance des dépenses de la culture 148
2. Les mécanismes de financement mis en place par le ministère de la Culture 149
a. Un Comité chargé de l'examen des requêtes de financement 149
b. La Politique de Promotion Culturelle du BBDA 150
c. Le Fonds de développement et d'extension de l'activité cinématographique 151
d. Le Fonds de développement culturel et touristique 151
3. Les programmes de crédits mis en place par l'État 154
4. Les structures privées de financement 154
a. Banques et établissements financiers 154
b. Le système financier décentralisé 156
5. Le droit d'auteur 156
6. La coopération internationale et décentralisée 157
a. Au niveau de la coopération internationale 157
b. Au niveau de la coopération décentralisée 158
7. Analyse du dispositif financier de soutien aux industries culturelles 158
D. Les dispositifs de formation 160
1. Répartition géographique des structures de formation 160
2. Évolution dans le temps des structures de formation 161
3. Statuts et nature des structures de formation 162
4. Nature ou type des structures de formation 162
5. Les domaines de formation 163
6. Durée des formations et diplômes 165
7. Analyse du dispositif de formation 165
III. ROLES DES ACTEURS DANS LA STRUCTURATION DES FILIERES : LES PERCEPTIONS DES ENQUETES 167
A. Le rôle de l'État : accompagner le secteur privé 167
B. Le rôle des acteurs du secteur Privé : la solution au développement industriel de la culture ? 171
C. Le rôle des partenaires techniques et financiers : la culture de la dépendance 172
D. Le rôle des publics : consommer pour encourager les créateurs 173
CONCLUSION PARTIELLE 1 175
CHAPITRE 2 : TRAJECTOIRES ET CONTEXTES D'EMERGENCE DES INDUSTRIES DE LA CULTURE AU BURKINA FASO 181
INTRODUCTION 181
I. CONTEXTE D'EMERGENCE DES INDUSTRIES CULTURELLES AU BURKINA FASO 182
A. Les contextes international, régional et national dans l'émergence des ICC 182
1. Le contexte international pour impulser le développement des industries culturelles et créatives nationales 182
2. Un contexte régional encore timide 183
3. Le contexte national est globalement difficile pour l'émergence des industries culturelles et créatives 184
4. Autres données socioéconomiques problématiques dans le projet de développement culturel 185
a. Données sociologiques et structuration des industries culturelles 185
b. Données économiques expliquant la dépendance récurrente vis-à-vis de l'aide extérieure 188
c. Aperçu du tissu industriel 190
d. Analyse de quelques variables capables d'influer le développement des industries culturelles 192
B. Les temporalités des industries culturelles et créatives : une lente émergence 197
1. Temporalité 1 : La culture comme affirmation de soi et enjeu politique 198
2. Temporalité 2 : La culture comme moyen et enjeu idéologique 201
a. Sous-temporalité 1 : La culture comme moyen de propagande et de mobilisation des masses .201
b. Sous-temporalité 2 : La culture comme secteur non prioritaire et la révélation du privé 202
3. Temporalité 3 : La culture comme marchandise 203
a. Sous temporalité 3 : Émergence d'industries culturelles 204
b. Sous temporalité 4 : Nouvel engagement politique pour les industries culturelles 205
II. MISE EN PERSPECTIVE DES FILIERES 207

A. Peut-on parler d'industries culturelles au Burkina Faso ? 207
1. Un débat jeune porté par le monde des praticiens 207
2. Un discours officiel opportuniste et mimétique 208
3. Existence d'industries culturelles au Burkina Faso : des opinions bien partagées 208
B. Connaissances sur les Industries culturelles 211
1. Niveau d'information sur les industries culturelles 211
2. Niveau de connaissance du concept d'industries culturelles 212
3. La définition des industries culturelles par les acteurs 214
C. Les perceptions sur les industries culturelles 216
1. La culture progresse : les perceptions plutôt optimistes 216
a. La culture progresse grâce aux industries culturelles 216
b. Les perceptions optimistes des artistes plasticiens 218
c. Le pouvoir perçu des industries culturelles 225
2. Les perceptions plutôt pessimistes: la culture réduite à une rhétorique 225
a. Certains acteurs n'y croient pas 225
b. Perceptions plutôt pessimistes des artistes plasticiens 227
III. CARTOGRAPHIE DES INDUSTRIES CULTURELLES ET CREATIVES 229
A. Organisation et profil des entreprises culturelles 229
1. Le maillage territorial des entreprises culturelles 229
2. Le statut juridique des entreprises culturelles : la prédominance du statut associatif 230
3. Une jeunesse relative des entreprises culturelles 231
4. Formation professionnelle des leaders ou l'expérience acquise sur le tas 231
5. Le profil scolaire des acteurs 232
6. La prédominance de la filière S*pectacle vivant* 232
B. Indicateurs économiques et structurels sur la performance des entreprises culturelles 233
1. La prédominance de l'informel 233
2. Le cumul des fonctions et des filières 233
3. Le plan d'affaires 234
4. La taille de l'entreprise 234
5. Le financement des entreprises 235
a. Les fonds propres 235
b. Les fonds nationaux 235
c. Les fonds étrangers 236
6. Le chiffre d'affaires des entreprises culturelles 236
CONCLUSION PARTIELLE 2 237

CONCLUSION GENERALE DE LA PARTIE 1 239

PARTIE 2 : LES INDUSTRIES CULTURELLES AU BURKINA FASO : DES FILIERES PORTEUSES MAIS EN TENSION (CINEMA, AUDIOVISUEL ET MUSIQUE) 246

INTRODUCTION GENERALE DE LA PARTIE 2 246

CHAPITRE 3 : LA FILIERE *CINEMA ET AUDIOVISUEL :* VERS UNE INTEGRATION DES LOGIQUES ET DES MOYENS DE PRODUCTION 248

INTRODUCTION 248
I. LES ENJEUX DE LA FILIERE *CINEMA ET AUDIOVISUEL* AU BURKINA FASO 249
A. Les enjeux politiques du cinéma et de l'audiovisuel 250
B. Les enjeux sociaux et culturels 251
C. Les enjeux économiques 253
II. ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT DE LA FILIERE CINEMA & AUDIOVISUELLE 254
A. L'organisation de production cinématographique et audiovisuelle 256
1. La chaine de valeur production 256
a. La réalisation- création 256

b. La production cinématographique 258
c. L'édition cinématographique et audiovisuelle au Burkina Faso 266
2. Les acteurs de la production 267
a. Les auteurs-réalisateurs 267
b. Les scénaristes 268
c. Les producteurs-éditeurs 269
d. Comédiens ou acteurs de cinéma 269
3. Les autres acteurs 270
a. L'État et les partenaires techniques et financiers 271
b. Les organisations professionnelles de la filière Cinéma *et audiovisuel* 271
c. Les structures de formation 274
4. L'analyse de la production cinématographique et audiovisuelle 276
a. Les forces et les faiblesses de la réalisation 276
b. Les forces et les faiblesses de la production 276
c. Les autres forces et faiblesses 282
B. Organisation de la distribution cinématographique et audiovisuelle 289
1. La chaine de distribution des produits audiovisuels 289
a. Situation géographique des sociétés de distribution 291
b. L'ancienneté des sociétés de distribution 291
c. La taille et le chiffre d'affaire des sociétés de distribution 293
2. Les acteurs de la distribution 293
a. Le distributeur : acteur déterminant mais de nombreux défis à relever 293
b. Les autres acteurs : les promoteurs et les diffuseurs 295
3. L'analyse de la distribution et de promotion cinématographique et audiovisuelle 302
a. Forces et faiblesses de la distribution 302
b. Forces et faiblesses de la promotion 304
c. Les autres forces et faiblesses 305
C. Organisation de l'exploitation et de la diffusion cinématographique et audiovisuelle 306
1. L'organisation de l'exploitation et de la diffusion 307
a. L'exploitation commerciale des œuvres cinématographiques et audiovisuelles 307
c. La diffusion en mutation 317
2. Les acteurs de l'exploitation et de la diffusion 323
a. L'exploitant des œuvres cinématographiques et audiovisuelles 323
b. Le diffuseur des œuvres cinématographiques et audiovisuelles 323
c. Les autres acteurs de la diffusion et de l'exploitation 324
3. L'analyse de l'exploitation audiovisuelle 325
a. Les forces et les faiblesses de l'exploitation commerciale 325
b. Les forces et faiblesses de la diffusion cinématographique 329
c. Les autres forces et faiblesses 330
III. LE MARCHE DU CINEMA ET DE L'AUDIOVISUEL AU BURKINA FASO 331
1. La commercialisation ou les marchés des produits cinématographiques 331
a. La vente des vidéocassettes et DVD 331
b. Vente aux diffuseurs télé 332
c. Vente aux plateformes numériques 332
d. Les festivals comme revenus complémentaires 333
e. Les droits d'auteur 333
2. La consommation des produits cinématographiques et audiovisuels 333
a. La fréquentation des salles de cinéma 333
b. L'appréciation des couts des produits cinématographiques 335
c. La qualité des produits cinématographiques perçue 335
d. Le choix des publics guidé par le prix et la qualité 337
e. Les dépenses des ménages : des budgets assez modestes 337
3. L'apport du cinéma et de l'audiovisuel dans l'économie 338

a. La création d'emplois : la précarité des emplois comme caractéristique 338
b. La création de richesses : une contribution non négligeable 339
c. Le droit d'auteur 339
4. Les dispositifs de financement du cinéma et de l'audiovisuel 340
CONCLUSION PARTIELLE 3 344
CHAPITRE 4 : LA FILIERE *MUSIQUE ENREGISTREE :* DECONSTRUCTION DES LOGIQUES DE PRODUCTION ET NOUVELLES POSTURES DES ACTEURS 346
INTRODUCTION 346
I. LES ENJEUX DE LA MUSIQUE ENREGISTREE AU BURKINA FASO 348
A. Enjeux politiques 348
B. Enjeux culturels et artistiques 349
C. Enjeux économiques 350
II. ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT DE LA FILIERE 350
A. Organisation de la production 351
1. La chaine de valeur 351
a. La création musicale 351
b. La production des contenus 353
c. L'édition phonographique 358
d. La fabrication matérielle 360
e. La duplication 360
2. Les acteurs de la production 361
a. Les auteurs et artistes interprètes 361
b. Les producteurs de phonogrammes 363
c. Les éditeurs phonographiques 364
d. Les autres acteurs 365
3. L'analyse de la production phonographique 370
a. Forces et faiblesses de la création 370
b. Forces et faiblesses de la production phonographique 371
c. Forces et faiblesses de l'édition 374
d. Les autres forces et faiblesses 374
B. Organisation de la distribution et de la mise en marché 376
1. La distribution-diffusion-promotion 376
a. La distribution des produits musicaux 376
b. La diffusion des œuvres musicales 380
c. La promotion des œuvres phonographiques 381
2. Les acteurs de la distribution 382
a. Les distributeurs des œuvres phonographiques 382
b. Les promoteurs et les diffuseurs 383
c. Les autres acteurs 385
3. L'analyse de la distribution phonographique au Burkina Faso 385
a. Forces et faiblesses de la distribution 385
b. Forces et faiblesses de la diffusion et de la promotion 387
III. LE MARCHE DE LA MUSIQUE ENREGISTREE AU BURKINA FASO 394
A. La commercialisation des produits phonographiques 394
1. Le marché ou l'offre des produits phonographiques 394
a. Le commerce de détail 394
b. Vente des supports matériels 395
c. Les ventes en ligne 397
2. Les autres marchés 401
a. Les concerts et spectacles. 401
b. La téléphonie mobile 402
B. La consommation 402
1. La demande de produits phonographiques 402

a. L'appréciation des consommateurs sur la qualité du disque 403
b. Appréciation des prix des produits phonographiques 404
c. Quantité de produits phonographiques acquis 405
2. Les pratiques actuelles 405
C. L'apport de la musique enregistrée dans l'économie nationale 406
1. La création d'emplois 406
2. La création de richesses 406
3. Le droit d'auteur 406
CONCLUSION PARTIELLE 4 408

CONCLUSION GENERALE DE LA PARTIE 2 410

PARTIE 3 : DES INDUSTRIES CULTURELLES AUX INDUSTRIES CREATIVES : STRUCTURATION DE FILIERES EMERGENTES ET RESTRUCTURATION DE FILIERES EXISTANTES 417

INTRODUCTION GENERALE DE LA PARTIE 3 417

CHAPITRE 5 : LA FILIERE *LIVRE* ET EDITION AU BURKINA FASO : DES POLITIQUES PUBLIQUES EN MANQUE DE COHERENCE ET DE PRAGMATISME 419

INTRODUCTION 419
I. L'EDITION DU LIVRE ET DE LA PRESSE 424
A. Organisation de l'édition 424
1. La création littéraire 425
2. L'édition littéraire 429
a. L'édition au Burkina Faso : un des maillons faibles 430
b. L'édition de presse 435
3. La fabrication du livre 436
B. Les acteurs de l'édition littéraire au Burkina Faso 437
1. Les auteurs 437
a. Les auteurs de la Haute-Volta au Burkina : la même mission 437
b. Organisation des auteurs 441
2. Peut-on vivre de sa plume au Burkina Faso ? 446
3. Les éditeurs 447
a. Le profil d'un éditeur burkinabè 447
b. Les ressources de l'éditeur 448
c. La polémique autour de qui est ou n'est pas éditeur : le vide juridique 448
d. L'organisation des éditeurs 449
4. Les imprimeurs 451
5. Les autres acteurs 452
C. L'analyse de l'édition littéraire et les stratégies d'acteurs 453
1. Les forces et les faiblesses de la création 453
a. La liberté d'écrire et de publier 453
b. L'organisation des acteurs 455
c. La maitrise des techniques rédactionnelles 455
2. Les forces et les faiblesses de l'édition 456
a. Politique de soutien à l'entreprise éditoriale 456
b. Une édition très jeune et fragile 457
c. De jeunes éditeurs mais ambitieux 458
d. La faiblesse de la production 459
e. La piraterie comme problème 460
f. La règlementation du secteur 460
g. Les opportunités au niveau régional 460
3. Les forces et les faiblesses de l'impression 461
a. La formation 461

b. Les équipements 462
c. L'approvisionnement en intrants 463
d. La faiblesse de la production 463
II. LA DISTRIBUTION, LA DIFFUSION ET LA COMMERCIALISATION DU LIVRE 465
A. Organisation de la distribution 465
1. La distribution des produits de l'industrie du livre 466
2. La diffusion des produits de l'industrie du livre 467
3. La commercialisation des produits de l'industrie du livre 467
B. Les acteurs de la distribution-diffusion, de la promotion et de la commercialisation 471
1. Les distributeurs et diffuseurs littéraires 471
2. Les vendeurs des produits de l'édition 472
a. L'organisation des libraires 472
b. La jeunesse des libraires et de leur expérience 473
c. La prédominance des libraires par terre 473
3. Les autres acteurs 473
a. Les médias : des émissions littéraires difficiles à porter dans la durée 473
b. Les bloggeurs et les réseaux sociaux : une tendance à prendre en compte 474
C. L'analyse de la distribution-diffusion-promotion-commercialisation 474
1. Les forces et les faiblesses de la distribution-diffusion 474
a. Les forces et les atouts actuels 474
b. Les faiblesses actuelles 475
2. Les forces et les faiblesses de la promotion 476
a. Les forces actuelles de la promotion 476
b. Les difficultés de promotion littéraire 476
3. Les forces et les faiblesses de la commercialisation : l'exiguïté du marché 477
III. LA CONSOMMATION : REPENSER LES POLITIQUES DE LECTURE PUBLIQUE 478
A. État de la consommation des produits du livre et de la presse 478
1. La consommation des particuliers 478
2. La consommation des espaces de lecture 479
3. Les politiques de lecture publique 480
a. Centres de lecture publique et d'animation culturelle 480
b. La Bibliothèque nationale du Burkina, des défis pas forcément financiers 483
c. Les bibliothèques spécialisées et centres de documentation 487
B. Les acteurs de la consommation des œuvres littéraires 489
1. Les lecteurs 489
2. Les bibliothécaires 492
3. Les clubs de lecture 492
4. Les autres acteurs 492
C. L'analyse de la consommation des produits de l'édition et les stratégies d'acteurs 493
1. Les forces et les faiblesses de la consommation des ménages 493
2. Les forces et les faiblesses de la consommation des Institutions 494
3. Les forces et les faiblesses des politiques de lecture publique 495
IV. L'ECONOMIE DE L'INDUSTRIE DU LIVRE ET DE LA PRESSE AU BURKINA FASO 499
A. Les produits de l'édition littéraire 499
1. Les produits littéraires 499
2. L'édition de presse 500
B. L'économie de la filière *Livre* 501
1. La création de richesses 502
2. La création d'emplois 502
C. Les marchés possibles 503
1. Le marché des particuliers 503
2. Le marché des institutions 504
3. Le marché des bibliothèques 504

4. Le marché des manuels scolaires 505
a. Le potentiel du marché du marché du livre scolaire 505
b. Le potentiel du marché du livre en langues nationales 507
c. Le poids financier du marché du livre scolaire 508
5. Le marché du droit d'auteur 509
CONCLUSION PARTIELLE 5....511

CHAPITRE 6 : LA FILIERE *JEUX VIDEO :* UNE INDUSTRIE CULTURELLE POSSIBLE POUR LE BURKINA FASO ?....516

INTRODUCTION....516
I. LA FILIERE *JEUX VIDEO* : CARACTERISTIQUES ET ENJEUX....518
A. Envisager les jeux vidéo comme une filière des industries culturelles....518
B. Une industrie culturelle numérique 520
C. Les enjeux de développement de la filière *Jeux vidéo*....521
1. La création comme enjeu 522
2. L'enjeu économique....523
D. Les autres enjeux de la filière....524
II. COMPRENDRE LA FILIERE *JEUX VIDEO* AUJOURD'HUI....525
A. Organisation et fonctionnement de la filière....525
1. La chaine de valeur de la filière *Jeux vidéo* 525
a. La création/développement du jeu 525
b. La production et édition de jeux vidéo....528
c. La chaine de valeur distribution....531
d. La commercialisation ou la monétisation des jeux vidéo 532
2. Les métiers et les acteurs de la filière *Jeux vidéo*....533
a. Métiers du jeu vidéo 533
b. Les acteurs des jeux vidéo 534
c. Les prestataires techniques et spécialisés....536
B. Le marché et l'économie des jeux vidéo 536
1. L'économie des jeux vidéo 536
2. Les marchés des jeux vidéo....537
a. La segmentation du marché 537
b. Le marché des jeux vidéo par aires géographiques....539
III. L'ETAT DES LIEUX DE LA FILIERE *JEUX VIDEO* AU BURKINA FASO 540
A. Historique et évolution de la filière 540
1. Naissance des jeux vidéo au Burkina Faso....540
a. Les repères d'une création vidéoludique introuvables....540
b. Le Burkina Faso, un marché de consommateurs 541
c. L'histoire de la commercialisation et la consommation....541
2. La commercialisation des produits des jeux vidéo....542
a. Le commerce des produits physiques 542
b. Le commerce des produits dématérialisés....543
c. Le commerce des logiciels....544
3. Les recettes générées par l'importation des jeux vidéo....544
4. Les contraintes du marché local....545
5. Le marché de la consommation des jeux vidéo et les pratiques vidéoludiques....546
a. Le marché de la consommation 546
b. Les pratiques : le recours aux jeux en accès libre 547
B. Les acteurs de la filière au Burkina Faso....547
1. L'État et ses structures déconcentrées....547
a. Le ministère de la Culture : aucune politique de développement de la filière Jeux vidéo 547
b. Le ministère en charge des technologies numériques : les enjeux encore mal perçus 549
c. Le ministère en charge des Finances et le ministère en charge du Commerce 549

d. Le ministère de l'Enseignement et de la Recherche 549
2. Les incubateurs numérique et dispositifs de formation 550
C. Forces et faiblesses de la filière 550
1. La chaine de valeur 550
a. Les forces et les faiblesses de la création des jeux vidéo 550
b. Les forces et les faiblesses de l'édition 552
c. La distribution et commercialisation 552
d. La consommation ou le marché local 553
2. Les infrastructures techniques et de financement 553
3. L'absence de politiques de développement de la filière 554
D. Perspectives pour la filière *Jeux vidéo* au Burkina Faso 554
1. Appréhender les enjeux de la filière Jeux vidéo 554
a. La reconnaissance artistique du jeu vidéo 554
b. L'identité culturelle diversifiée par les jeux vidéo 555
2. Définir des politiques publiques cohérentes et relever le défi de la formation 555
a. Des politiques publiques orientées vers le financement et la formation 555
b. Le défi de la formation et de la maitrise de la chaine de production 556
3. Les jeux vidéo sur smartphone, une option dynamique 556
4. Dynamique actuelle du jeu vidéo : une perspective africaine prometteuse 556
CONCLUSION PARTIELLE 6 558

CHAPITRE 7 : LES FILIERES DESIGN ET MODE AU BURKINA FASO : LA PRECARITE D'UN SECTEUR PORTEUR ET UN EFFET SIGNATURE A CONSTRUIRE 560

LA FILIERE *DESIGN* ET ARTISANAT D'ART 560

I. LES ENJEUX DE LA FILIERE *DESIGN* 562
A. Enjeux politiques 562
B. Enjeux culturels et artistiques 563
C. Enjeux économiques 564
II. ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT DE LA FILIERE 564
A. La chaine de valeur 564
1. La conception/création 565
a. Les étapes de la création 565
b. La dynamique de la création des œuvres 567
2. La phase de fabrication/production 568
3. La phase de commercialisation 569
B. Acteurs principaux de la filière 570
1. Les designers 570
a. Des designers à l'effectif modeste 570
b. Trois générations de designers certes, mais toujours en quête de notoriété 570
2. Les centres de formation 571
3. Les associations et faîtières 572
4. Les Institutions publiques 572
5. Les organisateurs d'événements culturels nationaux 573
III. L'ECONOMIE ET LE MARCHE DE LA FILIERE *DESIGN* 574
A. L'économie du design 574
1. Création de richesses et contribution au PIB 574
2. Création d'emplois 575
B. Les marchés des produits du design 575
1. La nature des produits 575
2. Le marché local 576
a. Le marché de la consommation 576
b. Le marché de la commande publique 579

c. Le marché sous-régional 579
d. Le marché international 580
IV. FORCES ET FAIBLESSES DE LA FILIERE *DESIGN* 581
A. Les forces et les opportunités offertes à la filière 581
B. Les faiblesses et les menaces actuelles de la filière 582

LA FILIERE MODE ET TEXTILE 586

I. LES ENJEUX DE LA FILIERE *MODE* ET *TEXTILE* 587
A. Les enjeux politiques 587
B. Les enjeux artistiques 588
C. Les enjeux socio-économiques 588
II. ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT DE LA FILIERE 589
A. La chaine de valeur 589
1. La création 589
2. La confection / couture 592
3. La distribution et la commercialisation 593
4. La consommation 593
B. Acteurs principaux de la filière 594
1. Les créateurs-modélistes-stylistes 594
2. Promoteurs d'événementiels culturels 594
3. Les structures de l'État 596
4. Les organisations faîtières 596
5. La Chambre des métiers 597
6. Les structures de formation 597
7. Les prescripteurs 598
III. LES MARCHES DES PRODUITS DE LA MODE 599
A. Le marché local 599
B. Le marché extérieur 599
C. L'économie de la mode 600
IV. FORCES ET FAIBLESSES DE LA FILIERE 600
A. Forces et opportunités de la filière 600
B. Faiblesses et menaces actuelles de la filière 601

CONCLUSION GENERALE DE LA PARTIE 3 604

CONCLUSION GENERALE : SORTIR LES INDUSTRIES CULTURELLES ET CREATIVES DE LEUR CHRYSALIDE 607

BIBLIOGRAPHIE GENERALE 629

ANNEXES A : OUTILS DE COLLECTE DE DONNEES 649

Annexe I : Questionnaire papier administré aux acteurs culturels 649
Annexe II : Questionnaire numérique administré aux consommateurs 663
Annexe III : Questionnaire administré aux entreprises des industries culturelles et créatives 671

ANNEXE B : OUTILS DE COLLECTE DE DONNEES QUALITATIVES 674

Annexe IV : Exemple de guide d'entretien 674
Annexe n°V : Entretien avec K.A, journaliste culturel exerçant dans un quotidien d'État 675
Annexe n°VI : Entretien avec O.C.P., Journaliste, Directeur de publication d'un bimestriel 678
Annexe n°VII : Entretien avec O.D, Cadre du Ministère de la Culture 680
Annexe n°VIII : Entretien avec B.B, ancien ministre de la culture 685
Annexe n°IX: Entretien avec D'A.F, personne ressource 688
Annexe n°X : Entretien avec B.T, producteur culturel dans la filière M*usique enregistrée* 691
Annexe n°XI : Entretien avec O.S, Directeur d'une structure de formation en cinéma 698

Annexe n°XII : Entretien avec un agent de Coris Bank International 699
Annexe n°XIII: Entretien avec un cadre de la Maison de l'Entreprise 702
Annexe n°XIV : Entretien avec la Directrice générale des médias 705
Annexe n°XV: Entretien avec un cadre de la Coopération suisse 708
Annexe n°XVI : Entretien avec le Directeur général du livre 711

ANNEXE C : EXTRAITS DE COMMUNICATIONS PUBLIQUES 715

Annexe n°XVII : Extrait du panel organisé en marge du FESPACO 2016 715

ANNEXE D : DOCUMENTS JURIDIQUES ET ADMINISTRATIFS 720

Annexe n°XVIII : Arrêté portant répartition des recettes de la taxe spécifique sur les entreprises de télécommunication 720
Annexe n°XIX : Décret portant création d'un *Fonds de développement culturel et touristique* 722
Annexe n°XX : Le premier décret portant création d'un ministère de la culture 724
Annexe n°XXI : Décret portant statut de l'artiste au Burkina Faso 726

ANNEXE E : DONNEES COMPLEMENTAIRES 732

Annexe n° XXII : Données générales sur le nomadisme du ministère de la Culture de 1957 à 2018 732
Annexe n° XXIII : Les actions de l'UE-ACP 735
Annexe n° XXIV : There are no cultural industries here 736
Annexe n°XXV : Eléments d'une prise de conscience progressive sur les IC 737
Annexe n°XXVI : Extrait de la Politique commune de la culture de l'UEMOA 738
Annexe n°XXVII : Les grandes dates du cinéma au Burkina Faso 739
Annexe n°XXVIII : Sociétés de production ayant un arrêté portant autorisation d'exercice 741
Annexe n°XXIX : La production cinématographique de 1960 à 2016 743
Annexe n°XXX : Les entrées au cinéma par titre de film dans le cadre du projet Succès cinéma 744
Annexe n°XXXI : Organisations professionnelles de la filière C*inéma et audiovisuel* 745
Annexe n°XXXII : Filmographie d'Aboubakar Diallo 746
Annexe n°XXXIII : Informations générales sur les salles de projections cinématographiques 746
Annexe n°XXXIV : Les sociétés de production phonographique au Burkina Faso 748
Annexe n°XXXV : Liste des éditeurs phonographiques au Burkina Faso 750
Annexe n°XXXVI : Les studios d'enregistrement 751
Annexe n°XXXVII : Les maisons de distribution phonographique 752
Annexe n°XXXVIII : Liste des maisons d'édition littéraire fonctionnelles 752
Annexe n°XXXIX : Liste nationale des imprimeries fonctionnelles 753
Annexe n°XL : Réseau national des CELPAC 754
Annexe n°XLI : Le jeu vidéo Aurion comme débuts d'une dynamique globale 755
Annexe n°XLII : Extrait de presse sur l'engagement du styliste Bazem's pour le koko 757
Annexe n°XLIII : Portrait et parcours du styliste François 1er 758
Annexe n°XLIV : Présentation du Centre de formation de référence NAS 759

TABLE DES MATIERES 762