



Pamt²

PROGRAMME D'APPUI
AUX MÉDIAS TUNISIENS

ETUDE RELATIVE A L' **ETABLISSEMENT** D'UN FONDS DE SOUTIEN A LA **CREATION** AUDIOVISUELLE

Un projet financé par l'Union européenne



Mis en œuvre par CFI et ses partenaires



EUROPEAID/140677/DH/SER/TN

Instrument européen de voisinage

Assistance Technique pour le programme MediaUp2 (Tunisie)



Pamt²

PROGRAMME D'APPUI
AUX MÉDIAS TUNISIENS

ETUDE RELATIVE A L'ETABLISSEMENT D'UN FONDS DE SOUTIEN À LA CREATION AUDIOVISUELLE

Juin 2022



Un projet financé par l'Union européenne



Mis en œuvre par CFI et ses partenaires

AVERTISSEMENT

Le contenu de ce rapport relève de la seule responsabilité de ses auteurs
et ne peut en aucune manière être considéré comme reflétant les vues de l'Union européenne.

TABLE DES MATIERES

A PROPOS DES AUTEURS	4
1. INTRODUCTION	8
2. ETUDES DE CAS	12
2.1. RATIONALITE DE LA SELECTION DES CAS	12
2.2. BELGIQUE (FEDERATION WALLONIE-BRUXELLES)	13
2.2.1. Faits marquants et bonnes pratiques	13
2.2.2. Cadre politique et de gouvernance	14
2.2.3. Marché et industrie	15
2.2.4. Fonds et subventions	16
2.2.5. Incitants fiscaux	21
2.2.6. Obligations d'investissement et prélèvements	23
2.2.7. Autres instruments et facteurs contributifs	24
2.3. IRLANDE	27
2.3.1. Faits marquants et bonnes pratiques	27
2.3.2. Cadre politique et de gouvernance	27
2.3.3. Marché et industrie	28
2.3.4. Fonds et subventions	29
2.3.5. Incitants fiscaux	31
2.3.6. Obligations d'investissement et prélèvements	32
2.3.7. Autres instruments et facteurs contributifs	32
2.4. ISLANDE	34
2.4.1. Faits marquants et bonnes pratiques	34
2.4.2. Cadre politique et de gouvernance	34
2.4.3. Marché et industrie	37
2.4.4. Fonds et subventions	38
2.4.5. Incitants fiscaux	39
2.4.6. Obligations d'investissement et prélèvements	39
2.4.7. Autres instruments et facteurs contributifs	40
2.5. LITUANIE	43
2.5.1. Faits marquants et bonnes pratiques	43
2.5.2. Cadre politique et de gouvernance	43
2.5.3. Marché et industrie	44
2.5.4. Fonds et subventions	45
2.5.5. Incitants fiscaux	45
2.5.6. Obligations d'investissement et prélèvements	46
2.5.7. Autres instruments et facteurs contributifs	46

2.6.	COTE D'IVOIRE	46
2.6.1.	Faits marquants et bonnes pratiques	46
2.6.2.	Cadre politique et de gouvernance	47
2.6.3.	Marché et industrie	47
2.6.4.	Fonds et subventions	48
2.6.5.	Incitants fiscaux	49
2.6.6.	Obligations d'investissement et prélèvements	50
2.6.7.	Autres instruments et facteurs contributifs	50
3.	OBSERVATIONS PRINCIPALES SUR LES ETUDES DE CAS	54
3.1.	CADRE POLITIQUE ET DE GOUVERNANCE	54
3.2.	MARCHE ET INDUSTRIE	54
3.3.	FONDS ET SUBVENTIONS	54
3.4.	INCITANTS FISCAUX	55
3.5.	OBLIGATIONS D'INVESTISSEMENT ET PRELEVEMENTS	55
3.6.	AUTRES INSTRUMENTS ET FACTEURS CONTRIBUTIFS	55
4.	FOCUS SUR LA SITUATION EN TUNISIE	58
4.1.	UN MARCHÉ AU FINANCEMENT DIFFICILE ET AU FONCTIONNEMENT INADAPTE	58
4.2.	LA FORCE DE LA TECHNIQUE ET LA FAIBLESSE DU SCÉNARIO	59
4.2.1.	Une technique maîtrisée malgré une infrastructure modeste	59
4.2.2.	L'écriture scénaristique, point faible de la création audiovisuelle	59
4.3.	LE CINÉMA ET L'AUDIOVISUEL, UNE SÉPARATION INSTITUTIONNELLE MALGRÉ UNE SYNERGIE OPÉRATIONNELLE	59
4.3.1.	Situation du cinéma en Tunisie	60
4.3.2.	Une séparation institutionnelle effective mais une ouverture pour le rapprochement	60
4.4.	UNE PRODUCTION INDÉPENDANTE CONFRONTÉE À UN ÉCOSYSTÈME DÉFAVORABLE	61
4.5.	RÉFLEXIONS AUTOUR DES MESURES DE SOUTIEN ET LEUR GOUVERNANCE	61
4.5.1.	Une attente pour un fonds de soutien, aux sources diversifiées	61
4.5.2.	Une gouvernance mixte secteur de la culture, secteur des médias	62
4.5.3.	Une priorité au développement et à la production	62
4.6.	Focus sur la création radiophonique	63
5.	CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS	66
5.1.	PRINCIPALES TENDANCES ET CONCLUSIONS	66
5.2.	RECOMMANDATIONS STRATÉGIQUES	68
5.3.	RECOMMANDATIONS OPÉRATIONNELLES	69
6.	GLOSSAIRE	74
7.	LISTE DES ACRONYMES	75



● A PROPOS DES AUTEURS ●

JEAN-FRANÇOIS FURNÉMONT

JEAN-FRANÇOIS FURNÉMONT est Fondateur et CEO de Wagner-Hatfield, une société de recherche et de consultance qui offre de nombreux services en matière de politique publique, de régulation et de stratégie dans le secteur des médias et de l'économie numérique.

Il est titulaire d'une licence en Journalisme et Communication de l'Université Libre de Bruxelles – ULB, d'une maîtrise en Relations Internationales et Politique Européenne de l'Université de Liège – ULG et d'un certificat inter-universitaire en Finances Publiques de l'Université Catholique de Louvain – UCL et l'Université de Liège - ULG. Ancien journaliste indépendant et ancien porte-parole d'un parti politique, il est l'auteur de plusieurs ouvrages de science politique et de nombreuses publications sur la politique audiovisuelle et la régulation des médias.

Il a occupé la fonction de Directeur général (2003-2014) de l'autorité de régulations des médias (CSA) de la Communauté française de Belgique. Il a aussi été impliqué dans le Bureau de la Plateforme européenne des autorités de régulation des médias (EPRA) en tant que vice-Président (2008-2011) puis de Président (2011-2014).

Auteur de nombreux projets de recherche, études et publications relatives au secteur des médias, il est spécialisé dans les domaines suivants : rédaction et révision de lois et règlements, conseil et renforcement des capacités des autorités de régulation des médias et des ministères, compétence matérielle de la régulation (médias en ligne, réseaux sociaux, plateformes de partage de vidéos), compétence territoriale/juridiction, systèmes d'autorisation/déclaration, concentration des médias et transparence de la propriété des médias, systèmes de soutien à la création audiovisuelle et de promotion des œuvres audiovisuelles domestiques et européennes, relations entre médias et plateformes, discours de haine, lutte contre la désinformation, protection des mineurs, régulation de la communication commerciale, articulation entre autorégulation et régulation publique, éducation aux médias.

Depuis la révolution de 2011, Jean-François Furnémont a collaboré de manière régulière avec l'INRIC puis la HAICA. Il a notamment exercé les fonctions de Conseiller Résident de Jumelage puis de Chef de Projet du jumelage entre la HAICA, le CSA belge et l'INA français (octobre 2018-juin 2020).



AHMED AMINE AZOUZI

AHMED AMINE AZOUZI est consultant spécialisé dans la stratégie, l'organisation et la transformation des médias et les industries culturelles et créatives dans son cabinet Pencils Consulting (Paris et Tunis).

Il est diplômé d'école d'ingénieur Télécom SudParis (Evry, France), avec une spécialisation dans l'ingénierie de l'image numérique en 2009. Il obtient aussi un master en économie et droit des médias et des télécoms de l'Université Paris-Dauphine (Paris, France), où il acquiert de larges connaissances dans la régulation, le droit et l'économie de l'audiovisuel, du cinéma et des nouveaux médias.

Il fait ensuite carrière à Paris dans les équipes Media Entertainment des cabinets internationaux Accenture et BearingPoint. Il y intervient auprès de clients comme Canal+, Euro Media France, le Groupe Hachette ou Orange dans des problématiques liées à la stratégie, l'organisation d'entreprise, l'innovation produit, la transformation digitale et la transformation des méthodologies de travail.

A partir de 2017, il devient consultant indépendant à Tunis où il entame l'accompagnement des organisations et institutions média et culture en Tunisie et dans la région MENA.

Il a, dans ce cadre, rédigé en 2018 une étude sur les potentiels des Industries Culturelles et Créatives en Tunisie, première étude économique de référence dans le secteur à être portée par un opérateur privé (la BIAT, banque privée).

Il a été aussi directeur des cinémas Pathé Tunisie à leur lancement entre mi-2018 et mi-2019. Il a été, par ailleurs, Conseiller chargé de l'économie créative auprès de la ministre de la Culture en Tunisie en 2020.

INTRODUCTION ●

1. INTRODUCTION

Le secteur audiovisuel en Tunisie est à la peine et cela ne date pas d'aujourd'hui. Les chaînes aussi bien de radio que de télévision, aussi bien publiques que privées ou associatives, survivent dans des conditions difficiles et certaines ont dû fermer ces dernières années. Les raisons sont nombreuses, et sont à la fois internes (grand nombre d'acteurs sur le marché, marché publicitaire segmenté, manque de crédibilité des mesures d'audience, manque d'innovation éditoriale, ...) et externes (évolution des usages du public vers les plateformes numériques, concurrence des chaînes étrangères, ...).

Par ailleurs, la Tunisie se caractérise par l'absence de vision claire des pouvoirs publics en matière de politique publique médiatique. Comme relevé par Jean-François Furnémont et Asja Rokša-Zubčević dans leur étude « *Les politiques publiques médiatiques dans les pays démocratiques : analyse comparative et recommandations adaptées au contexte tunisien* » réalisée en 2020 pour ARTICLE 19, « *C'est, depuis bientôt dix ans, un impensé des politiques publiques, qui fragilise tout le secteur, alors que les besoins sont criants en termes de mécanismes de soutien aux médias, d'adaptation aux mutations des technologies et des usages, de diversification des ressources financières des médias, d'amélioration des conditions de travail des personnels des médias, ... Pire encore, certaines situations perdurent et ajoutent à l'incertitude, comme par exemple le retard pris dans l'adoption de la loi organique destinée à remplacer le Décret-loi 2011-116 et à transformer la HAICA en instance constitutionnelle indépendante* »¹.

Suite à une demande formulée par la HAICA, l'objet de la présente étude est d'approfondir un de ces besoins, à savoir celui de l'établissement d'un fonds public de soutien ou de mesures fiscales incitatives pour stimuler et encourager le développement de la création audiovisuelle. L'absence de tout soutien public, et les crises successives y compris la dernière crise de la pandémie, pénalisent en effet ce secteur clé de l'économie et ne permet pas l'éclosion et le rayonnement d'une industrie culturelle, fortement souhaitable pourtant pour son potentiel tant culturel qu'économique.

Pourtant, le paysage audiovisuel en Tunisie a connu un boom remarquable au lendemain de la révolution de janvier 2011 et la création de la HAICA en 2013 qui a institué un système d'octroi de licence basé sur le respect des obligations du cadre légal et du cahier des charges. Le paysage audiovisuel compte désormais soixante-six chaînes qui se répartissent entre radios et télévisions (secteur public : 2 TV et 10 radios, secteur privé : 11 TV et 19 radios, secteur associatif : 22 radios). Des chaînes qui ont sans doute enrichi le paysage et renforcé le pluralisme médiatique mais qui, malheureusement, passent année après année par des difficultés économiques importantes qui entravent leur développement et impactent sensiblement la qualité et la performance de la production².

¹ <https://www.article19.org/wp-content/uploads/2020/09/Politiques-publiques-mediatique-WEB-vf.pdf>

² <https://haica.tn/ar/%d8%aa%d9%82%d8%b1%d9%8a%d8%b1-%d9%85%d8%b3%d8%ad-%d8%ad%d9%88%d9%84-%d8%a7%d9%84%d8%a8%d8%b1%d9%85%d8%ac%d8%a9-%d8%a7%d9%84%d8%b1%d9%85%d8%b6-%d8%a7%d9%86%d9%8a%d8%a9-%d9%81%d9%8a-%d8%a7%d9%84%d9%82/>

La présente étude qui vise à mettre en œuvre une politique publique de soutien à la production audiovisuelle, propose cinq études de cas, issues des continents européen (Belgique, Irlande, Islande et Lituanie) et africain (Côte d'Ivoire), qui illustrent toutes les évolutions significatives des politiques publiques cinématographiques et audiovisuelles au cours des dix dernières années. Chaque étude de cas contient une analyse du cadre général en termes de gouvernance et de politique publique ; une description des fonds de soutiens et des incitants fiscaux mis en place, de leur financement, leur fonctionnement et leur impact sur le marché ; une description des obligations de financement qui pèsent sur les acteurs de marché ; une mise en évidence des caractéristiques les plus déterminantes des fonds de soutien et des bonnes pratiques identifiées dans leur gouvernance et leur mise en œuvre.

En outre, les auteurs de l'étude procèdent à une analyse comparative des marchés sélectionnés. En droite ligne avec la méthodologie suivie pour la réalisation des études de cas, une partie de l'analyse porte sur les observations clés au sujet des cadres politiques et de gouvernance, les caractéristiques du marché et de l'industrie, les mesures de financement et fiscales, ainsi que les obligations d'investissement et autres politiques disponibles dans les pays étudiés. Ensuite, la comparaison permet d'identifier les facteurs les plus importants contribuant à la compétitivité et à l'accessibilité du contenu audiovisuel dans les cas examinés, et nous conduit aux meilleures pratiques, dont certaines peuvent servir d'exemples à suivre pour la Tunisie.

La situation en Tunisie est analysée sur la base d'une étude documentaire et d'une série d'entretiens avec des acteurs des filières audiovisuelle et cinématographique. Cette partie permet en effet d'identifier les principales tendances et conclusions et, sur cette base, formule une série de recommandations en terme de politique publique, à la fois sur le plan stratégique et sur le plan opérationnel pour le déploiement d'une véritable politique de soutien à la production audiovisuelle opérante et fonctionnelle.

ETUDES DE CAS ●

2. ETUDES DE CAS

2.1. Rationalité de la sélection des cas

Le présent chapitre propose cinq études de cas, issues des continents européen et africain, qui illustrent toutes les évolutions significatives des politiques publiques cinématographiques et audiovisuelles au cours des dix dernières années.

Ces études de cas ont été sélectionnées pour les raisons suivantes.

La Fédération Wallonie-Bruxelles (Belgique) a été sélectionnée car elle dispose d'une variété fonctionnelle de mesures visant à financer et à promouvoir le contenu créatif. Non seulement le financement traditionnel des films est prévu, mais aussi d'autres mécanismes de soutien pour divers types de fiction, en particulier les séries télévisées. Son marché audiovisuel présente certaines similitudes avec celui de la Tunisie, puisqu'il est de petite taille (4,5 millions d'habitants) et a des possibilités, certes limitées, vers d'autres marchés francophones (France, Suisse, ...) pour des raisons culturelles. Ses caractéristiques remarquables sont l'introduction d'obligations financières et/ou d'investissement pour les éditeurs de services de médias audiovisuels aussi bien nationaux que non nationaux, ainsi que le rôle moteur que joue le média public RTBF dans le soutien à la production télévisuelle. La Fédération Wallonie-Bruxelles est également parvenue à concilier ses objectifs ambitieux en matière de politique culturelle et audiovisuelle avec le développement économique du marché pour les producteurs audiovisuels, les réalisateurs de films, les éditeurs de services de médias audiovisuels et tous les métiers techniques liés au secteur audiovisuel.

L'Irlande a été choisie pour sa variété fonctionnelle d'instruments de politique audiovisuelle, outre sa taille, relativement petite (4,7 millions d'habitants), et également en raison de l'une de ses langues officielles, qui n'est utilisée nulle part ailleurs en Europe. En raison de sa proximité avec le grand marché britannique et du partage de l'une de ses langues officielles, l'influence britannique sur le secteur audiovisuel irlandais est forte, alors que l'inverse n'est pas vrai. Non seulement le financement traditionnel des films est prévu en Irlande, mais d'autres mécanismes de soutien à la production de tous les types de fiction sont mis en œuvre, notamment pour le contenu télévisuel. On s'attend à ce que l'introduction proposée d'obligations financières et/ou d'investissement pour les services de médias audiovisuels non nationaux puisse apporter une somme annuelle de 25 M€ au secteur de la production indépendante. L'Irlande est aussi un cas intéressant en raison de l'existence d'un fonds de soutien géré par l'autorité de régulation des médias audiovisuels.

L'Islande a été choisie pour la taille de son marché (avec 350 000 habitants, elle est la plus petite de l'échantillon) et parce que sa langue n'est utilisée nulle part ailleurs en Europe. Elle est connue pour la production de séries télévisées (par exemple « Trapped », « Valhalla Murders »), qui circulent dans le monde entier (par exemple sur Netflix, Amazon Prime, ...), et elle dispose de mécanismes pour soutenir la production de tous les types de fiction. Elle a de bonnes pratiques en matière de promotion de la circulation transfrontalière, de l'accessibilité et de la facilité de recherche des œuvres audiovisuelles européennes et des œuvres dans les langues locales. De nombreuses productions audiovisuelles internationales importantes, telles que « Game of Thrones », « Vikings » et « Black Mirror », y ont été accueillies. Le cas islandais permet également d'étudier plus en profondeur la coopération entre les médias de service public nordiques sous l'égide de Nordvision.

La Lituanie est un marché intéressant à étudier en ce qu'il est également de petite taille (2,7 millions d'habitants), n'appartient pas à l'espace occidental et est doté d'une langue officielle qui n'est utilisée nulle part ailleurs en Europe. Ses incitations audiovisuelles soutiennent divers types de fiction, et pas seulement le cinéma. Malgré des investissements relativement limités eu égard au caractère international du marché audiovisuel, son industrie audiovisuelle connaît une renaissance depuis une dizaine d'années, avec une augmentation significative de l'audience nationale et de la visibilité internationale, et une croissance de la production nationale et de l'accueil de productions étrangères. La Lituanie est aussi un cas intéressant de transformation relativement rapide et particulièrement réussie d'un paysage cinématographique et audiovisuel totalement sous le contrôle de l'État à un paysage libéré des pressions et des lourdeurs d'une administration surpuissante.

Enfin, nous avons tenu à proposer une étude de cas provenant du continent africain, et notre choix s'est naturellement porté sur **la Côte d'Ivoire**, qui a pris ces dernières années plusieurs initiatives de soutien à la création audiovisuelle et ambitionne de faire de sa capitale Abidjan un « hub audiovisuel » pour l'Afrique francophone.

2.2. BELGIQUE (FEDERATION WALLONIE-BRUXELLES)

2.2.1. Faits marquants et bonnes pratiques

- ▶ *Les mécanismes de soutien au financement de la production audiovisuelle sont essentiellement publics. En plus des fonds à vocation culturelle fournis par le gouvernement de la Fédération Wallonie-Bruxelles (FWB) par le biais du fonds de soutien Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel (CCA), il existe des fonds régionaux à vocation économique qui offrent un soutien pour stimuler le développement de l'industrie et créer de l'emploi.*
- ▶ *Les éditeurs et distributeurs de services de médias audiovisuels ont l'obligation d'investir dans la production d'œuvres audiovisuelles, soit par le biais d'un investissement direct sous forme de coproduction ou de pré-achat de droits, soit par le biais d'un prélèvement sur leur chiffre d'affaires, c'est-à-dire d'une contribution indirecte au CCA.*
- ▶ *Le soutien à la production indépendante par le média de service public RTBF constitue une grande partie de sa mission de média public, en ce qu'il a une obligation légale d'investissements directs dans la production indépendante. En outre, il cofinance, avec le CCA, deux fonds spéciaux pour les producteurs indépendants, dont l'un est consacré spécifiquement aux séries télévisées francophones.*
- ▶ *Afin de rendre la production indépendante locale plus pertinente, le fonds Séries belges a été créé. Il s'agit d'un exemple réussi de soutien ciblé à un genre spécifique, et d'une manière créative d'encourager la production nationale. En conséquence, la qualité des fictions télévisées a augmenté de manière significative, tandis que les nombreux programmes de formation proposés par le Fonds contribuent à l'émergence de nouveaux talents d'écriture.*
- ▶ *La Belgique (gouvernement fédéral) propose un incitant fiscal attractif, le Tax Shelter, qui offre des avantages tant aux investisseurs qu'aux producteurs et qui est spécialement conçu pour attirer les investissements étrangers dans l'industrie audiovisuelle.*
- ▶ *Grâce à l'environnement favorable créé par le Tax Shelter et aux possibilités de financement supplémentaire par le biais de fonds économiques régionaux, la Belgique est une destination très attrayante pour les coproductions cinématographiques, puisqu'il est possible de couvrir jusqu'à deux tiers des dépenses.*

► *Les opportunités de coproduction ont donné lieu au développement de talents et d'une infrastructure de tournage et de services de soutien dynamiques.*

Les autorités régionales reconnaissent le potentiel des industries créatives et offrent un soutien non seulement sous forme de fonds, mais aussi sous la forme d'un ensemble d'autres services tels que la logistique, les centres d'affaires et les activités promotionnelles.

► *Les créateurs audiovisuels ont à leur disposition un certain nombre d'autres mécanismes de soutien, tels que des conseils juridiques, des formations et un soutien professionnel.*

2.2.2. Cadre politique et de gouvernance

La situation administrative et institutionnelle spécifique de la Belgique donne lieu à une configuration assez complexe en termes de juridiction dans le secteur audiovisuel, qui peut se situer au niveau communautaire ou régional. Les Communautés sont responsables des aspects culturels et les Régions sont responsables des aspects économiques, tandis que le Gouvernement fédéral est responsable des politiques fiscales.

Le cadre juridique général de l'industrie cinématographique et audiovisuelle est établi par les Communautés, les ministères de la Culture compétents étant responsables, car ce secteur est considéré comme faisant partie des attributions culturelles et linguistiques.

Les Régions, quant à elles, sont basées sur une division géographique et ont une compétence sur le terrain économique, comme le soutien au développement d'entreprises et à la création d'emplois. Dans cette étude de cas, les initiatives des régions de Wallonie et de Bruxelles-Capitale sont présentées. Toutefois, par souci d'exhaustivité, cette section présente également le système fédéral d'incitation fiscale Tax Shelter, qui s'applique à l'ensemble du pays, et donc aux trois Communautés (française, flamande et germanophone).

Dans le domaine du cinéma, le cadre juridique est contenu dans le Décret relatif au soutien à la création cinématographique et audiovisuelle³, complété par plusieurs décisions du Gouvernement de la FWB concernant la mise en œuvre de mécanismes de soutien financiers et autres⁴, qui sont gérés par le CCA⁵.

Les éditeurs de services de médias audiovisuels sont régis par le Décret du 4 février 2021 relatif aux services de médias audiovisuels et aux services de plateformes de partage de vidéos⁶, qui a transposé la Directive européenne sur les services de médias audiovisuels et qui traite, entre autres, des obligations des éditeurs de services de médias audiovisuels en matière de promotion et d'investissement dans la production d'œuvres audiovisuelles européennes et indépendantes.

Le Gouvernement de la FWB, dans le cadre de ses compétences culturelles, est responsable de la politique cinématographique. Le soutien du Gouvernement à la création et à la promotion des œuvres audiovisuelles est géré par le CCA, un service administratif placé sous l'autorité directe du Ministre compétent. Institué par le Décret sur le cinéma, le CCA a pour mission d'encourager et de soutenir la création, la distribution et la promotion audiovisuelles en FWB. Il assure également le secrétariat des deux organes consultatifs : la Commission du Cinéma chargée de l'examen et de l'octroi des aides, et le Co-

³ https://www.gallilex.cfwb.be/document/pdf/37248_008.pdf

⁴ <https://audiovisuel.cfwb.be/ressources/textes-juridiques/#c3160>

⁵ <https://audiovisuel.cfwb.be>

⁶ https://audiovisuel.cfwb.be/fileadmin/sites/sgam/uploads/Ressources/Textes_juridiques/Media/Decret_du_04-02-21_relatif_aux_services_de_medias_audiovisuels_et_aux_services_de_partage_de_videos.pdf

mité de Concertation, dont la mission est de fournir, à la demande du Ministre compétent, des avis sur toute question de politique relative à la production et à la distribution cinématographique et audiovisuelle. Ces deux organes sont conçus pour assurer une forte participation des représentants du secteur.

La Commission du Cinéma est un nouvel organe consultatif créé en 2019 et remplaçant les anciens organes d'avis, la Commission de sélection des films et la Commission d'aide aux opérateurs audiovisuels. Les membres de la Commission du cinéma sont issus de cinq catégories professionnelles : les experts de la production et de la distribution cinématographique et audiovisuelle : auteurs ou acteurs d'une part, et producteurs d'œuvres audiovisuelles d'autre part ; les experts de la diffusion cinématographique et audiovisuelle : distributeurs, exploitants de salles de cinéma, vendeurs d'œuvres audiovisuelles ou organisateurs de festivals ; les experts de la production et de la distribution cinématographique et audiovisuelle : professions techniques ; et les experts de la culture : journalistes cinématographiques ou culturels, professeurs d'écriture, de théâtre, dramaturges, littéraires, etc.

La composition du Comité de Concertation reflète la spécificité du secteur audiovisuel. Il est composé de représentants d'associations professionnelles (auteurs, scénaristes, réalisateurs, acteurs, producteurs, distributeurs d'œuvres audiovisuelles et exploitants de salles de cinéma, RTBF, télévisions locales, éditeurs et distributeurs de services de télévision, experts dans le domaine de l'investissement audiovisuel, organisateurs de festivals de cinéma, experts dans les métiers techniques de l'audiovisuel, dans le multimédia, etc.). Les représentants impliqués dans les travaux du Comité dépendent à chaque fois du sujet à l'ordre du jour.

Le site internet du CCA est une source centrale d'informations très détaillées et riches, disponibles pour toutes les parties prenantes, y compris un grand nombre de publications et d'études, et en particulier des rapports annuels très détaillés, ce qui contribue à une très grande transparence du fonctionnement du secteur.

2.2.3. Marché et industrie

Au cours de la dernière décennie, l'industrie cinématographique en FWB a été considérablement stimulée grâce aux programmes de financement du cinéma disponibles aux niveaux culturel (Communautés) et économique (Régions) et au système d'incitation fiscale du pays (fédéral) qui la rend très attractive pour les producteurs étrangers. Cependant, elle dépend principalement de la coproduction et des partenariats à l'étranger, car étant un petit marché il n'est pas facile de mettre en place une coproduction majoritaire, surtout en étant dans l'ombre de marchés audiovisuels voisins plus importants, notamment la France, en raison de la langue commune. Ainsi, en 2020, sur les 32 longs métrages produits, 21 étaient des coproductions minoritaires, 9 des coproductions majoritaires et seulement 2 des productions 100% Belges.

En plus d'une forte concurrence étrangère et d'un faible potentiel commercial des films belges en langue française, il existe un problème de financement insuffisant et en déclin des œuvres audiovisuelles, car elles dépendent principalement des ressources publiques : plus de 70% en 2020 provenaient du Gouvernement de la FWB. Sur la part investie dans le secteur par les acteurs du marché (éditeurs de services et distributeurs de services), environ la moitié des fonds provient du média public RTBF. En 2019, le budget moyen de production au niveau national en Belgique a baissé de 9%, alors que l'investissement total dans le cinéma a diminué de 32%⁷.

Le marché de la télévision est aussi à la peine et doit faire face à la concurrence française : en 2020, les chaînes de télévision françaises ont accumulé en moyenne 31,4% des parts de marché de l'audience,

⁷ <https://rm.coe.int/yearbook-key-trends-2020-2021-fr/1680a26057>

suivies par les trois chaînes du média public RTBF (26,6%) et les trois chaînes (prétendument) luxembourgeoises du groupe RTL (24,9%)⁸.

Le potentiel de coproduction mentionné précédemment est crucial pour le bien-être de l'industrie audiovisuelle locale. La FWB est partie à la Convention européenne sur la coproduction cinématographique et est un membre actif d'Eurimages. La Belgique a signé des accords bilatéraux de coproduction avec le Canada, la France, l'Allemagne, Israël, l'Italie, la Suisse et la Tunisie. La FWB a également conclu des accords bilatéraux avec plusieurs pays : Canada, Chili, Chine, France, Italie, Maroc, Portugal, Sénégal, Suisse, Pays-Bas, Tunisie et Uruguay. D'autres accords sont en cours de négociation avec l'Argentine, le Brésil, l'Équateur, le Liban, le Mexique, le Pérou et l'Ukraine.

Ce qui attire le plus les producteurs internationaux est le système d'abri fiscal du pays (Tax Shelter), une mesure fiscale soutenue par le gouvernement fédéral belge (voir section 2.2.5. ci-dessous). En outre, des programmes d'aide publique sont disponibles, tant via le CCA que dans le cadre de fonds économiques régionaux. La production cinématographique florissante a donc conduit les sociétés de production locales à développer fortement leurs activités autour des services de soutien à toutes les étapes de la production, des équipements et installations techniques, de l'expertise des équipes, etc. L'année 2020 a également vu l'essor de la production de fictions télévisées, notamment de séries télévisées. Cette évolution résulte de la décision des pouvoirs publics de soutenir spécifiquement ce format, tant pour sa contribution à un contenu local de qualité que pour sa popularité et son potentiel commercial. Les fonds destinés à soutenir les auteurs de séries télévisées sont partagés entre le CCA et la RTBF, et le format est également soutenu par les fonds régionaux. Le potentiel des nouveaux contenus créatifs tels que les jeux a également été reconnu par les autorités régionales, qui se concentrent de plus en plus sur le soutien à l'innovation.

2.2.4. Fonds et subventions

Les systèmes de financement sont pour la plupart publics. Du point de vue de leur finalité, on distingue deux types de fonds : culturels et économiques.

Les fonds culturels, qui font partie de la mission culturelle et linguistique, sont inclus dans les compétences des Communautés. Le fonds cinématographique est le Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel (CCA). Son cadre juridique est défini par le Décret sur le cinéma, qui régit l'ensemble des aides publiques de la Fédération Wallonie-Bruxelles en matière de création cinématographique et audiovisuelle. Ce décret définit le cadre d'intervention des aides à la création (écriture, développement, production), des aides à la promotion, des primes de réinvestissement pour les longs et courts métrages, des aides aux opérateurs audiovisuels et des aides à la formation.

Il existe deux fonds spécifiques gérés conjointement par le CCA et la RTBF, dans le cadre du Fonds FWB-RTBF (financé à la fois par la RTBF et la FWB). Le Fonds Séries apporte un soutien sélectif au développement et à la production de séries télévisées. Le rôle des médias de service public dans l'augmentation de la production de séries télévisées belges - reflétant l'orientation du gouvernement vers le soutien à la production de ce format comme un moyen unique d'accroître la compétitivité du secteur - a été institué par le contrat de gestion de la RTBF de 2012, également clairement spécifié dans le dernier contrat pour les années 2019 à 2022. Il existe également un Fonds spécial pour la production indépendante d'œuvres audiovisuelles, destiné à faciliter l'accomplissement de l'obligation légale de la RTBF d'investir dans la production indépendante.

⁸ <https://www.cim.be/fr/television/resultats-publics>

Les fonds économiques, quant à eux, sont inclus dans les responsabilités régionales car ils concernent la production audiovisuelle en tant qu'activité économique, c'est-à-dire qu'ils visent à attirer l'activité audiovisuelle dans différentes régions de Belgique et à stimuler l'industrie audiovisuelle. Le fonds Wal-limage est établi par la Région wallonne, et le fonds screen.brussels est établi par la Région bilingue de Bruxelles-Capitale.

CCA

Le CCA offre un soutien sélectif (subventions financières et avances sur recettes) basé sur des critères culturels aux différentes étapes d'un projet : écriture du scénario, développement, production, post-production, promotion et distribution. Les soutiens sont accordés pour la création d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles (longs et courts métrages de fiction et d'animation, documentaires de création, téléfilms de fiction, séries télévisées, œuvres expérimentales) et les aides structurelles aux opérateurs audiovisuels pour la distribution et la promotion (distributeurs de films d'art et d'essai, festivals, salles de cinéma, plateformes numériques, ateliers scolaires, etc.).

Le soutien accordé, cumulé avec d'autres aides publiques, ne peut dépasser 50% du coût total de l'œuvre audiovisuelle. Cette règle ne s'applique pas aux œuvres ayant peu de perspectives commerciales sur le marché, telles que les courts métrages audiovisuels, les premières ou secondes œuvres d'un réalisateur, les œuvres d'art et d'essai.

Les recettes externes versées au CCA sont constituées de la dotation du gouvernement FWB, des sommes versées par les éditeurs et distributeurs de services de médias audiovisuels, ainsi que des contributions comprenant le remboursement des avances sur recettes de production. En 2020, le budget total alloué au secteur audiovisuel s'est élevé à 34 M€. Sur ce total, 24 M€, soit un peu plus de 70%, représentent l'investissement de la FWB, tandis que 10 M€ proviennent d'investissements directs fournis par les éditeurs et les distributeurs de services de médias audiovisuels, conformément à leurs obligations d'investissement qui seront détaillées ci-dessous (section 2.2.6).

Ces dernières années, le CCA s'est efforcé de diversifier ses partenaires de coproduction et de nouer des relations solides avec des fonds étrangers. En 2020, 16 longs métrages soutenus par le CCA ont été réalisés en coproduction. Sept coproductions ont été réalisées avec la France, deux avec l'Allemagne, et une coproduction avec les Pays-Bas et le Luxembourg respectivement.

Afin d'introduire une demande de financement auprès du CCA, un producteur étranger doit remplir plusieurs conditions :

- ▶ *Avoir un coproducteur de FWB qui soumettra le projet à la commission cinéma : il doit s'agir d'une société de production indépendante enregistrée en Belgique.*
- ▶ *Les projets initiés dans un pays étranger doivent être proposés dans le cadre d'un accord officiel de coproduction internationale.*
- ▶ *Le scénario doit être soumis en français, même si le film est tourné dans une autre langue.*
- ▶ *Fournir une copie sous-titrée du film si celui-ci n'est pas tourné en français.*
- ▶ *Un seuil minimum de financement de 40% dans le cas d'un long métrage doit être mis en place au stade de la soumission du projet.*
- ▶ *Le projet doit répondre aux critères d'évaluation (test culturel).*
- ▶ *Le montant accordé au projet doit être dépensé en Belgique et principalement dans la FWB.*

Fonds Séries

Le Fonds Séries⁹ est le fonds FWB/RTBF pour les séries belges. Il représente une initiative originale et unique née en 2013, lorsque le gouvernement de la FWB - par le biais du CCA - et le média de service public RTBF ont décidé de mettre en commun leurs ressources afin d'apporter un soutien spécifique au développement et à la production de séries télévisées, souhaitant explorer ce format particulier jusqu'alors peu développé en Belgique, mais qui promettait un grand potentiel. Un fonds commun a été créé, géré conjointement par les deux institutions. La combinaison des contributions des deux institutions a permis d'augmenter la qualité de la production, ainsi que de contribuer à l'émergence de nouveaux talents d'écriture par le biais de divers programmes de formation et d'ateliers destinés aux auteurs, scénaristes, producteurs et réalisateurs.

Selon l'article 13 du contrat de gestion, la RTBF finance le Fonds Séries à hauteur de 25% du montant qu'elle alloue à la production indépendante. Quant à la FWB, elle contribue à hauteur de 546.000 € à partir du Fonds spécial dédié à la création audiovisuelle, et à hauteur de 800.000 € supplémentaires engagés sur le budget de la Fédération.

L'appel à projets est annoncé trois fois par an. Il y a trois phases de développement : phase 1 (écriture), phase 2 (développement) et phase 3 (production) :

- ▶ Pour les projets sélectionnés pour la phase 1 (pilote avec dialogue, court synopsis des autres épisodes de la série, production et achat des droits), le financement disponible est de 35.000 € (jusqu'à 30.000 € pour les auteurs et 5.000 € pour le producteur du pilote).
- ▶ Pour les projets sélectionnés par le Comité de sélection en phase 2, le financement maximum disponible est de 202.500 € pour le développement ultérieur, libéré au fur et à mesure que les versions dialoguées des épisodes sont acceptées : jusqu'à 16.750 € par épisode pour les auteurs, 3.250 € par épisode pour le producteur, et 30.000 € pour produire un pilote court de 10 minutes (teaser).
- ▶ Phase 3 (aide à la production) : 117.600 € par épisode de 52 minutes, soit 1.176.000 € pour 10 épisodes (dont 235.000 € d'aide au développement et 941.000 € d'aide à la production).

Il convient de noter que le Fonds a certaines limites :

- ▶ L'intervention ne peut pas dépasser 50% du budget global de la production.
- ▶ Il existe des plafonds budgétaires fixés à 275.000 € par épisode de 52 minutes en saison 1, et 330.000 € par épisode en saison 2. Sous certaines conditions, ces plafonds peuvent encore être augmentés de 20% (saison 1) et de 30% (saison 2).
- ▶ Chaque saison doit comporter 8 à 10 épisodes de 52 minutes (une fois par an, l'appel est également ouvert pour des formats de 26 minutes).

La RTBF s'était engagée à diffuser au moins quatre séries télévisées belges francophones par an d'ici 2020. Cependant, moins de séries que prévu parviennent effectivement à atteindre les phases finales de développement. En 2020, trois projets ont été approuvés, et en 2019, la RTBF n'a pas fourni les 25% prescrits du montant destiné aux productions indépendantes¹⁰.

Néanmoins, le Fonds est généralement considéré comme une réussite car il a donné naissance à des séries très innovantes et saluées par la critique, dont certaines ont été vendues à l'étranger, y compris chez des acteurs majeurs comme Netflix¹¹.

⁹ <https://audiovisuel.cfwb.be/aides/fonds-fwrtbf/fonds-series/>

¹⁰ https://www.csa.be/wp-content/uploads/2021/01/CSA_Avis-RTBF-Ex2019.pdf

¹¹ Par exemple « Ennemi public », « La trêve » et « Unité 42 ».

Fonds spécial

Le Fonds spécial¹² est un crédit budgétaire géré par le CCA et destiné à stimuler la coproduction d'œuvres audiovisuelles entre la RTBF et des producteurs indépendants. Depuis sa création en 2013, le Fonds spécial est exclusivement consacré au cinéma de fiction (longs et courts métrages), aux documentaires et à l'animation.

Le Fonds doit apporter son soutien à au moins trois longs métrages de fiction cinématographique par an, pour un montant maximum de 375.000 € par projet, ainsi que le soutien aux documentaires pour un montant maximum de 50.000 € par projet. Le montant de l'aide accordée doit être intégralement dépensé en Belgique et principalement dans la Région Wallonne ou dans la Région bilingue de Bruxelles-Capitale.

Le budget annuel du Fonds spécial est de 1.368.681 €. En 2020, la répartition du Fonds spécial était la suivante : 900.998 € pour les longs métrages, 427.683 € pour les documentaires et 40.000 € pour les courts métrages.

La RTBF exerce un droit de tirage sur le Fonds spécial pour les projets qu'elle décide de coproduire. Le choix des projets à coproduire est laissé à la RTBF. En contrepartie de ce droit de tirage, elle a l'obligation d'investir sur ses fonds propres un quart du budget annuel, au-delà du seuil de 25% des recettes publicitaires nettes encaissées, après déduction de la TVA et des commissions de régie. En 2020, cette obligation s'est élevée à 1.383.627 €.

Wallimage

Wallimage¹³ a été créée en 2001 sous la forme d'une société anonyme détenue à 100% par le Gouvernement de la Région wallonne avec pour objectif de créer de l'emploi tout en favorisant le développement de l'industrie audiovisuelle locale. Son action s'articule autour de deux sociétés : Wallimage et Wallimage Entreprises, qui financent des sociétés ayant leur siège social ou opérationnel en Wallonie et qui innovent dans le secteur audiovisuel.

Doté d'un budget annuel de 6,5 M€, Wallimage est un fonds de coproduction qui offre un soutien aux sociétés de production indépendantes désireuses de financer tous types d'œuvres audiovisuelles : fictions, documentaires, longs métrages, longs métrages d'animation et séries.

Même si certains critères culturels doivent être respectés (le règlement de Wallimage exige que l'œuvre réponde à au moins cinq des dix critères, tels que le lien avec des thèmes et des questions pertinents pour la Belgique, une action se déroulant en Belgique, un réalisateur/scénariste/acteur belge, etc.), le principal critère est le potentiel commercial du projet : les retours sur investissement potentiels, les revenus et les emplois qu'il peut générer en Wallonie. Wallimage finance entre 20 et 25 % des dépenses audiovisuelles générées en Wallonie.

Le demandeur est tenu de prouver qu'au moins 30% du financement total est déjà assuré. Dans le cas de séries télévisées animées, cette part s'élève à 50%. Le montant maximum attribuable est de 400.000€ par projet et, spécifiquement dans le cas des documentaires, le soutien est limité à 20% du budget total de la production.

¹² <https://audiovisuel.cfwb.be/aides/fonds-fwb-rtbf/fonds-special-fwb-rtbf-asso/>

¹³ <https://wallimage.be/fr>

Une pratique intéressante et peut-être inspirante est que le fonds soutient également la production de formats télévisés non scénarisés (tels que les magazines, les talk-shows, les divertissements, les émissions de télé-réalité...) sous la forme d'une aide au développement et à la production d'un pilote. Il s'agit d'une forme unique de soutien à un genre qui n'a pas de valeur culturelle particulière mais qui a un énorme potentiel en termes de popularité et donc de revenus qu'il peut générer pour le secteur. Chaque projet sélectionné peut recevoir jusqu'à 60.000 €, ce qui représente un maximum de 80% du budget total du pilote. Les conditions sont que les fonds soient dépensés pour des prestataires et des talents wallons, et qu'une lettre d'intérêt soit fournie par un service de média audiovisuel (linéaire ou non-linéaire).

Une valeur ajoutée est le potentiel international de ces formats - car cela signifie que le format pourrait potentiellement être vendu à l'étranger et générer encore plus de revenus. Depuis le lancement du premier appel à projets en 2016, 22 des 53 projets introduits ont été soutenus, et le budget global disponible pour cette niche a augmenté en raison de la qualité croissante des candidatures.

En effet, l'objectif de Wallimage en tant que fonds économique est de soutenir les productions qui engageront des dépenses importantes en Wallonie. Les coûts éligibles correspondent aux dépenses engagées en Région wallonne dans le domaine de l'audiovisuel. Les règles de dépenses imposent au producteur de dépenser au moins 300.000 € en Wallonie, soit un minimum de 150% de l'investissement demandé (pour les documentaires, l'exigence de dépenses est limitée à un minimum de 75.000 € et 20% du budget de production). Les dépenses doivent avoir un lien avec le secteur audiovisuel, par exemple être consacrées à des services fournis par des entreprises ou des particuliers travaillant dans le secteur audiovisuel, à des coûts liés à la location ou à l'achat de matériel audiovisuel, à la location de décors, de camions pour le transport du matériel de tournage, etc.

Les investissements réalisés entre 2001 et 2019 se sont élevés à 90 millions d'euros, ce qui a généré 384 millions d'euros d'activité économique en Wallonie. En outre, au cours des cinq dernières années, l'effet multiplicateur de ces investissements a atteint un ratio de 5,6 ; en 2019, le retour sur investissement pour la Wallonie aurait atteint 571%.

Grâce aux effets combinés du Tax Shelter et de Wallimage, on considère généralement que les producteurs peuvent voir jusqu'à deux tiers de leurs dépenses en Wallonie couvertes (Wallimage couvrant en moyenne 25 % des dépenses et le Tax Shelter jusqu'à 41% pour autant que toutes ses conditions soient remplies).

En ce qui concerne les types d'œuvres soutenues, le Rapport 2019 de Wallimage¹⁴ a souligné un fait plutôt intéressant et peut-être inattendu : alors qu'en 2018 le rapport entre les investissements dans le cinéma et la télévision était de 78/22, en 2019 l'équilibre s'est inversé, le montant des investissements dans les projets télévisuels étant presque équivalent à celui des œuvres cinématographiques (49/51), un fait qui reflète la volonté des producteurs de diversifier leurs activités.

Screen.brussels

Reconnaissant que le secteur audiovisuel représente une composante importante de l'industrie culturelle et créative de la région, et inspiré par le succès de Wallimage, le Gouvernement de la Région de Bruxelles-Capitale a exprimé sa volonté de le promouvoir dans le cadre des actions prioritaires de la stratégie 2025. Afin de promouvoir Bruxelles comme le plus grand pôle médiatique de Belgique (près

¹⁴ <https://cms.wallimage.be/sites/default/files/2020-01/2019%20-%20bilan%20chiffre%20C3%A9%20de%20wallimage%20coproductions.pdf>, p. 2.

de la moitié des médias belges ayant leur siège à Bruxelles), il a été décidé de créer un point d'entrée unique pour le soutien à l'industrie en réunissant sous un même toit toutes les agences régionales impliquées dans le développement de l'industrie audiovisuelle.

Le fonds opère donc sous une marque ombrelle Screen.brussels¹⁵ qui, en plus de financer les productions qui dépensent une partie de leur budget dans la Région de Bruxelles-Capitale, rassemble d'autres services de soutien tels que la logistique de tournage, agissant ainsi comme un guichet unique pour l'industrie audiovisuelle de la Région de Bruxelles. Son budget annuel est de 3 M€.

Le fonds fonctionne comme un système de coproduction dans lequel, pour être éligible, la production de l'œuvre audiovisuelle doit être considérée comme enrichissant le patrimoine de la région bruxelloise (comme se dérouler à Bruxelles, utiliser des talents bruxellois, etc.), et prouver qu'un pourcentage du financement total de la production a déjà été acquis. Ce pourcentage s'élève à 40% pour les formats longs métrages, séries télévisées, documentaires ou animation, 60% pour les formats spéciaux (XR, jeux vidéo, formats audio, autres formats hybrides, etc.) et 80% pour les formats web séries.

L'objectif du fonds étant de dynamiser l'économie de la Région, seules les dépenses engagées dans la région de Bruxelles-Capitale et facturées par des entreprises assujetties à la TVA ou des travailleurs indépendants ayant à la fois leur siège social et leur lieu d'activité dans la région de Bruxelles-Capitale sont considérées comme éligibles. Le demandeur doit s'engager à dépenser un montant minimum dans la région : 250.000 € pour les formats longs métrages et les séries télévisées, 75.000 € pour les documentaires, les séries d'animation et les formats spéciaux, 45.000 € pour les formats web séries, et 30.000 € pour les formats audio (podcast, livre audio, etc.).

En tout état de cause, les dépenses audiovisuelles éligibles doivent être au moins égales au montant demandé à Screen.brussels. Comme pour Wallimage, ces dépenses peuvent être les mêmes que celles effectuées dans le cadre du régime fédéral de Tax Shelter.

En 2019, on estime que l'investissement pour un total de 3 M€ a généré 37 M€ de dépenses audiovisuelles pour Bruxelles¹⁶. Au total, 50% de ces productions ont été réalisées par des réalisateurs bruxellois et 90% ont été produites par des producteurs bruxellois.

2.2.5. Incitants fiscaux

La Belgique offre une incitation fiscale par le biais du régime fédéral appelé Tax Shelter¹⁷, permettant aux sociétés belges ou étrangères établies en Belgique d'investir dans des œuvres destinées au cinéma ou à la télévision et d'obtenir en retour une déduction fiscale réduisant le bénéfice imposable. Le système a été introduit en 2003 à l'initiative conjointe du ministère fédéral belge des Finances et du secteur audiovisuel, dans le but d'encourager la production d'œuvres audiovisuelles et cinématographiques en Belgique, notamment pour attirer les coproductions européennes et en particulier celles provenant de la France et des Pays-Bas voisins.

Le système est ouvert aux productions belges ainsi qu'aux coproductions internationales qualifiées avec la Belgique, pour la production des œuvres suivantes :

- ▶ *Les œuvres audiovisuelles européennes, qui englobent : un film de fiction, d'animation ou*

¹⁵ <https://screen.brussels/fr>

¹⁶ <https://screen.brussels/sites/default/files/screen-brussels-bilan-2019-en-infographies.pdf>.

¹⁷ https://finances.belgium.be/fr/entreprises/impot_des_societes/avantages_fiscaux/tax-shelter-production-audiovisuelle

documentaire destiné à une exploitation cinématographique ; une série télévisée de fiction ou d'animation ; un programme télévisé documentaire ; un téléfilm de longue durée de fiction ; les séries destinées aux enfants et aux jeunes.

▶ *Les productions internationales dans les catégories suivantes : long métrage, documentaire ou film d'animation destiné au cinéma.*

Il fonctionne de la manière suivante : un certificat fiscal est délivré à la demande d'une société belge à des investisseurs locaux, sur la base d'un accord-cadre et des dépenses effectuées pour la production et l'exploitation de l'œuvre. L'investisseur doit effectuer son paiement intégral dans les trois mois suivant la signature de l'accord-cadre.

La valeur fiscale du certificat Tax Shelter est de :

- ▶ *70% des dépenses de production et d'exploitation éligibles, réalisées dans l'Espace économique européen, dans la mesure où il s'agit de dépenses directement liées à la production de l'œuvre,*
- ▶ *avec un montant maximum égal à 10/9 du montant des dépenses de production et d'exploitation réalisées en Belgique, dont 70% sont des dépenses directement liées à la production.*

Le montant total des valeurs fiscales relatives aux certificats Tax Shelter émis pour une œuvre ne peut excéder 15 M€. Cet incitant offre des avantages tant pour les investisseurs que pour les producteurs. Pour les producteurs, le Tax Shelter peut fournir le financement d'une partie importante de leurs dépenses de production éligibles, c'est-à-dire un financement supplémentaire allant jusqu'à 25-30% du total des dépenses éligibles dans l'Espace économique européen. Il permet de financer jusqu'à 40-45% des dépenses éligibles en Belgique. L'investisseur obtient une exonération fiscale temporaire pour la période de signature de la convention sur la base des sommes versées, un rendement de l'économie d'impôt de 5,30 % par an et un rendement des sommes versées égal au taux Euribor 12 mois + 450 points de base.

En général, le système est considéré comme inestimable pour l'industrie et comme un moteur important de sa croissance et de son développement. On estime également qu'il a un impact positif sur la création d'emplois supplémentaires dans le secteur et qu'il stimule la croissance des infrastructures et l'émergence ou l'expansion des sociétés de services belges.

Les chiffres officiellement disponibles sur le nombre de travaux financés par le Tax Shelter et les investissements réalisés semblent confirmer cette impression. De 2003 à 2020, un total de 3.175 œuvres a été approuvé : 1.932 longs métrages, 293 courts métrages, 579 documentaires, 117 séries d'animation et 254 téléfilms de longue durée.

En 2020, 290 œuvres audiovisuelles ont été approuvées comme éligibles, avec plus de 134 millions d'euros d'investissements dans le secteur audiovisuel au niveau national, dont 79 millions d'euros dans la FWB.

Comme mentionné précédemment, le système est conçu de manière à attirer les sociétés de production étrangères, à condition qu'un accord de coproduction existe entre la Belgique et le pays d'origine du projet, qui s'associent à des sociétés de production locales afin de bénéficier de l'incitation fiscale. Le plus grand partenaire de coproduction pour la Belgique est la France, en raison de la compatibilité linguistique. Depuis la création du Tax Shelter, le nombre de films à majorité française réalisés en partenariat avec des sociétés de production belges, et dont beaucoup utilisent des lieux de tournage en Belgique, a augmenté de façon exponentielle.

Il existe un certain nombre d'intermédiaires privés du Tax Shelter qui offrent un soutien aux investisseurs en termes de conseils et d'outils nécessaires à la gestion efficace de l'opération. Certains d'entre eux combinent l'offre de solutions de production avec un financement via leurs propres fonds Tax Shelter internes, assistant ainsi leurs partenaires à chaque étape de la production du film : organisation du tournage ou de la postproduction en Belgique, recherche de financements supplémentaires (auprès de fonds régionaux) et mise en place de la structure de coproduction.

2.2.6. Obligations d'investissement et prélèvements

L'obligation des médias audiovisuels de contribuer à la production d'œuvres audiovisuelles ne fait pas de différence entre les médias audiovisuels linéaires (TV) et non linéaires (VOD) : elle s'applique de la même manière aux éditeurs de services de télévision et aux services à la demande. La nouveauté introduite dans la législation en 2021 concerne la dérogation au principe du pays d'origine en obligeant également les médias audiovisuels étrangers (linéaires et non linéaires) ciblant le public francophone à contribuer financièrement à la production d'œuvres audiovisuelles.

Les distributeurs de services constituent un autre grand groupe d'acteurs soumis à l'investissement ou à un prélèvement.

Aucune obligation d'investissement ou de prélèvement n'est imposée aux cinémas, à l'industrie vidéo ou aux autres acteurs du marché.

Editeurs de services de médias audiovisuels

Ceux-ci peuvent choisir entre l'investissement financier (contribution directe) dans l'œuvre audiovisuelle sous forme de coproduction ou de pré-achat de droits, ou un prélèvement, c'est-à-dire une contribution indirecte au fonds cinématographique CCA. Ils sont tenus d'informer la CCA et le CSA du mode d'investissement choisi avant le 15 février de chaque année.

Le montant annuel est calculé en fonction de leur chiffre d'affaires de l'année précédente :

- ▶ 0% pour un chiffre d'affaires compris entre 0 et 300.000 € ;
- ▶ 1,4% pour un chiffre d'affaires compris entre 300.000 et 5 M€ ;
- ▶ 1,6% pour un chiffre d'affaires compris entre 5 et 10 M€ ;
- ▶ 1,8% pour un chiffre d'affaires compris entre 10 et 15 M€ ;
- ▶ 2% pour un chiffre d'affaires compris entre 15 et 20 M€ ;
- ▶ 2,2% pour un chiffre d'affaires supérieur à 20 M€.

Outre les médias privés dont le chiffre d'affaires est inférieur à 300.000 €, les médias locaux sont exonérés.

RTBF

Contrairement aux médias privés, l'investissement direct pour les médias de service public est obligatoire.

La RTBF est tenue d'entretenir des partenariats étroits avec le secteur de la production audiovisuelle dans son ensemble. Le partenariat avec le secteur peut prendre plusieurs formes : entreprise commune avec les producteurs sur le développement de nouveaux formats de programmes, commandes de production, coproductions, pré-achat de droits de diffusion, achats de formats télévisuels ou sous-traitance technique de production ou de postproduction. A cette fin, la RTBF est tenue d'investir au moins 8% de ses dépenses annuelles de fonctionnement, avec un minimum de 30 M€ par an.

L'obligation de soutenir et de promouvoir la création artistique de la FWB fait partie de la mission de service public des médias de la RTBF, mission dont le respect est contrôlé par le régulateur audiovisuel

CSA. Le régulateur est également chargé de rendre un avis annuel sur le respect de ces obligations par la RTBF.

Le rôle de la RTBF est particulièrement essentiel dans la promotion des productions indépendantes. A cet égard, le contrat de gestion prévoit plusieurs obligations et incitants de soutien :

- ▶ *L'obligation d'investir dans des contrats avec des producteurs audiovisuels indépendants.*
- ▶ *La contribution au Fonds Séries géré conjointement avec le CCA.*
- ▶ *L'investissement dans des œuvres audiovisuelles créatives coproduites avec des producteurs indépendants via le Fonds spécial géré par la CCA.*

Comme pour l'investissement direct, la RTBF doit allouer un minimum de 2,5% de ses dépenses opérationnelles annuelles totales, avec un minimum de 8 M€ par an, à des contrats de coproduction avec des producteurs indépendants situés dans la FWB. Les contrats peuvent porter sur différents genres: téléfilms, longs métrages, documentaires, animations, courts métrages, séries et programmes de streaming. Cependant, au moins 70% de l'investissement doit être réalisé dans des programmes scénarisés : longs et courts métrages (y compris l'animation), téléfilms, (web) documentaires et (web) séries ; avec des sous-quotas spécifiques de 20% pour les (web) documentaires et 25% pour les séries TV belges francophones.

Distributeurs de services de médias audiovisuels

L'obligation d'investissement dans les œuvres audiovisuelles s'impose également aux distributeurs de services de télévision, qui sont également libres de choisir si leur contribution sera directe ou indirecte. Dans le premier cas, la contribution s'élève soit à 2 euros par abonné de l'année précédente, soit à 2,5% des revenus générés par l'activité de distribution de services audiovisuels.

Alors que les médias audiovisuels optent normalement pour des contributions directes (coproductions), la contribution des distributeurs était traditionnellement indirecte, versée au CCA, laissant le fonds cinématographique libre de décider comment et où dépenser l'argent. Toutefois, ces dernières années, les distributeurs ont commencé à s'engager de plus en plus dans des coproductions et/ou des pré-achats, ce qui peut être attribué au fait que, avec l'arrivée de la télévision IP, les opérateurs ne sont plus de simples distributeurs de contenu mais qu'ils regroupent de plus en plus leurs offres et diversifient leurs services.

La coproduction est réalisée par le biais d'accords gérés par le CCA, par lesquels les distributeurs s'engagent à investir au moins 10% du montant total de leur obligation annuelle dans des fictions cinématographiques ou télévisuelles d'initiative belge francophone (dites majoritaires) qui constituent la première ou la deuxième œuvre (hors courts métrages) d'un réalisateur, et au moins 3% dans des œuvres documentaires majoritaires. En outre, les distributeurs s'engagent également à faire leurs meilleurs efforts pour atteindre un taux d'investissement de 35% du montant total de leur obligation annuelle dans les autres œuvres cinématographiques ou télévisuelles majoritaires.

2.2.7. Autres instruments et facteurs contributifs

Suppression des obstacles administratifs

Tous les systèmes de financement disponibles en FWB, ainsi que l'incitation fiscale fédérale Tax Shelter, sont ouverts aux sociétés de production étrangères, qui doivent en faire la demande auprès d'une société de production locale, mais ne se voient imposer aucune autre exigence administrative.

Soutien logistique et infrastructure de tournage

De nombreuses productions internationales cherchant à tourner en Belgique en raison de ses incitations attractives, le pays a développé une solide infrastructure de tournage. Bien qu'elle ne dispose pas d'un grand studio comme d'autres pays européens, elle dispose de nombreuses installations (espaces de studio, location de matériel d'éclairage et de caméra, etc.) répondant aux besoins des productions internationales, même les plus importantes. L'expertise des équipes techniques s'est également développée avec l'expérience des productions internationales, et la Belgique est réputée pour ses techniciens hautement qualifiés.

Les fonds régionaux Wallimage et Screen.brussels fournissent une assistance avec un large éventail de services :

- ▶ recherche de lieux de tournage ;
- ▶ coordination des contacts avec les responsables locaux et la presse ;
- ▶ informations sur les installations audiovisuelles, les services et les équipes locales ;
- ▶ coordination des autorisations de tournage ;
- ▶ logistique ;
- ▶ négociations avec le secteur de l'hôtellerie ;
- ▶ services sur mesure.

Pôles pour les nouvelles formes de création audiovisuelle

TWIST (Technologies wallonnes pour l'image, le son et le texte)¹⁸ est le principal réseau belge d'entreprises regroupant les sociétés actives dans le secteur des technologies numériques audiovisuelles et multimédia. Il s'agit d'un réseau à gestion privée mais constitué en partenariat entre acteurs privés et publics (outre les entreprises privées du secteur, il compte parmi ses membres 5 chaînes de télévision dont la RTBF, des universités et centres de recherche et Wallimage).

Sa mission est de stimuler le développement économique de ses membres et de structurer de manière générale le secteur dans son ensemble. On estime que le secteur des technologies numériques audiovisuelles et multimédias en Wallonie réalise un chiffre d'affaires de 1 milliard d'euros, et qu'il crée 5.000 emplois directs et 2.000 emplois indirects. En effet, le nombre de membres au sein de TWIST a presque triplé après six ans d'existence. Aujourd'hui, il regroupe près de 80% des secteurs audiovisuels et multimédias wallons.

TWIST s'adresse à trois types de clients : les producteurs de contenus (cinéma, télévision, animation, multi-écrans), les chaînes de télévision (développement de technologies innovantes et prestation de services), et les acteurs de la communication et de l'événementiel (Internet, web, mobile, multi-écrans, réalité augmentée, etc.). Le réseau reste ouvert à toutes les filières et à tous les acteurs du secteur audiovisuel.

Il convient également de mentionner que la nécessité de soutenir les nouvelles formes de création audiovisuelle est de plus en plus reconnue par les organismes publics :

- ▶ *Par le biais de sa composante Wallimage Entreprises, le fonds régional wallon finance les entreprises dont le siège social ou opérationnel est situé en Wallonie et qui innovent dans le secteur audiovisuel : industrie cinématographique (postproduction son, image, VFX, lieux de tournage, etc.), solutions technologiques audiovisuelles, gaming, entreprises développant des contenus innovants, agences de création numérique dédiées aux technologies audiovisuelles*

¹⁸ <https://www.twist-cluster.com/welcome.htm?lng=fr>

(VR, AR, 3D, etc.), développeurs d'applications mobiles si le contenu proposé est basé sur le storytelling, etc. Wallimage Entreprises intervient en tant qu'actionnaire ou en tant que prêteur. Actuellement, le fonds d'investissement détient des parts dans 27 entreprises et start-ups. Wallimage tient particulièrement à soutenir le développement de l'industrie du jeu. Ces dernières années, Wallimage a investi dans plusieurs studios.

► La plateforme Screen.brussels soutient également l'innovation et axe son soutien sur trois domaines innovants : le développement de nouveaux modèles d'affaires (coopératives, économie circulaire, entrepreneuriat social, etc.) ; le développement de nouveaux formats d'écriture/nouveaux contenus (podcasts, branded content, vidéos, art numérique, technologies immersives, livres électroniques) ; et le développement et le financement de technologies liées à l'audiovisuel (processus, matériel, logiciels, etc.). L'industrie du jeu a également bénéficié d'un soutien spécifique. En collaborant avec les fédérations de jeux d'autres régions, le pôle a permis d'étendre le Tax Shelter aux jeux vidéo. Il propose également des formations professionnelles dans un certain nombre de secteurs tels que les effets visuels (VFX).

Soutien à la distribution

Le CCA apporte un soutien à la distribution et à la promotion de la première édition des films et programmes sur DVD/Blu-Ray : longs métrages belges de langue française dont la première sortie en salles en Belgique a eu lieu dans les 12 mois précédant la demande ; longs métrages belges de langue française qui ne sont pas sortis en salles en Belgique et dont la première présentation dans des festivals en Belgique ou à l'étranger a eu lieu dans les 12 mois précédant la demande ; programmes composés d'au moins 5 productions majoritaires belges de langue française de court ou moyen métrage (d'une durée minimale de 70 minutes), dont la première présentation dans des festivals en Belgique ou à l'étranger a eu lieu dans les 20 mois précédant la demande.

L'aide peut être accordée à hauteur de 2.000 € pour un DVD, ou 4.000 € pour une édition DVD et Blu-Ray. Une aide supplémentaire de 500 € est accordée en cas de sous-titrage du film spécifiquement adapté aux sourds et malentendants et/ou d'audiodescription en français destinée aux aveugles et malvoyants. En tout état de cause, l'aide ne peut excéder 50% des coûts d'édition du DVD et/ou du Blu-Ray¹⁹.

Promotion et visibilité

Wallonie-Bruxelles Images²⁰ (WBIimages) est l'agence officielle de promotion internationale de l'industrie audiovisuelle de la FWB. Elle est cofinancée et cogérée par le CCA et Wallonie Bruxelles International, organisme chargé des relations internationales au sein de la FWB. La mission de WBIimages est de favoriser le rayonnement international des films francophones belges en organisant et en participant à des événements promotionnels, en assurant une présence dans les festivals et marchés internationaux, ainsi qu'en facilitant l'accès des professionnels de Wallonie et de Bruxelles au marché audiovisuel.

L'Académie André Delvaux²¹, créée en 2010 par l'Association des producteurs de films francophones (UPFF) et Pro Spère, association de créateurs et d'interprètes de l'audiovisuel et du cinéma, se veut un outil de promotion du cinéma belge francophone principalement auprès du public national. Actuellement, son principal projet consiste en l'organisation de la cérémonie annuelle des « Magritte du Cinéma »²², pendant belge des César français.

¹⁹ <https://audiovisuel.cfwb.be/aides/aide-promotion-diffusion/aide-edition-dvd-bluray/>

²⁰ <http://www.wbimages.be/>

²¹ https://www.lesmagritteducinema.com/academie_andre_delvaux.php

²² <https://www.lesmagritteducinema.com/>

Aide à la formation

Chaque année, le CCA offre une aide aux professionnels de l'audiovisuel pour la participation à des formations dans le domaine de l'audiovisuel (écriture, production, distribution, marketing, aspects juridiques, etc.), visant à approfondir leurs connaissances théoriques et pratiques. Plus de 230 cours de formation sont disponibles, organisés par des organisations belges et internationales reconnues, y compris les cours de formation organisés par le programme Europe Créative - MEDIA²³.

Le CCA prend en charge jusqu'à 50% des frais d'inscription, avec un maximum de 1.250 € par aide. L'aide est accessible aux producteurs, professionnels et diplômés du secteur audiovisuel, de nationalité belge ou ressortissants d'un État membre de l'Espace économique européen, et résidant en Région wallonne ou en Région bilingue de Bruxelles-Capitale.

2.3. IRLANDE

2.3.1. Faits marquants et bonnes pratiques

- ▶ *Le cas de l'Irlande démontre comment la position précédemment défavorable à côté d'un marché audiovisuel beaucoup plus vaste et dominant peut être transformée en un environnement concurrentiel pour la production audiovisuelle nationale et étrangère.*
- ▶ *L'Irlande propose l'un des ensembles de mesures et de régimes de soutien les plus vastes, les plus diversifiés, les plus souples et les plus rapidement adaptables.*
- ▶ *L'une des caractéristiques les plus remarquables du pays est son environnement fiscal extrêmement favorable, l'un des plus compétitifs au monde, combinant des incitations fiscales universelles et d'autres spécifiques au cinéma.*
- ▶ *La gouvernance décentralisée du secteur est partagée entre l'État, les institutions publiques orientées vers la culture et les entreprises, avec un haut degré de dialogue avec l'industrie et les professionnels.*
- ▶ *Un groupe de pilotage interministériel de haut niveau, composé de représentants des ministères et agences impliqués dans l'industrie audiovisuelle, supervise la mise en œuvre du Plan d'Action audiovisuel.*
- ▶ *Les principaux documents stratégiques du gouvernement contiennent de fortes références aux potentiels du secteur audiovisuel et un engagement à agir, ainsi que des fonds spécifiques (importants) pour un soutien ciblé à des segments commerciaux individuels, ainsi que des objectifs culturels et sociétaux, démontrant une politique publique exemplaire orientée vers le succès de ce segment des industries créatives.*

2.3.2. Cadre politique et de gouvernance

Comme d'autres pays de l'Union européenne, l'Irlande a pris du retard dans la transposition de la Directive SMA révisée. L'examen pré législatif du projet de loi 2020 sur la sécurité en ligne et la réglementation des médias (le projet de loi) a commencé en avril 2021 et n'est pas encore terminé au moment de la finalisation de la présente étude. Lorsqu'il sera promulgué, le projet de loi transposera la Directive SMA en droit irlandais et aura des implications importantes sur d'autres pays, dans la mesure où l'Irlande sera responsable de la réglementation des plateformes transnationales dont le siège européen est établi en Irlande, comme Google, Meta, Apple et TikTok.

²³ https://docs.google.com/spreadsheets/d/e/2PACX-1vRIIxt-ynTVAJ7pz5SL95vt2YIhFChVYXRQyOknLSfbPOD9cig-ME1pQhvu2JvAFAl_BntVUZOSRfAiD/pubhtml

L'approche actuelle du secteur audiovisuel repose d'abord, comme pour les autres secteurs économiques, sur un système fiscal destiné à clairement attirer les investissements étrangers, notamment par un taux d'impôt des sociétés très compétitif (12,5%), ce qui a contribué à la décision de la plupart des entreprises technologiques mondiales d'utiliser l'Irlande pour leur siège européen. Dans le secteur audiovisuel, le système est complété par d'autres incitations fiscales, telles que le crédit d'impôt « Section 481 », le bénéficie d'un crédit d'impôt de 25 % sur les dépenses en recherche et développement, l'allègement des dépenses de propriété intellectuelle et la TVA à taux zéro sur certains biens et services.

La politique cinématographique du pays est soutenue par un Plan d'Action audiovisuel²⁴, qui fixe des priorités stratégiques de haut niveau dans le but de développer une production médiatique et un secteur audiovisuel dynamiques, et d'apporter de nouvelles opportunités économiques.

L'initiative gouvernementale Global Ireland 2025²⁵ reconnaît également l'importance du patrimoine culturel irlandais pour mettre l'Irlande sur la scène mondiale et exprimer l'identité nationale. Elle vise à promouvoir les arts, le patrimoine et la culture irlandais auprès de nouvelles générations et de nouveaux publics dans le monde entier et prévoit de doubler la taille du secteur irlandais de la production cinématographique par le biais du fonds cinématographique Screen Ireland, qui a reçu 200 millions d'euros pour un programme d'investissement sur 10 ans.

Dans le secteur de la production de contenu, il existe un modèle de gouvernance décentralisé avec un haut degré de communication directe avec l'industrie et les professionnels de l'audiovisuel. Les principales responsabilités sont partagées par les organismes gouvernementaux ou les agences indépendantes suivants :

- ▶ *Le ministère du Tourisme, de la Culture, des Arts, de la langue gaélique, du Sport et des Médias est responsable de l'élaboration des politiques dans le domaine de la protection et de la mise en valeur du patrimoine et des biens culturels de l'Irlande, en ce compris la politique audiovisuelle.*
- ▶ *Screen Ireland est l'agence de développement de l'industrie irlandaise du cinéma, de la télévision et de l'animation.*
- ▶ *Le régulateur des médias audiovisuels, la Broadcasting Authority of Ireland (BAI), qui sera bientôt remplacée par la Media Commission.*
- ▶ *Enterprise Ireland est responsable du développement et de la croissance des entreprises appartenant à des Irlandais et de l'assistance aux entreprises dans tout le pays, y compris celles impliquées dans l'animation, le cinéma, les jeux, la postproduction et la réalité virtuelle.*
- ▶ *IDA Ireland est l'agence nationale d'investissement et de promotion qui vise à promouvoir et à soutenir les investissements étrangers en Irlande.*

2.3.3. Marché et industrie

Pendant des décennies, le marché audiovisuel irlandais a été dans l'ombre de celui de son voisin britannique. La proximité géographique, culturelle et linguistique avec le marché britannique, qui est l'un des plus grands et des plus forts d'Europe, a eu un impact significatif sur le développement des industries nationales du cinéma et de la télévision en Irlande.

²⁴ <https://www.gov.ie/en/publication/de571-implementation-of-the-audiovisual-action-plan-second-progress-report/>

²⁵ <https://www.ireland.ie/media/ireland/stories/globaldiaspora/Global-Ireland-in-English.pdf>

Les données de l'Observatoire européen de l'audiovisuel indiquent que la langue du pays est importante en termes de performance de son marché audiovisuel²⁶. En 2017, l'Irlande était le principal marché d'exportation des films britanniques, avec 1.423 films (10 % des exportations de films britanniques) et le Royaume-Uni était le principal marché d'exportation des films irlandais, avec 89 films (12 % des exportations de films irlandais).

Dans leur étude sur le potentiel du marché audiovisuel irlandais, Olsberg SPI et Nordcity ont constaté que les films et les programmes de télévision, qu'ils soient produits par des producteurs irlandais ou étrangers, entraînent des dépenses importantes en Irlande pour les acteurs et les équipes, ainsi que pour l'achat de fournitures et de services locaux²⁷. Par exemple, les dépenses liées à la production indépendante de films et de programmes télévisés en Irlande ont totalisé 290 M€ en 2016. À la suite de leur évaluation, qui a permis de déterminer que l'Irlande pouvait doubler le nombre d'emplois dans ce secteur en cinq ans, le Ministre de la Culture a lancé un nouveau programme d'incitation d'une valeur de 200 millions d'euros. L'industrie irlandaise de l'audiovisuel et de l'animation représente actuellement plus d'un milliard d'euros pour l'économie irlandaise, et ce nouveau plan promet non seulement de doubler le nombre d'employés à temps plein de l'industrie, pour atteindre un nombre estimé à 24.000, mais aussi de faire passer sa valeur brute à près de 1,4 milliard d'euros²⁸.

L'Irlande a également une longue histoire dans l'industrie des jeux et c'est un domaine dans lequel le gouvernement voit de nouvelles opportunités de développement, y compris dans des zones situées en dehors de la capitale ou d'autres grandes villes.

2.3.4. Fonds et subventions

Le plan national « Investir dans notre culture, notre langue et notre patrimoine 2018-2027 » prévoyait un investissement de 200 M€ dans la production médiatique et l'industrie audiovisuelle par l'intermédiaire de Screen Ireland, qui a jusqu'à présent connu une augmentation annuelle de sa dotation financière dans les budgets de 2019, 2020 et 2021. En 2020, en plus de son allocation budgétaire, Screen Ireland s'est vu attribuer un financement supplémentaire pour le soutien continu au secteur audiovisuel s'adaptant aux réalités du Covid-19.

Screen Ireland

Screen Ireland²⁹ a remplacé l'Irish Film Board (IFB) en 2018 dans le cadre du plan national susmentionné. Le nouveau nom indiquait les intérêts croissants du fonds de soutien au-delà du monde du cinéma.

Le financement par Screen Ireland est basé sur des prêts remboursables. En tant que seule source de financement public pour les longs métrages orientés vers une sortie en salle, Screen Ireland se concentre principalement sur les œuvres en Irlande qui sont faites pour être montrées sur grand écran. D'autres objectifs sont orientés vers le soutien d'autres œuvres audiovisuelles de haute qualité. Les programmes de financement actuellement disponibles couvrent un éventail remarquablement diversifié d'aspects et de genres de la production audiovisuelle, allant du développement de l'équipe, de la stratégie et du soutien à la planification financière, du développement de fictions télévisées, du développement d'animations télévisées, de la présentation d'acteurs, du développement de scénaristes, au soutien à la distribution et à la publicité et à la constitution d'un public.

²⁶ <https://rm.coe.int/the-circulation-of-eu-non-national-films-cinema-tv-and-tvod/16808b35a2>

²⁷ https://www.screenireland.ie/images/uploads/general/Olsberg_Report.pdf

²⁸ <https://www.creativeireland.gov.ie/en/news/new-government-plan-set-to-double-employment-in-irish-audiovisual-sector/>

²⁹ <https://www.screenireland.ie/>

Les critères culturels sont inscrits dans le processus décisionnel d'octroi des subventions. Une « forte préférence » est accordée aux soumissions de projets qui :

- ▶ *sont conçus, écrits, produits et/ou réalisés par des talents irlandais ;*
- ▶ *impliquent des talents irlandais nouveaux et émergents dans des rôles créatifs clés ;*
- ▶ *racontent des histoires irlandaises, s'inspirant de la culture, de l'histoire et du mode de vie de l'Irlande et les décrivant ;*
- ▶ *dépeignent la vision irlandaise du monde et d'elle-même.*

En outre, une « attention sérieuse » est accordée :

- ▶ *aux projets fortement irlandais (en termes de cadre, de personnages, etc.) qui doivent être réalisés par des talents non irlandais, lorsque les antécédents du réalisateur donnent à Screen Ireland une assurance de qualité ;*
- ▶ *aux projets impliquant un producteur irlandais en tant que coproducteur minoritaire, lorsque Screen Ireland est convaincu de la qualité du projet et que le montant de l'investissement de Screen Ireland correspond au niveau d'implication du personnel, des éléments et des installations irlandais dans le projet ;*
- ▶ *aux soumissions d'œuvres réalisées entièrement ou principalement en langue gaélique.*

Des critères culturels sont également examinés au cours du processus d'évaluation. Un projet n'est pris en considération pour un financement de production que si la société de production peut démontrer qu'il apporte une contribution significative et continue à la culture et au développement de l'industrie du film et de la télévision en République d'Irlande³⁰.

Arts Council

Arts Council of Ireland³¹ est l'agence gouvernementale irlandaise chargée de développer les arts. Il s'agit depuis longtemps (depuis 1951) d'un organisme autonome agissant sous l'autorité du ministère de la Culture, du Patrimoine et de la langue gaélique. Sa mission est de gérer le financement public des arts (architecture, cirque, danse, cinéma, littérature, musique, opéra, arts de la rue, cinéma, arts visuels).

Dans le secteur du cinéma, son rôle complète celui de Screen Ireland en termes de financement en soutenant les films et documentaires expérimentaux, imaginatifs et hautement créatifs. Il finance également des activités visant à développer le public des salles de cinéma, la numérisation des cinémas, les prix et les festivals de cinéma.

L'Arts Council joue également un rôle important dans le secteur de la télévision, où il complète le travail des médias publics RTÉ, TG4 et du régulateur des médias BAI.

Cine 4

Les médias audiovisuels contribuent également au développement de l'industrie audiovisuelle. Cine4³² est une initiative entre TG4, Screen Ireland et BAI visant à développer des longs métrages originaux en langue irlandaise. À ce jour, 9,6 M€ ont été alloués dans le cadre de ce dispositif. En 2019, un sous-régime de 575.000 € a été lancé afin de développer une fiction destinée au public adolescent.

³⁰ https://www.screenireland.ie/images/uploads/general/Production_Funding_Guidelines_2019_1.pdf

³¹ <https://www.artscouncil.ie/home/>

³² <https://www.cine4.ie/about-cine4/>

Broadcasting Authority of Ireland (BAI)

BAI³³ est l'autorité de régulation des médias d'Irlande. BAI est un régulateur traditionnel des médias audiovisuels, qui gère également le Broadcasting Fund³⁴, qui accorde des financements pour les programmes de radio et de télévision, pour l'archivage de contenus liés à la culture, au patrimoine et à l'expérience irlandaise, et participe à un programme de coproduction.

Sound & Vision 4 est un programme de financement des programmes de télévision et de radio, financé par le Broadcasting Fund, est alimenté par 7 % des recettes annuelles nettes de la redevance audiovisuelle. Sound & Vision 4 soutient des programmes de haute qualité sur la culture, le patrimoine et l'expérience irlandaise, la radiodiffusion locale et communautaire, ainsi que des programmes visant à améliorer l'alphabétisation des adultes.

Archiving Funding Scheme³⁵ est un programme de financement pour l'archivage de programmes. Il fournit des subventions pour le développement d'une culture de l'archivage dans le secteur des médias audiovisuels irlandais, dans le but de contribuer à la préservation du patrimoine audiovisuel irlandaise.

Le Canada-Ireland Co-development Incentive³⁶ est une collaboration entre le Fonds des médias du Canada (FMC) et (BAI). Il finance le codéveloppement de projets audiovisuels admissibles entre des producteurs du Canada et de l'Irlande.

2.3.5. Incitants fiscaux

L'Irlande a une longue tradition d'incitations fiscales. L'un des impôts sur les sociétés les plus compétitifs au monde (12,5%) constitue la base d'un régime fiscal très favorable³⁷, dans lequel même les mécanismes qui ne sont pas principalement destinés aux producteurs audiovisuels ont des effets positifs sur ce secteur, par exemple le crédit d'impôt pour la recherche et le développement, ainsi que le régime de propriété intellectuelle qui prévoit un amortissement fiscal pour des acquisitions de propriété intellectuelle largement définies et une TVA nulle pour les productions cinématographiques sous certaines conditions. Les incitations fiscales sont gérées par le biais du budget national général.

L'abri fiscal irlandais pour les productions cinématographiques et télévisuelles, établi de longue date et connu sous le nom de « Section 481 », a été remplacé par un crédit d'impôt en 2015. Cette mesure fait suite à une série de modifications antérieures des régimes d'incitation fiscale en place depuis les années 1980 (abri fiscal - Section 481 - à partir de 1997, allègement fiscal - Section 35 - à partir de 1987, et le régime d'expansion des entreprises créé en 1984).

Ce crédit d'impôt permet à une société de production de déduire de son impôt sur les sociétés 32 à 37% des dépenses de production éligibles (tous les acteurs et l'équipe travaillant en Irlande, tous les biens et services obtenus en Irlande et les dépenses de postproduction), avec un maximum de 80 % du budget total de la production ou de 70 millions d'euros par projet, le montant le plus bas étant retenu. Les projets dont les dépenses éligibles sont inférieures à 125.000 € ou dont le coût total de production est inférieur à 250.000 € ne peuvent pas y prétendre.

³³ <https://www.bai.ie/en/>

³⁴ <https://www.bai.ie/en/broadcasting/funding-development-3/>

³⁵ <https://www.bai.ie/en/broadcasting/funding-development-3/#al-block-4>

³⁶ <https://www.bai.ie/en/broadcasting/funding-development-3/#al-block-6>

³⁷ <https://www.idaireland.com/invest-in-ireland/ireland-corporate-tax>

L'incitation fiscale s'applique aux longs métrages, aux téléfilms, aux films d'animation et aux documentaires créatifs, à condition qu'ils passent un « test culturel ». Son objectif est de garantir que le projet contribue à promouvoir la culture irlandaise.

La modification du régime en 2015, le faisant passer d'un abri fiscal à un crédit d'impôt et le rendant plus transparent, a entraîné une augmentation substantielle des projets éligibles et a apporté des avantages à divers genres audiovisuels. En 2019, de nouvelles modifications ont été apportées à l'administration du crédit d'impôt de la Section 481. Outre la prolongation de l'allègement jusqu'au 31 décembre 2024, un nouveau « Regional Uplift » a été introduit pour inciter les productions situées dans des zones définies comme en retard de développement.

2.3.6. Obligations d'investissement et prélèvements

Jusqu'à présent, il n'existe pas de prélèvements sur l'industrie pour le financement de la production cinématographique et audiovisuelle en Irlande.

L'introduction de prélèvements, imposés aux médias audiovisuels nationaux et étrangers est pour l'instant envisagée dans un avenir proche dans le cadre de la transposition de la Directive SMA. La proposition se trouvant toujours dans la procédure législative, la solution finale n'a pas encore été déterminée. Il est estimé que la nouvelle mesure pourrait générer des fonds pour le secteur irlandais de la production indépendante dans une fourchette de 26 à 125 M€ sur cinq ans.

2.3.7. Autres instruments et facteurs contributifs

Soutien logistique et infrastructure de tournage

L'Irlande compte un certain nombre de studios de cinéma et de sociétés de postproduction de classe mondiale. Dans tous les principaux lieux de tournage, il existe des bureaux de cinéma locaux qui offrent un soutien logistique et administratif aux producteurs. Toutes les informations sont facilement accessibles via une carte interactive des infrastructures, qui indique les principaux lieux de tournage, les grands studios et les bureaux locaux³⁸.

Le gouvernement offre également un soutien en capital pour la mise en valeur et la protection des espaces de travail des artistes. En 2019, le ministère de la Culture a lancé un nouveau dispositif d'investissement en capital de 4,7 M€ pour les centres artistiques et culturels.

Supervision de l'industrie par le groupe de pilotage

Un groupe de pilotage de haut niveau a été mis en place pour superviser la mise en œuvre du Plan d'Action audiovisuel depuis 2018. Il est composé de représentants des ministères et organismes suivants impliqués dans l'industrie audiovisuelle :

- ▶ *Ministère du Tourisme, de la Culture, des Arts, de la langue gaélique, du Sport et des Médias*
- ▶ *Ministère des Finances ;*
- ▶ *Ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche, de l'Innovation et des Sciences ;*
- ▶ *Ministère de l'Entreprise, du Commerce et de l'Emploi ;*
- ▶ *Screen Ireland ;*
- ▶ *Broadcasting Authority of Ireland ;*
- ▶ *Enterprise Ireland ;*
- ▶ *IDA Ireland ;*
- ▶ *Office of the Revenue Commissioner.*

³⁸ <https://www.screenireland.ie/map>

Soutien à la distribution et à la promotion

Screen Ireland offre également :

- ▶ une aide à la distribution à hauteur de 90% du budget total de distribution, jusqu'à un montant maximum de 75.000 € ;
- ▶ une aide à la distribution directe à hauteur de 80% du budget total de distribution, jusqu'à un montant maximum de 15.000 € ;
- ▶ soutien à la publicité : jusqu'à un montant maximum de 5 000 €.

Le soutien à la distribution³⁹ couvre les coûts suivants : les coûts de publicité et de promotion des films éligibles sur le marché irlandais, tels que les coûts d'espace média (TV, presse, radio, extérieur, en ligne) ; les coûts de publicité (projections dans les médias, visites de talents, festivals en Irlande ; les frais d'agence de relations publiques ; les coûts de promotion (conception et montage de la bande-annonce, site internet, promotions spéciales, fabrication et distribution de marchandises à des fins promotionnelles).

Le soutien à la distribution est accordé sur la base d'un processus sélectif sous la forme de prêts récupérables sur une partie des recettes d'exploitation du film. Le remboursement de ces prêts est applicable une fois que les dépenses et la commission du distributeur, convenues à l'avance avec Screen Ireland, ont été récupérées.

Soutien aux associations professionnelles

Screen Ireland accorde des subventions aux associations professionnelles, comme par exemple Writers Guild of Ireland, Screen Directors Guild of Ireland et Screen Producers Ireland, pour couvrir leurs coûts opérationnels.

Régimes supplémentaires pour les fictions télévisées

Selon le Plan d'Action audiovisuel, les fictions télévisées présentent un potentiel important de croissance et d'emploi dans le secteur audiovisuel irlandais. On estime qu'un investissement annuel de 10 M€ dans le financement des fictions TV générerait des dépenses de coproduction en Irlande pouvant atteindre 50 M€ par an. Pour 2020, Screen Ireland a reçu 3 M€ supplémentaires à investir dans les fictions télévisées haut de gamme. Le Jobs Stimulus a également annoncé la mise à disposition de 2 M€ supplémentaires pour le Sound and Vision Scheme, et BAI a accordé plus de 2,5 M€ à des projets de fiction.

Nouvelle incitation fiscale pour le secteur des jeux numériques

Une nouvelle incitation fiscale pour l'industrie des jeux numériques, également prévue dans le Plan d'Action, pourrait profiter au développement régional. Les synergies entre un certain nombre de petites entreprises de jeux indépendantes dans les régions et le secteur de l'animation peuvent contribuer à la promotion de l'industrie du jeu dans tout le pays.

Un facteur contributif inattendu est le passage au travail à distance imposé par la pandémie, qui peut représenter une opportunité de croissance pour les entreprises des régions.

³⁹ <https://www.screenireland.ie/funding/distribution-loans/distribution-support/>

2.4. ISLANDE

2.4.1. Faits marquants et bonnes pratiques

- ▶ La production cinématographique et télévisuelle constitue un élément important de l'économie islandaise, qui emploie un nombre significatif de personnes et a un effet positif sur d'autres domaines, notamment le tourisme.
- ▶ L'Islande est un lieu de tournage attrayant pour les productions internationales de premier plan, et ce pour trois raisons principales : ses paysages, ses équipes compétentes et travailleuses, et un système de remise solide.
- ▶ Malgré le succès croissant et les revenus générés par l'industrie cinématographique, le gouvernement a réalisé qu'il devait prendre des mesures proactives afin de maintenir et d'accroître la compétitivité, conscient qu'il existe une concurrence internationale féroce qui offre également un personnel de tournage hautement qualifié, d'excellents services et des incitations fiscales attrayantes, et a élaboré un plan d'action complet pour la décennie.
- ▶ Le gouvernement a également compris que l'augmentation des investissements dans l'industrie cinématographique n'apportera que plus de valeur à l'économie en général. Une grande partie du plan concerne donc le renforcement et l'amélioration des systèmes de financement existants, ainsi que l'introduction de nouvelles incitations fiscales.
- ▶ Une grande importance est accordée à la collaboration entre les acteurs publics et privés : les initiatives publiques et les efforts privés semblent se compléter, avec pour objectif commun de faire du cinéma islandais une marque internationale bien connue.
- ▶ La collaboration du média de service public avec des partenaires de la région nordique, sous les auspices de la plateforme Nordvision, peut être une grande source d'inspiration sur la façon dont les coproductions régionales, la collaboration sur le développement de formats et le partage d'expérience peuvent aboutir à des productions de haute qualité, authentiques et reconnaissables.

2.4.2. Cadre politique et de gouvernance

Malgré sa population très réduite (350.000 habitants), l'Islande a développé une impressionnante production cinématographique et télévisuelle ces dernières années. Le chiffre d'affaires de l'industrie a triplé au cours de la dernière décennie et s'élève en moyenne à environ 178 M€ par an, soit presque autant que celui de l'industrie laitière ou de la viande.

Le cinéma est devenu un élément important de la culture et de l'économie islandaises au cours de la dernière décennie : la part de l'industrie télévisuelle et cinématographique dans le PIB est de 0,6%, et les recettes d'exportation étaient d'environ 107 M€ de 2014 à 2018, sans compter les impacts indirects sur le tourisme et d'autre domaine connexes. Dans le même temps, l'investissement du gouvernement dans les régimes de financement du cinéma s'est élevé à 71 M€, ce qui représente un rendement de 50%.⁴⁰ L'industrie emploie des milliers d'Islandais, avec un nombre croissant de jeunes souhaitant travailler dans ce secteur. En conséquence, le nombre d'entreprises du secteur a doublé en cinq ans, notamment dans la production de films.

L'impact du cinéma est également perceptible dans d'autres secteurs : on estime que pour chaque emploi dans le cinéma, 1,9 emploi est créé ailleurs. Cela est surtout visible dans le tourisme : dans une enquête de l'Office du tourisme islandais en 2019, 34,7% des touristes ont déclaré que la raison de leur

⁴⁰ <https://www.government.is/library/01-Ministries/Ministry-of-Education/200826%20Film%20Policy%20Iceland%20-%20English%20version.pdf>

venue dans le pays était d'avoir vu les paysages islandais sur un écran⁴¹. En effet, le cinéma est un élément important de la façon dont l'Islande se commercialise à l'étranger et attire les touristes étrangers. L'Islande étant membre de l'Espace économique européen, les films et les programmes de télévision produits dans le pays bénéficient du statut de contenu européen et peuvent donc être diffusés en Europe sans que cela n'affecte les quotas de diffusion de contenus non européens. La production islandaise peut également bénéficier de subventions offertes par l'Union européenne et ses États membres.

La politique cinématographique islandaise pour la période 2020-2030 définit quatre objectifs, décomposés en actions individuelles nécessaires pour atteindre l'objectif final, à savoir renforcer les bases de l'industrie :

- ▶ *Créer une culture cinématographique florissante qui promeut l'identité de la nation et soutient sa langue.*

Cet objectif met fortement l'accent sur les institutions et les investissements publics, et appelle à un développement plus poussé du système de soutien public, ainsi qu'à une meilleure coordination entre les différents domaines, tels que le cinéma et la télévision. Parmi les actions spécifiques proposées, on peut relever l'augmentation de la contribution financière au fonds cinématographique IFC ; la création d'un nouveau fonds d'investissement pour les projets télévisés afin de stimuler la production, la vente et la distribution de séries télévisées scénarisées, ainsi que l'utilisation des dividendes du système de remise pour de nouveaux investissements dans ce domaine ; l'élargissement du rôle de l'IFC en fonction du succès accru et de la croissance prévue du cinéma, une plus grande participation de l'industrie télévisuelle aux activités de l'IFC, des efforts de promotion et de marketing plus importants à l'étranger, la facilitation des conférences et des activités éducatives, etc.

- ▶ *Une éducation cinématographique plus diversifiée et plus ambitieuse afin de garantir que le contenu cinématographique islandais soit aussi attrayant que possible et offre une alternative claire au contenu étranger.*

À cette fin, il est prévu de promouvoir l'éducation au cinéma et aux médias, d'introduire des programmes et des cours de cinéma spécialisés pour les écoles secondaires et de mettre en place un enseignement cinématographique de niveau universitaire.

- ▶ *Une position concurrentielle plus forte et un meilleur environnement de travail.*

Cet objectif reconnaît qu'une infrastructure solide et des incitations fortes seront essentielles au développement de l'industrie dans les années à venir, le plus important étant le soutien public continu par le biais d'un système de financement solide et d'incitations compétitives. Les mesures ciblées à mettre en œuvre comprennent : le renforcement du système de remise ; des incitations telles que des remises progressives liés au nombre d'éléments réalisés par un projet en Islande ; l'encouragement de l'investissement privé par l'introduction d'une plus grande variété d'incitants, y compris des allègements fiscaux pour ceux qui investissent dans des projets cinématographiques islandais ; le développement de pôles cinématographiques par la collaboration avec d'autres industries, notamment le tourisme.

⁴¹ <https://www.stjornarradid.is/verkefni/menningarmal/kvikmyndastefna-2020-2030/>

- ▶ *Faire du cinéma islandais une marque internationale bien connue.*

Les mesures comprennent des subventions à la promotion et aux voyages pour renforcer la promotion internationale, en faisant de l'Islande un lieu de tournage ouvert toute l'année, accueillant pour les familles, durable et favorisant l'égalité des sexes.

L'Icelandic Film Centre (IFC)⁴² est un organisme public dont le rôle est de financer les films islandais, de les promouvoir à l'étranger et d'entretenir la culture cinématographique en Islande en soutenant des festivals, des séminaires, des ateliers et d'autres possibilités de mise en réseau pour les professionnels du cinéma.

L'IFC a été créé en 2003, avec une nouvelle Loi sur le cinéma⁴³ reflétant le soutien croissant du gouvernement islandais à la production cinématographique nationale. L'IFC a repris les responsabilités de l'ancien Icelandic Film Fund, créé en 1979, qui a permis le démarrage d'une production cinématographique régulière en Islande. Le Centre suit le règlement du Fonds du film islandais établi par le ministère de la Culture et de l'Éducation⁴⁴ et est entièrement financé par le budget public.

Les cinéastes peuvent obtenir un financement pour leurs projets de deux manières : en demandant des subventions à l'IFC et en sollicitant le régime de remise de 25 % de l'Islande.

Les régimes d'investissement sont publics, et le ministère de l'Éducation, des Sciences et de la Culture est impliqué dans leur gestion. Toutefois, il existe également une forte présence et collaboration avec l'industrie :

- ▶ *Lorsqu'il évalue les demandes de subventions, l'IFC utilise un système dit consultatif. Ce système est basé sur le modèle nordique et a fait ses preuves dans les pays nordiques. Le système consultatif a été introduit en Islande en 2003 par un règlement, en remplacement d'un comité d'attribution composé de trois membres qui se réunissait une fois par an pour examiner les demandes existantes. Dans le système consultatif, une personne, un consultant en cinéma, possédant de solides connaissances et une grande expérience dans le domaine du cinéma, est chargée d'évaluer les demandes sur le plan artistique en tenant compte des facteurs financiers et de mise en œuvre. Les consultants en cinéma sont des spécialistes indépendants à temps partiel qui évaluent les demandes de subventions et ne peuvent pas avoir d'intérêt dans la distribution ou le travail en dehors de l'IFC en rapport avec le cinéma islandais.*
- ▶ *Le Conseil du cinéma est l'organe de l'IFC destiné à conseiller le gouvernement et à faire des propositions de politiques et d'objectifs dans le domaine de l'art cinématographique. Le Ministre nomme sept membres au Conseil du cinéma pour un mandat de trois ans à la fois, le président et le vice-président de son initiative, et les cinq autres représentants en suivant les propositions faites par l'Association des cinéastes islandais, l'Association des producteurs de films islandais, l'Association des réalisateurs de films islandais, l'Association des propriétaires de films islandais et l'Association des artistes islandais.*
- ▶ *Tous les quatre ans, le gouvernement et les groupes d'intérêts des cinéastes concluent un accord sur la politique cinématographique pour la période en question.*
- ▶ *Le comité chargé d'élaborer la politique cinématographique islandaise pour la période*

⁴² <https://www.icelandicfilmcentre.is/>

⁴³ <https://www.althingi.is/lagas/nuna/2001137.html>

⁴⁴ www.icelandicfilmcentre.is/media/skjol/229_2003-Film-Fund-Regulation-ENGLISH.pdf

2020-2030 était composé de représentants du gouvernement islandais et de l'industrie cinématographique. Le comité a procédé en trois temps, la première étape étant d'écouter l'avis du secteur cinématographique. Plusieurs réunions ont été organisées avec les principaux acteurs du secteur, et une enquête a été menée auprès de 500 membres du secteur pour recueillir leurs idées et leurs suggestions. Les actions proposées dans la politique cinématographique comprennent la création d'un dialogue régulier entre l'industrie cinématographique et le gouvernement. Plus précisément, il est suggéré qu'un plus grand nombre d'organisations professionnelles et de parties prenantes, telles que les chaînes de télévision, deviennent membres du Conseil du cinéma afin de garantir un débat large et dynamique tant au sein de l'industrie que lors des consultations entre le Conseil du cinéma et le gouvernement.

2.4.3. Marché et industrie

Le secteur islandais de la production cinématographique et télévisuelle a connu une croissance rapide ces dernières années. Environ 8 à 10 longs métrages sont produits chaque année, 3 à 4 séries de fiction télévisées ainsi que divers autres programmes télévisés, et des dizaines de documentaires et de courts métrages. Les films islandais participent régulièrement à des festivals internationaux, remportant de nombreux prix, et plusieurs d'entre eux sont largement vendus et projetés. Les films islandais bénéficient également d'un grand enthousiasme de la part du public national : la fréquentation moyenne des films nationaux est assez élevée et s'élève à environ 5% de la population.

Ces dernières années ont vu l'essor de séries télévisées islandaises qui ont réussi à attirer une attention et une reconnaissance internationales considérables, telles que « Trapped », « Valhalla Murders » et « Katla », la première série télévisée islandaise produite par Netflix. Plusieurs facteurs ont contribué à la popularité internationale de ces formats. Tout d'abord, on observe déjà une augmentation générale des fictions non anglophones, et des fictions scandinaves en particulier. Le « Nordic Noir », un genre spécifique de série télévisée policière, connaît un succès à l'étranger depuis plusieurs années. Toutefois, il convient de noter que la popularité croissante des séries télévisées en général signifie qu'il existe une concurrence féroce non seulement des autres pays scandinaves, mais aussi d'autres pays européens comme la Belgique, de sorte qu'il est crucial de créer un avantage concurrentiel. Pour l'Islande, il s'agissait d'une combinaison de ses paysages remarquables et de la présence de professionnels du cinéma hautement qualifiés. De nombreux touristes, par exemple, sont explicitement venus en Islande pour visiter les lieux de tournage de « Game of Thrones ». Quant aux professionnels du cinéma islandais, ils ont pu bénéficier de la présence, des connaissances et des compétences de cinéastes internationaux.

Ces dernières années, l'Islande est devenue un haut lieu du cinéma international, avec un certain nombre de grosses productions qui y ont été tournées, comme « Star Wars », « Interstellar », « Game of Thrones », « Black Mirror », « Thor » pour n'en citer que quelques-unes. Plusieurs sociétés de production islandaises sont spécialisées dans les services de production et ont une excellente réputation internationale, tout comme les équipes techniques islandaises qui travaillent sur ces productions. Les sociétés de production islandaises produisent ou coproduisent également plusieurs films à l'étranger sur une base régulière. Plusieurs réalisateurs, scénaristes, directeurs de la photographie, directeurs artistiques, concepteurs sonores, monteurs, concepteurs visuels, acteurs et autres cinéastes islandais travaillent régulièrement sur des films dans le monde entier, y compris des productions à grande échelle.

Outre ses professionnels qualifiés, sa beauté naturelle et la variété de ses paysages que l'on ne trouve nulle part ailleurs, l'Islande dispose également d'un système de remise (« rebate ») efficace. Toutefois, sachant que des facteurs tels que la fluctuation des taux de change, la distance par rapport aux autres pays, les conditions météorologiques et la lumière du jour limitée, pouvaient nuire à la position concu-

rentielle de l'Islande dans ce domaine, le gouvernement a décidé d'élaborer un plan pour le renforcer et créer les conditions permettant au cinéma islandais de continuer à prospérer.

Le cinéma est reconnu comme un secteur susceptible d'apporter beaucoup de valeur et de compétitivité à l'économie islandaise : le gouvernement a réalisé et intégré dans ses politiques qu'un investissement accru dans l'industrie cinématographique ne fera qu'apporter plus de valeur à l'économie.

C'est dans cet esprit qu'en 2019, le Ministre de l'Education, des Sciences et de la Culture a nommé un comité composé de représentants du gouvernement islandais et de l'industrie cinématographique afin de créer une nouvelle politique globale pour le cinéma et la culture cinématographique en Islande jusqu'en 2030. Le comité a été chargé d'élaborer un plan d'action basé sur cette nouvelle politique, qui couvrirait la culture cinématographique, l'éducation cinématographique, le développement et la production de films et de projets télévisés, ainsi que la promotion internationale de l'Islande en tant que lieu de tournage. Le résultat a été la politique cinématographique islandaise pour la période 2020-2030.

Le renforcement de la position concurrentielle est reconnu comme l'une des priorités de la politique cinématographique, compte tenu du fait qu'une infrastructure solide et des incitants forts seront essentiels au développement de l'industrie dans les années à venir, le plus important étant le soutien public continu par le biais d'un système de financement solide et d'incitations concurrentielles. Les mesures ciblées à mettre en œuvre comprennent le renforcement du système de remise, l'encouragement de l'investissement privé par l'introduction d'une plus grande variété d'incitants, notamment des allègements fiscaux pour ceux qui investissent dans des projets cinématographiques islandais, et le développement de pôles cinématographiques par la collaboration avec d'autres industries, notamment le tourisme.

2.4.4. Fonds et subventions

Le Fonds du film islandais fonctionne sous les auspices de l'IFC. Conformément à la nouvelle politique cinématographique pour les années 2020-2030 qui, entre autres, établit un nouveau fonds pour la fiction télévisée, le budget a été augmenté de 35% et s'élève actuellement à l'équivalent de 10,2 M€.

Les subventions du Fonds pour le cinéma peuvent aller à l'écriture de scénarios, au développement et à la production, y compris la postproduction et la promotion des films terminés, dans les catégories suivantes : longs métrages destinés à la sortie en salle, courts métrages, documentaires et fictions télévisées. Pour être éligible à une subvention, une œuvre doit être réalisée par des producteurs islandais ou en coproduction avec des parties étrangères, mais en langue islandaise ou ayant une référence culturelle ou sociale islandaise claire. Les subventions pour la fiction télévisuelle sont accordées à condition que le programme soit destiné à la télévision et que les droits de transmission aient été obtenus par un média audiovisuel ayant une large audience.

Le média audiovisuel ne peut avoir de participation majoritaire dans la production ou dans une société de production indépendante demandant une subvention pour un programme de fiction télévisée, que ce soit en termes de propriété ou d'actionariat ou en ce qui concerne sa position commerciale.

Les autres subventions accordées comprennent des subventions pour les festivals de films nationaux, des subventions promotionnelles pour la promotion et la commercialisation de films complets, ainsi que pour la participation à des festivals de films étrangers, des subventions pour la participation à des

ateliers et à des cours, et des subventions spéciales pour la projection de films islandais dans les cinémas nationaux, au prorata de la valeur totale des billets vendus.

2.4.5. Incitants fiscaux

L'Islande offre une remise de 25% des coûts encourus lors de la production de films et de programmes de télévision en Islande. Le système de remise est basé sur une législation spéciale⁴⁵ sous les auspices du ministère de l'Industrie et de l'Innovation, qui a confié sa supervision à l'IFC dans le cadre d'un accord spécial.

La remise est disponible pour les productions nationales et étrangères, pour autant que certaines conditions culturelles et de production soient remplies⁴⁶. Il est calculé sur la base du coût total de production encouru dans l'Espace économique européen, à condition que plus de 80 % du coût total de production soit encouru en Islande. Le calcul de la remise est basé sur le coût total de la production de films ou de programmes de télévision, quelle que soit la phase de la production qui génère ce coût.

La production concernée doit permettre de faire progresser la culture islandaise, de promouvoir l'histoire ou l'environnement naturel de l'Islande, ou de valoriser l'expérience, l'expertise et les ambitions artistiques des cinéastes participant au projet. En particulier, les critères de production donnent un avantage aux projets qui font appel à une équipe de tournage et à des services de production et de post-production islandais. Cette initiative vise donc un objectif spécifique autre que celui d'attirer les investissements étrangers, à savoir le développement des compétences et des infrastructures de tournage nationales.

Le régime de remise est considéré comme simple, direct et efficace, et a attiré au fil des ans un important investissement étranger qui n'aurait pas eu lieu autrement. Il est d'une grande importance pour l'industrie cinématographique islandaise ainsi que pour de nombreux prestataires de services dans tout le pays, le facteur clé pour attirer des projets étrangers qui embauchent ensuite du personnel national. Selon les statistiques publiées dans la politique cinématographique islandaise 2020-2030, le régime de remise représente 8,3% du chiffre d'affaires total de la production cinématographique en Islande pour les années 2014-2019.

Enfin, et ce n'est pas le moins important, l'Islande a reçu beaucoup d'attention internationale en raison de ces productions très médiatisées, ce qui a également un effet sur l'augmentation des arrivées de touristes.

Lorsque le système de remise a été introduit au début des années 2000, le taux était de 12%, et il a été progressivement augmenté au fil des ans. Le secteur a fait pression sur le gouvernement pour qu'il augmente encore le taux afin de faire face à la concurrence féroce d'autres pays qui offrent de plus en plus diverses formes d'incitations fiscales très compétitives. Comme déjà mentionné, c'est précisément la nécessité de préserver la compétitivité qui a conduit le gouvernement à introduire certaines mesures en vue de renforcer le régime de remise et de développer les incitations fiscales.

2.4.6. Obligations d'investissement et prélèvements

L'obligation d'investissement dans la production audiovisuelle est facultative, sauf pour le média de

⁴⁵ <https://filminiceland.com/the-legislation/>

⁴⁶ http://www.icelandicfilmcentre.is/media/skjol/Filmreimbursements_Iceland_Culturaltest.pdf

service public Ríkisútvarpið (RÚV). Il n'y a pas d'obligation d'investissement pour les médias audiovisuels non linéaires.

RÚV

En vertu du contrat de service public conclu entre le ministère de l'Éducation, de la Science et de la Culture et la RÚV pour la période 2020-2023⁴⁷, la RÚV est tenue de soutenir la production indépendante en achetant ou en coproduisant des contenus avec des producteurs indépendants de séries télévisées, de films et de documentaires pour un montant correspondant à 12 % de la redevance collectée. En 2020, la RÚV a investi l'équivalent de 4 M€ dans l'achat ou la coproduction d'œuvres réalisées par des producteurs indépendants.

La politique de la RÚV jusqu'en 2021 met l'accent sur la production de matériel et de contenu islandais pour les jeunes. Elle a créé un conseil de la fiction et engagé un consultant en scénario, avec pour objectif de lancer 2 à 3 projets de fiction TV par an. En conséquence, l'offre de contenu islandais a augmenté de 66 %, tandis que le contenu américain a diminué de 42 %. La RÚV est à l'origine de la production des séries télévisées susmentionnées. Deux fois par an, elle organise des séances de présentation appelées « Idea Days », qui donnent l'occasion aux créateurs, auteurs, producteurs et autres de présenter des idées et des propositions de programmes aux directeurs des programmes de la RÚV. L'objectif est de diversifier davantage l'offre de programmes de la RÚV, de favoriser le développement d'idées et de renforcer la relation entre la RÚV et les producteurs indépendants.

Conformément à cette nouvelle politique, la RÚV a renforcé sa coopération avec les producteurs, les médias, les institutions culturelles et les industries créatives, notamment en rendant les installations, les équipements et les services plus accessibles. À cette fin, des changements organisationnels ont également été apportés au sein de la RÚV et une unité spéciale a été créée, le RÚV Studio, qui propose la location d'équipements et d'installations aux producteurs indépendants et aux autres médias. Un studio de télévision et de cinéma spécialisé ainsi qu'un studio d'enregistrement et d'autres installations techniques sont désormais disponibles à la location pour les producteurs indépendants de matériel télévisuel et cinématographique, qu'il s'agisse de productions pour la RÚV ou d'autres médias.

Autres services de médias audiovisuels

En ce qui concerne les autres médias audiovisuels, l'investissement est facultatif : la Loi sur les médias⁴⁸ impose aux médias linéaires de réserver, dans la mesure du possible, au moins 10% de leur temps de transmission, ou alternativement 10% de leur budget de programmation, à des œuvres européennes créées par des producteurs indépendants des médias audiovisuels. Néanmoins, ils consacrent des ressources considérables à l'achat de programmes auprès de producteurs nationaux. Les médias audiovisuels privés tels que Stöð 2 et Síminn ont été de puissants producteurs et coproducteurs de contenu islandais.

2.4.7. Autres instruments et facteurs contributifs

Un environnement administratif et commercial favorable

Malgré sa petite taille, l'île est devenue célèbre pour sa culture de start-up. Elle offre une faible bureaucratie et des structures fiscales simples, une main-d'œuvre jeune, bien formée et intéressée par la technologie, ainsi que de nombreuses possibilités de financement initial.

⁴⁷ <https://www.ruv.is/sites/default/files/thjonustusamningur2020.pdf>

⁴⁸ https://fjolmidlanefnd.is/wp-content/uploads/2020/05/Media-Act-38_2011.pdf

Soutien logistique et infrastructure de tournage

L'Islande est depuis longtemps une destination de tournage attrayante pour de nombreuses raisons : des paysages spectaculaires, un emplacement à mi-chemin entre les États-Unis et l'Europe, et un solide système de remise de 25%. La petite superficie de l'Islande facilite les déplacements, et les équipes sont réputées pour être hautement qualifiées, parler un anglais parfait et avoir une mentalité de travailleur habitué à de longues heures - pourtant, la plupart des productions de studio choisissent d'amener leurs propres chefs de département.

Une étape importante a été franchie en 2018 lorsque le réalisateur islandais Baltasar Kormákur a fondé Reykjavik Studios. Le studio a commencé à fonctionner dans un bâtiment qui abritait une usine d'engrais et est désormais un complexe de 8.000 m² comprenant un studio ouvert avec un plafond de 16 mètres de haut, l'un des plus grands et des plus avancés d'Europe. Situé à 15 minutes en voiture du centre-ville de Reykjavik, il constitue une plaque tournante pour les sociétés cinématographiques et autres lieux de création. Il accueille déjà des sociétés de location de matériel, une entreprise d'accès-soires, un studio d'enregistrement...

La construction de scènes plus petites pour des séries télévisées est en cours, ainsi que la construction d'immeubles d'appartements et d'espaces de bureaux à proximité. L'objectif est de créer un quartier du cinéma avec des appartements, un hôtel, des restaurants et des galeries d'art, une piscine d'eau de mer et un quai pour les ferries, afin d'offrir aux productions étrangères un guichet unique permettant de tourner l'ensemble du film en Islande et pas seulement les scènes extérieures.

Avec le soutien du Premier ministre islandais, qui a contribué à l'approbation de permis spéciaux et de mesures de sécurité, l'Islande est devenue l'un des premiers pays à accueillir des équipes internationales pendant la pandémie de Covid-19. Les Reykjavik Studios ont affiché complet, notamment pour des projets liés à Netflix. Les maisons de location et les sociétés de services qui offrent une gamme complète d'assistance, du repérage des lieux à la post-production, se développent également.

Film in Iceland⁴⁹ est la commission cinématographique officielle du pays. Elle fait partie de Business Iceland, un partenariat public-privé créé pour améliorer la compétitivité des entreprises islandaises et stimuler la croissance économique. Sa principale mission est d'être une source d'informations sur l'Islande en tant que lieu de tournage, comme son cadre juridique, l'aide à la demande d'incitations fiscales, une liste complète des services de production disponibles, etc., mais aussi certaines activités promotionnelles moins typiques, comme la publicité d'une éruption volcanique active comme une excellente occasion de tournage⁵⁰.

Pôles pour les nouvelles formes de création audiovisuelle

Le gouvernement dispose d'un très bon système de subventions par le biais du Fonds de développement technologique, et il existe plusieurs fonds de capital-risque et investisseurs privés intéressés par les investissements de démarrage en Islande⁵¹. Les jeux, les effets visuels et la réalité virtuelle sont parmi les domaines les plus importants : Reykjavik abrite quelques grands studios de divertissement en réa-

49 <https://filminiceland.com/>

50 <https://filminiceland.com/volcanic-eruption-in-iceland/>

51 <https://sifted.eu/articles/iceland-startups-hub/>.

lité virtuelle, tels que CCP Games⁵² et Solfa Studios⁵³, ainsi que Reykjavik Visual Effects⁵⁴, un studio de contenu visuel primé, spécialisé dans les effets visuels pour le cinéma et la télévision, la réalité virtuelle et les projets spéciaux.

Soutien à la distribution

L'Icelandic Film Fund n'apporte pas de soutien direct à la distribution et à la vente de contenus cinématographiques et télévisuels islandais, mais contribue indirectement par son soutien à la participation aux festivals, marchés et autres événements cinématographiques.

Promotion et visibilité

Comme déjà mentionné, l'IFC accorde des subventions pour la promotion et la commercialisation de films, ainsi que pour la participation à des festivals de films étrangers. L'IFC gère une base de données⁵⁵ contenant des informations sur les films et les cinéastes islandais, y compris des bandes-annonces et des affiches.

L'Académie islandaise du cinéma et de la télévision (ÍKSA) est une initiative conjointe de trois associations professionnelles islandaises (l'Association des cinéastes, l'Association des producteurs de films et l'Association des réalisateurs de films) dont l'objectif est de renforcer l'industrie cinématographique et télévisuelle islandaise.

Son projet le plus important est la remise des Edda Awards, les prix annuels du cinéma et de la télévision en Islande. L'Académie s'occupe également de la sélection de la contribution de l'Islande à la présélection des Oscars.

Coopération régionale entre médias publics

Le média de service public islandais RÚV est membre de Nordvision⁵⁶, une plateforme de collaboration internationale entre les médias de service public nordiques, créée en 1959.

La tâche principale de Nordvision est de promouvoir et de renforcer les médias de service public dans la région nordique par le biais de coproductions, d'échanges de programmes, de collaboration sur le développement de formats et de partage d'expériences. Outre RÚV, les partenaires sont DR (Danemark), NRK (Norvège), SVT (Suède) et Yle (Finlande), et 4 partenaires associés : KNR (Groenland), KVF (îles Féroé), UR (Suède) et Sveriges Radio (SR, Suède). Les partenaires produisent plus de 4.500 programmes de télévision par an.

Nordvision est coordonné par plusieurs groupes de programmes ciblant différents genres. Les groupes de programmes se réunissent normalement deux fois par an, et ces réunions sont également l'occasion pour les producteurs de présenter une idée aux représentants des cinq médias publics nordiques afin d'obtenir un soutien au développement et à la coproduction de la part de Nordvision. Si le projet en question est une collaboration entre au moins deux des membres, il est également possible de demander un financement du Fonds Nordvision.

52 <https://www.ccpgames.com/>

53 <http://www.solfar.com/>

54 <https://rvx.is/>

55 <https://www.icelandicfilms.info/>

56 <https://www.nordvision.org/>

Le Fonds Nordvision finance la recherche et le développement ainsi que la production. Le Fonds tire ses revenus de la distribution par câble des programmes télévisés des partenaires dans les pays nordiques. Le soutien est accordé aux coproductions et aux projets communs nordiques. Bien que seuls les partenaires soient autorisés à demander un soutien, la production proprement dite peut avoir lieu en interne ou en externe.

En 2020, le Fonds Nordvision a accordé 14 M€ pour un total de 96 projets, dont 13,5 M€ ont été consacrés au soutien à la production pour 58 projets. Près de 90 % des épisodes réalisés en coproduction étaient des fictions télévisées : les cinq partenaires de Nordvision ont collaboré à pas moins de 77 séries télévisées nordiques.

Les productions dramatiques de haute qualité sont ce pour quoi les médias de service public nordiques sont devenus les plus célèbres. Ils affirment que cet accent mis sur les fictions reflétant la culture et l'identité nordiques s'inscrit naturellement dans la mission du service public, avec une offre authentique et reconnaissable qui distingue le service public nordique des autres médias audiovisuels. Pour s'assurer que cette offre reste une marque de fabrique des médias de service public nordiques, y compris dans un monde numérique, les partenaires de Nordvision ont lancé une initiative appelée Nordic Twelve (N12) - un ensemble annuel de 12 séries dramatiques nordiques disponibles à la demande, avec des droits de 12 mois dans la région nordique.

2.5. LITUANIE

2.5.1. Faits marquants et bonnes pratiques

- ▶ *En quelques années seulement, la Lituanie a réussi à dynamiser sa production audiovisuelle, jusque-là modeste, et à changer son image tant sur le plan national qu'international.*
- ▶ *La communauté cinématographique s'est montrée très active dans la défense de ses intérêts, contribuant ainsi de manière significative à la réussite des réformes de la gouvernance de ce secteur vers une plus grande autonomie vis-à-vis de l'État.*
- ▶ *Le cas lituanien montre que les réformes fiscales, juridiques et de gouvernance peuvent être encouragées par des efforts stratégiques et collectifs de toutes les parties prenantes. En revanche, si les réformes ne servent que des intérêts particuliers, il est moins probable qu'elles contribuent à une revitalisation globale du secteur audiovisuel national.*
- ▶ *La dimension entrepreneuriale est essentielle à la croissance de l'industrie cinématographique et télévisuelle et n'entrave pas les dimensions culturelles et artistiques du secteur.*
- ▶ *Un système d'incitation fiscale intelligent peut avoir des effets positifs imprévus en temps de crise.*

2.5.2. Cadre politique et de gouvernance

Les institutions qui définissent et mettent en œuvre la politique cinématographique lituanienne sont le ministère de la Culture, le Conseil de la politique cinématographique et le Centre lituanien du film.

Le ministère de la Culture est conseillé par le Conseil de la politique cinématographique. Le Conseil est une institution collégiale et consultative sous l'égide du ministère de la Culture, fonctionnant sur une base volontaire et dédiée à la politique cinématographique. Son objectif est de fournir au ministre de la Culture des propositions pour renforcer le cinéma lituanien, les programmes de financement et de développement de l'État, la préservation du patrimoine cinématographique, et de participer à la rédaction ou à l'amélioration des actes juridiques régissant le domaine du cinéma.

Le Centre lituanien du film est une institution publique, établie sous l'égide du ministère de la Culture. Ses attributions sont définies par l'amendement de 2011 de la Loi sur le cinéma, selon lequel les principales tâches du Centre du film sont :

- ▶ *la participation à l'élaboration de la politique cinématographique de l'État ;*
- ▶ *la mise en œuvre de la politique cinématographique de l'État ;*
- ▶ *l'organisation d'appels d'offres pour le financement public de projets cinématographiques ;*
- ▶ *l'allocation des fonds de l'État pour les projets cinématographiques ;*
- ▶ *conseiller les producteurs de films sur la préparation des projets de films ;*
- ▶ *exercer un contrôle sur l'utilisation et la communication des fonds publics ;*
- ▶ *gérer le registre des films ;*
- ▶ *la classification des films selon les classes d'âge.*

Le cadre audiovisuel lituanien a été marqué par sa formation spécifique à l'époque de l'Union soviétique et par un certain nombre de changements politiques qui ont directement influencé le développement de la production cinématographique⁵⁷. Avec la restauration de l'indépendance du pays, le concept de « cinéma national » a dû être réinventé et il a fallu de nombreuses années pour que les politiques cinématographiques s'adaptent à ce nouvel environnement⁵⁸. Mais au cours de la dernière décennie, le succès du cinéma lituanien a connu une percée, d'abord au niveau national, avec des records au box-office, mais aussi en dehors du marché national, avec un plus grand nombre de films attirant le public et les critiques étrangers⁵⁹.

Les auteurs attribuent ce succès, souvent qualifié de « renaissance » du film lituanien, au changement de modèle de gouvernance avec une plus grande autonomie par rapport à l'État et à l'introduction du système d'incitation fiscale. Avec la création du Centre du film lituanien (LFC), fondé en 2012, la responsabilité du secteur a été décentralisée et les relations avec l'industrie se sont améliorées. Une autre étape importante a été l'allègement de l'impôt sur les sociétés, adopté en 2014, qui a attiré les investisseurs privés pour financer jusqu'à 20 % du budget de production des films financés en Lituanie. La communauté cinématographique nationale a contribué de manière significative à l'abandon progressif du soutien de l'État en tant que système d'aide sociale et à l'adoption de l'idée que l'argent public doit être traité comme un investissement dans le secteur cinématographique, notamment pour promouvoir sa compétitivité⁶⁰. Après ces deux étapes, la production de films nationaux a augmenté de près de 50 % en Lituanie par rapport à la période 2009-2011⁶¹.

2.5.3. Marché et industrie

Selon les données du Centre cinématographique lituanien, en 2019, 57 sociétés de production de films ont été actives, en plus de 10 associations professionnelles, 3 organisations qui défendent les droits des créateurs travaillant dans le secteur audiovisuel et les droits d'auteur en général, 1 incubateur d'arts audiovisuels, 3 bureaux locaux de cinéma, 11 distributeurs de films, 28 cinémas, et 17 autres sociétés qui fournissent des services de postproduction, de montage de films, de casting, de location de caméras, de recherche de lieux de tournage, d'enregistrement sonore et de sous-titrage. Des films lituaniens et étrangers ont été présentés dans 16 festivals de films lituaniens.

⁵⁷ <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/2040350X.2019.1708047>

⁵⁸ *Ibidem.*

⁵⁹ <https://journals.vilniustech.lt/index.php/CS/article/view/492>

⁶⁰ *Ibidem.*

⁶¹ <http://www.lkc.lt/en/>

Après le rétablissement de l'indépendance du pays en 1990, l'industrie cinématographique lituanienne était l'une des plus petites d'Europe. Au cours de la première décennie, seuls 20 films nationaux ont été créés, tandis que dans sa deuxième décennie, après la création du Centre du film lituanien en 2012, environ 60 films nationaux ont été créés. Après l'introduction de l'incitation fiscale pour les films, entre 2014 et fin 2017, les investisseurs en Lituanie ont fourni des fonds pour 68 films : 22 nationaux, 23 coproductions et 23 étrangers. Au total, plus de 8,5 M€ ont été investis dans la production cinématographique en Lituanie au cours de cette période.

2.5.4. Fonds et subventions

Le Centre cinématographique lituanien (LCF) fournit des fonds pour le développement et la production de films nationaux. Les premiers films peuvent également bénéficier d'une aide. Le budget du LCF a considérablement augmenté depuis sa création, passant de 3 M€ en 2015 à 6,4 M€ en 2019.

Le programme de financement de la LCF est sélectif et se base sur le test culturel. Les principaux critères de sélection sont la qualité et l'originalité du projet, les antécédents du réalisateur et du producteur, et les aspects financiers.

Le financement ne peut être alloué qu'à des personnes morales, des organisations ou des subdivisions établies en Lituanie ou dans un autre État de l'Espace économique européen et il ne peut dépasser :

- ▶ 90% du budget de développement du film ;
- ▶ 50 % du budget de production du film ;
- ▶ 90 % du budget de production du film expérimental ;
- ▶ 60% du budget de production du film coproduit ;
- ▶ 75% du budget de production des films coproduits avec des pays de l'OCDE.

Le montant maximum de la subvention pour la production d'un long métrage est de 725.000 €.

2.5.5. Incitants fiscaux

L'incitation fiscale lituanienne pour les films offre aux sociétés de production jusqu'à 30 % du budget lorsqu'elles choisissent la Lituanie pour leur tournage et qu'un donateur local est motivé par la possibilité de réduire le revenu imposable en raison des fonds accordés gratuitement pour la production d'un film. L'incitation a été promulguée en janvier 2014 comme une nouvelle mesure politique visant à encourager la production cinématographique locale et étrangère.

Le système d'incitation implique une société de production étrangère, une société de production lituanienne, un donateur local apportant un soutien financier au film et le centre cinématographique lituanien qui gère le système. Les producteurs peuvent déposer une demande à tout moment de l'année. Étant donné que seules les sociétés locales peuvent soumettre la demande, les cinéastes étrangers doivent s'associer à des sociétés de production locales s'ils souhaitent bénéficier de l'incitation. Les sociétés locales se chargent également de trouver un bailleur de fonds local prêt à investir jusqu'à 30 % du budget de la production en échange d'une réduction de l'impôt sur les sociétés.

L'incitation fiscale est également populaire parmi les producteurs de films nationaux. Depuis son introduction en 2014, les films nationaux ont reçu 5,9 M€ d'investissements. Près de la moitié de cette somme (2,5 M€) a été investie en 2020, entre autres par plusieurs (49) nouveaux investisseurs qui n'avaient pas utilisé le dispositif auparavant. Cela peut être attribué à l'augmentation de l'incitation de 20% à 30% en 2019. En outre, en raison de la pandémie de Covid-19, les entreprises ont cherché des

moyens de préserver autant de bénéfices que possible⁶².

2.5.6. Obligations d'investissement et prélèvements

Jusqu'à présent, il n'existe pas de prélèvements sur l'industrie pour le financement de la production cinématographique et audiovisuelle en Lituanie.

2.5.7. Autres instruments et facteurs contributifs

Soutien logistique et infrastructure de tournage

Outre l'incubateur de l'industrie des arts audiovisuels, avec ses studios et ses installations de post-production, les prestataires participant au Vilnius Film Cluster proposent également une large gamme de services de production et de réalisation de films, d'animations et de programmes télévisés, à tous les stades de la production. Entre autres, le Vilnius Film Cluster met en œuvre des projets partiellement financés par les Fonds de l'Union européenne et l'agence lituanienne de soutien aux entreprises. La production de courts métrages est dans le viseur de Lithuanian Shorts, une agence lituanienne de courts métrages, une organisation multifonctionnelle à but non lucratif, fondée en 2012, qui assure une présentation et une promotion systématique et coordonnée des courts métrages lituaniens au niveau national et international. En outre, il existe des bureaux de cinéma locaux situés dans les principaux lieux de tournage du pays: Vilnius Film Office, Kaunas Film Office, et la plate-forme pour les lieux de tournage de Klaipėda. En plus d'être engagés dans des activités de promotion, ils fournissent des informations, une assistance, une médiation entre les autorités locales et les cinéastes, le repérage et la gestion des lieux de tournage, et s'occupent des permis.

Pôles pour les nouvelles formes de création audiovisuelle

Audiovisual Arts Industry Incubator (AMII)⁶³ est une base créative et technique, située à la faculté de théâtre et de cinéma de l'Académie lituanienne de musique et de théâtre à Vilnius. Son objectif est d'aider les jeunes représentants de l'industrie cinématographique à acquérir des connaissances théoriques et pratiques plus approfondies dans le domaine de la cinématographie professionnelle. L'incubateur est devenu le plus grand centre éducatif de l'industrie de l'art audiovisuel dans les pays baltes.

2.6. COTE D'IVOIRE

2.6.1. Faits marquants et bonnes pratiques

- ▶ Depuis une quinzaine d'années, les politiques publiques ont intégré le potentiel économique des industries culturelles et créatives et ont réformé et modernisé le cadre réglementaire afin d'exploiter ce potentiel.
- ▶ Le soutien traditionnel à la création cinématographique a été étendu à la création audiovisuelle, et les fonds public mis à disposition ont été multipliés par 8 en 5 ans.
- ▶ Une stratégie a été mise en place afin de faire de la capitale Abidjan le « hub » de l'Afrique occidentale en matière de création cinématographique et audiovisuelle.

2.6.2. Cadre politique et de gouvernance

Le secteur de l'audiovisuel et du cinéma en Côte d'Ivoire est sous la tutelle conjointe du ministère en charge de la culture, des arts et de l'industrie du spectacle⁶⁴ et du ministère en charge de la commu-

⁶² Ibidem.

⁶³ <http://amiincubator.com/#about>

⁶⁴ <http://culture.gouv.ci/>

nication et des médias⁶⁵. La Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA)⁶⁶ est l'organe de régulation des médias audiovisuels.

Les décrets n°2008-138 et n° 2008-139 du 14 avril 2008 ont établi un cadre institutionnel pour le soutien à l'industrie cinématographique et audiovisuelle :

- ▶ *L'Office National du Cinéma de la Côte d'Ivoire (ONACCI)⁶⁷, est un établissement public chargé, entre autres, de conduire la politique nationale du cinéma, de promouvoir la coopération internationale dans le domaine du cinéma, de gérer les politiques d'appui à la production cinématographique, de délivrer les autorisations de tournage et de sauvegarder le patrimoine cinématographique à travers la Maison du Cinéma.*
- ▶ *Le Fonds de soutien à l'industrie cinématographique (FONSIC)⁶⁸ est le mécanisme officiel d'aide à l'industrie cinématographique. Sa mission est de financer la promotion et le développement de l'industrie cinématographique en Côte d'Ivoire.*

Depuis la création de l'ONACCI et de la FONSIC en 2008, des efforts supplémentaires ont été entrepris dans le but d'encourager le développement du secteur cinématographique et audiovisuel. En 2014, deux nouvelles lois ont été introduites : La Loi n°2014-425 relative aux politiques culturelles nationales et la Loi n°2014-426 relative à l'industrie cinématographique, qui détermine la politique cinématographique en Côte d'Ivoire. La loi fixe les grandes lignes des procédures et réglementations pour les différentes activités économiques en relation avec l'industrie cinématographique.

Si les décrets de 2008 et les lois de 2014 montrent clairement la volonté du gouvernement de réguler et de soutenir le cinéma ivoirien, ils sont encore loin d'être pleinement réalisés, et les décrets d'application n'ont pas encore été adoptés⁶⁹. Par exemple, l'ONACCI ne fournit toujours pas de numéros d'identification uniques pour les films, et ne détient pas de liste exhaustive des professionnels ivoiriens travaillant dans le domaine⁷⁰.

2.6.3. Marché et industrie

Le marché ivoirien est largement dominé par la télévision. Lancée en 2002 et diffusée tous les dimanches soirs sur la télévision publique, la série télévisée « Ma famille » a battu des records d'audience et a ouvert la voie au développement du paysage télévisuel ivoirien. Les séries télévisées « Class'A » (2005), « Nafi » (2005), « Docteur Boris » (2008), « Brouteur.com » (2010), « Le Grin » (2012), entre autres, ont été produites dans la foulée de ce succès et ont rencontré un vif succès auprès des téléspectateurs d'Afrique francophone, mais aussi, grâce au doublage, auprès des Africains anglophones⁷¹. Grâce aux chaînes étrangères, la nouvelle vague de fictions ivoiriennes a fait des adeptes même en dehors du pays, jusqu'en Afrique centrale et dans la diaspora africaine⁷², incitant l'industrie locale à développer ses propres « afronovelas »⁷³.

Le média de service public Radiodiffusion Télévision Ivoirienne (RTI), ainsi que les acteurs commerciaux

65 <http://www.communication.gouv.ci/>

66 <https://haca.ci/>

67 <https://onacci.ci/>

68 <https://fonsic-ci.com/fr/>

69 <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379165.locale=en>

70 <https://www.cairn-int.info/journal-afrique-contemporaine-2017-3-page-385.htm>

71 *Ibidem*.

72 <https://www.jeuneafrique.com/158539/societe/les-s-ries-t-l-triomphent-avec-leurs-histoires-de-familles/>

73 https://www.lemonde.fr/afrique/article/2019/08/15/a-abidjan-on-vit-telenovelas_5499612_3212.html

Canal+ et TV5 Afrique, investissent régulièrement dans la production ou l'achat de séries télévisées. Ceci a donné naissance à diverses sociétés de production spécialisées dans le contenu télévisuel, qu'il s'agisse de séries ou de publicités, qui constituent la majorité des plus de 200 sociétés de production enregistrées dans le pays⁷⁴.

L'explosion des nouvelles séries télévisées s'explique, d'une part, par la libéralisation du marché audiovisuel et l'émergence de nouvelles chaînes de télévision privées, notamment après le passage de la diffusion analogique au à la diffusion numérique terrestre. D'autre part, la convergence numérique a entraîné une pléthore de services OTT, tant internationaux (comme Netflix) que locaux (outre la RTI publique, il y a aussi les opérateurs de télécommunications comme Orange, qui participe de plus en plus au financement des productions ivoiriennes). Le nombre d'offres a considérablement augmenté, créant un marché concurrentiel et stimulant la création⁷⁵.

Une autre raison de la prédominance de la production télévisuelle sur la production cinématographique est sa rentabilité, compte tenu notamment des problèmes de piratage, de la rareté des salles de cinéma et du sous-développement du secteur de la distribution des films.

Bien que la majorité des films ivoiriens soient réalisés pour la télévision, il existe un plus petit nombre d'œuvres cinématographiques qui connaissent un succès d'audience considérable et sont saluées par la critique. Cependant, les budgets publics sont trop rares pour les grosses productions, et les producteurs hésitent à produire des longs métrages car ils ne leur permettent pas de rentabiliser leur investissement, même s'il connaît un succès en Afrique francophone⁷⁶. En effet, sur une cinquantaine d'autorisations de tournage accordées par l'ONACCI par an, à peine 2 ou 3 autorisations concernent des tournages de films, le reste étant des tournages de séries et autres produits pour la télévision⁷⁷.

2.6.4. Fonds et subventions

FONSIC

Le FONSIC fait partie du ministère de la Culture, et ses ressources proviennent essentiellement de l'allocation du budget de l'Etat. Il soutient les projets sous la forme d'une avance sur recettes remboursables avant et après la production, aux sociétés de production titulaires d'une licence délivrée par l'ONACCI.

Outre les films, le FONSIC est également chargé de soutenir les séries télévisées, la diffusion et la promotion, ainsi que d'encourager et d'aider la création d'écoles de formation aux métiers du cinéma. Entre 2013 et 2018, le montant total des fonds disponibles est passé de 50 à 388 millions de FCFA et le nombre de productions cinématographiques soutenues est passé de 1 à 11⁷⁸. En outre, 9 séries télévisées ont été soutenues⁷⁹.

Cependant, le financement reste insuffisant pour produire un long métrage dans un format international car les montants alloués par le FONSIC ne couvrent pas la totalité des coûts de production, et

⁷⁴ <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379165.locale=en>

⁷⁵ <https://variances.eu/?p=2075>

⁷⁶ <https://www.cairn-int.info/journal-afrique-contemporaine-2017-3-page-385.htm>

⁷⁷ <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000379165.locale=en>

⁷⁸ <http://culture.gouv.ci/wp-content/uploads/2019/10/Bilan-2011-2018-MCF-FINAL-REVU-08072019.pdf>

⁷⁹ <https://fonsic-ci.com/fr/films/serie>

certains des films et séries soutenus restent inachevés, faute de pouvoir compléter leur financement⁸⁰.

Les professionnels du secteur demandent donc que l'avance sur recettes soit transformée en subventions (non remboursables).

Coproductions

En l'absence de financement public suffisant, les cinéastes cherchent à travailler avec des partenaires multiples et à réaliser des coproductions. La Côte d'Ivoire dispose d'un accord de coproduction cinématographique avec la France depuis 1995, qui prévoit une aide de 20 à 80% du coût de production. Cet accord a permis de soutenir plusieurs productions ivoiriennes. Un accord de coproduction et d'échanges cinématographiques a également été signé en 2011 entre l'ONACCI et son homologue, le Centre cinématographique marocain (CCM).

Le CLAP-ACP

En 2020, un nouveau dispositif financier de soutien à la coproduction - le CLAP-ACP⁸¹ - a été mis en place. Ce dispositif est financé par l'Union européenne dans le cadre du programme Culture ACP-UE et mis en œuvre grâce à un partenariat entre le FONSIC et le Fonds Images de la Francophonie de l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF). Le Clap-ACP vise à renforcer le secteur cinématographique et audiovisuel des pays ACP par un soutien financier et une aide aux projets de coproduction audiovisuelle, ainsi qu'en facilitant la mise en réseau des producteurs. Clap-ACP comprend donc un volet financier et un volet d'accompagnement :

- ▶ *le volet financier consiste à renforcer les fonds d'aide existants, c'est-à-dire à ajouter aux aides accordées par l'OIF et le FONSIC un « Bonus ACP-UE » qui peut atteindre 100% et donc doubler le montant reçu par le projet ;*
- ▶ *le volet soutien consiste à offrir aux projets des avantages non financiers tels que le détachement d'experts, l'aide à la recherche de partenaires, des opportunités de formation, la promotion de synergies entre les fonds africains, etc.*

Les séries télévisées semblent dominer ici aussi : selon les données de la FONSIC, sur les sept projets sélectionnés pour être soutenus par ce dispositif en 2021, deux étaient des longs métrages pour un montant de 108 M FCFA, et cinq étaient des séries pour un montant de 180 M FCFA⁸².

2.6.5. Incitants fiscaux

Bien que la Côte d'Ivoire soit un lieu de tournage pour les films internationaux, y compris les documentaires, le pays n'offre pas d'incitations fiscales pour le financement privé. L'état actuel du marché ne permet pas encore un retour sur investissement.

2.6.6. Obligations d'investissement et prélèvements

Ni le média de service public RTI, ni les chaînes de télévision privées n'accordent de financement aux productions cinématographiques. Une part de 5% du montant des redevances annuelles versées par les éditeurs de services de médias audiovisuels, titulaires d'une autorisation d'utilisation de fréquences, est affectée à l'ONACCI.

⁸⁰ <https://www.cairn-int.info/journal-afrique-contemporaine-2017-3-page-385.htm>

⁸¹ <https://www.acp-ue-culture.eu/projets-clap-acp/>

⁸² <https://fonsic-ci.com/uploads/112.pdf>

Les médias audiovisuels ont des obligations de quotas. La HACA, dans le cadre des conditions de licence, oblige les prestataires à diffuser au moins 30% d'œuvres télévisuelles et cinématographiques africaines, dont 20% d'œuvres ivoiriennes. En outre, comme mentionné ci-dessus, de nombreux diffuseurs de télévision investissent dans la production ou l'achat de séries télévisées.

2.6.7. Autres instruments et facteurs contributifs

RTI

Avant le succès de la série « Ma famille », la RTI n'avait pas l'habitude d'acheter des séries télévisées : la première saison de la série a été offerte presque entièrement gratuitement à la télévision par les producteurs, au risque qu'elle ne soit pas diffusée⁸³.

En 2014, le groupe RTI a créé les entités RTI Production, chargée de développer et d'améliorer la qualité des productions ivoiriennes par la promotion de la coproduction, et RTI Distribution, chargée de commercialiser et d'exporter les produits audiovisuels et cinématographiques réalisés en Côte d'Ivoire.

Le contenu national reste essentiel pour la RTI, mais elle a également réalisé que les coproductions internationales lui permettront d'élargir le public potentiel et d'augmenter les budgets. La RTI a concentré ses coproductions et sa distribution sur les séries, car ce sont des produits qui se vendent bien.

Pour améliorer la qualité de ses programmes, la RTI signe des accords de coproduction avec des sociétés de production locales, mais aussi avec des partenaires étrangers - comme le partenariat avec un producteur sud-africain pour la réalisation d'une série dramatique de science-fiction qui marque la première coproduction entre les deux pays⁸⁴. La RTI encourage également la formation des talents locaux, à travers le programme Nouveaux Talents qui soutient les jeunes dans leurs projets artistiques tels que l'écriture de scénarios.

Distribution

Comme mentionné, la distribution de films en Côte d'Ivoire est plutôt sous-développée, mais la télévision a également donné un nouveau souffle à ce segment. Grâce à RTI Distribution, des séries télévisées ivoiriennes ont été diffusées à l'international.

Comme le souligne le site Internet du groupe RTI⁸⁵, la RTI s'efforce d'être un acteur majeur de l'industrie cinématographique et audiovisuelle en Afrique subsaharienne, dans les pays francophones et anglophones. Selon les données de 2017, la RTI a distribué des séries en anglais et en français dans 50 pays⁸⁶.

Pôles pour les nouvelles formes de création audiovisuelle

Depuis 2015, la Côte d'Ivoire accueille le DISCOP Africa⁸⁷, le principal marché B2B pour les entreprises

⁸³ <https://www.cairn-int.info/journal-afrique-contemporaine-2017-3-page-385.htm>

⁸⁴ <https://variety.com/2021/tv/news/known-associates-rti-ambre-1235015534/>

⁸⁵ <https://rtigroupe.com/activites/rti-distribution>

⁸⁶ <https://en.unesco.org/creativity/policy-monitoring-platform/co-production-et-distribution-rti>

⁸⁷ <https://www.discop.com/>

de distribution et de coproduction de films, de programmes télévisés et de contenus numériques en Afrique subsaharienne. Celui-ci cible spécifiquement les 31 pays africains où le français est parlé comme première ou deuxième langue - ce qui fait de la ville d'Abidjan le centre de l'industrie audiovisuelle de l'Afrique francophone.

Une nouvelle dynamique a émergé ces dernières années dans le domaine du cinéma d'animation, avec plusieurs studios produisant des contenus reconnus pour leurs qualités de narration et leurs techniques d'animation, comme Afrikatoon, qui a produit Pokou (2013), le premier long métrage d'animation ouest-africain. En partenariat avec Orange, le studio a organisé le programme Afro VFX qui formera gratuitement 20 jeunes aux fondamentaux des effets spéciaux cinématographiques⁸⁸.

⁸⁸ <https://afrikatoon.com/cinema-audiovisuel-lancement-officiel-du-programme-afro-vfx-organise-en-partenariat-avec-afrika-toon/>

OBSERVATION
PRINCIPALES ●
SUR LES ETUDES DE CAS

3. OBSERVATIONS PRINCIPALES SUR LES ETUDES DE CAS

Le présent chapitre est consacré à une analyse comparative des marchés sélectionnés. En ligne avec la méthodologie suivie pour la réalisation des études de cas, il fournit d'abord des observations clés sur les cadres politiques et de gouvernance, les caractéristiques du marché et de l'industrie, les mesures de financement et fiscales, ainsi que les obligations d'investissement et autres politiques disponibles dans les pays étudiés. Ensuite, la comparaison identifie les facteurs les plus importants contribuant à la compétitivité et à l'accessibilité du contenu audiovisuel dans les cas examinés, et nous conduit aux meilleures pratiques, dont certaines peuvent servir d'exemples à suivre pour la Tunisie.

3.1. Cadre politique et de gouvernance

- ▶ *Les pays qui rencontrent le plus de succès sont ceux qui ont abandonné la gouvernance descendante (« top-down ») des institutions publiques concernées pour des modèles de gouvernance plus ascendants (« bottom-up ») et participatifs, impliquant des représentants de l'industrie et des professionnels.*
- ▶ *Les gouvernements ont tendance à adopter une position proactive dans le développement des industries audiovisuelles nationales en mettant en œuvre une grande variété de politiques et de mesures soutenues par divers organismes publics et autres institutions, dans la poursuite d'objectifs tant culturels qu'économiques.*
- ▶ *Les objectifs de la politique audiovisuelle sont définis par des stratégies et des plans d'action nationaux et leur mise en œuvre est pilotée de manière concertée par des organismes interministériels, notamment des ministères, des agences indépendantes et des fonds actifs dans le secteur audiovisuel au sens large.*
- ▶ *Les politiques publiques réussies dépassent la logique du correctif social et le moyen de soutenir une création artistique de niche qui ne peut être commercialisée : elles considèrent les fonds publics comme un investissement dans les industries créatives au sens large afin de promouvoir leur compétitivité, tout en préservant la qualité et la pertinence culturelle.*
- ▶ *Le cinéma et l'audiovisuel en général sont reconnus comme des secteurs importants des économies nationales, avec un fort potentiel de croissance et d'emploi.*

3.2. Marche et industrie

- ▶ *Les écosystèmes de production performants sont soutenus par des politiques publiques souples qui réagissent rapidement aux changements du marché et aux nouvelles tendances.*
- ▶ *Le rôle des institutions publiques dans la promotion des investissements dans la production audiovisuelle et la compréhension des évolutions du marché est reconnu par les décideurs politiques.*
- ▶ *Les petites industries cinématographiques nationales qui ont le mieux réussi ont réformé les modèles de gouvernance descendante en faveur de modèles de gouvernance plus participatifs. Afin de s'adapter efficacement à l'évolution constante du secteur audiovisuel, l'implication de toutes les parties prenantes du secteur, tant publiques que privées, est d'une importance cruciale.*

3.3. Fonds et subventions

- ▶ *Dans un système de financement qui fonctionne avec des fonds publics limités, l'allocation des fonds suit le plus souvent un schéma sélectif soutenant les objectifs culturels et artistiques.*
- ▶ *Dans les environnements où il n'existe pas de fonds purement économiques, les schémas d'allocation de fonds qui prennent en compte à la fois les objectifs culturels et économiques offrent de meilleurs résultats.*

- ▶ *S'appuyer principalement sur le financement public et les régimes d'aide hérités du passé n'est plus suffisant pour maintenir la compétitivité et accompagner les changements induits par le développement technologique, les nouvelles formes de création audiovisuelle et l'évolution des modes de consommation.*
- ▶ *Le potentiel d'exportation des secteurs audiovisuels nationaux peut être accru par l'ouverture des fonds de soutien public à d'autres formats audiovisuels et formes de création que les films, tels que la fiction télévisée et, de plus en plus, les jeux.*

3.4. Incitants fiscaux

- ▶ *Les cadres et instruments financiers soutenant les investissements étrangers et les coproductions peuvent contribuer de manière significative à l'efficacité des exportations et au bien-être général de l'industrie audiovisuelle d'un petit pays.*
- ▶ *Les incitations fiscales, telles que les régimes de remise et surtout les abris fiscaux, comptent parmi les mécanismes les plus importants pour attirer les (co-)productions étrangères. Les productions étrangères, surtout si elles proviennent de grandes sociétés de production européennes ou américaines, sont normalement plus importantes que les projets cinématographiques des petits pays et peuvent donc générer des recettes fiscales directes et indirectes plus élevées, des emplois de professionnels du cinéma et des revenus d'autres sociétés fournissant des services sur les lieux de tournage, ainsi que des avantages pour les municipalités, les commerces et les citoyens.*
- ▶ *Il y a également un effet positif sur les compétences des équipes techniques et des producteurs locaux, car l'augmentation des niveaux de production permet d'accroître leur expertise et leurs compétences.*
- ▶ *L'accueil de productions étrangères a un impact positif non seulement sur l'industrie audiovisuelle nationale, mais aussi sur d'autres branches de l'économie, notamment le tourisme.*

3.5. Obligations d'investissement et prelevements

- ▶ *Même s'il existe des pays, comme la France, où le financement des films est principalement alimenté par des prélèvements imposés aux acteurs du marché, ce qui le rend pratiquement indépendant du financement public, dans les petits marchés il est irréaliste de compter considérablement sur le soutien de l'industrie.*
- ▶ *Les possibilités offertes par l'imposition d'une obligation financière aux éditeurs de services de médias audiovisuels étrangers ciblant le public national peuvent constituer des sources supplémentaires de financement des films nationaux et contribuer à l'égalité des conditions de concurrence sur un marché audiovisuel mondialisé.*

3.6. Autres instruments et facteurs contributifs

- ▶ *Un environnement juridique et réglementaire favorable, avec de faibles charges administratives une transparence du fonctionnement des systèmes de soutien, est une caractéristique importante des politiques audiovisuelles efficaces.*
- ▶ *Des services tels que le soutien logistique, les installations de production et de postproduction, les centres d'affaires, les centres d'innovation et les activités de promotion, organisés au niveau national ou par les villes ou les régions, peuvent faciliter considérablement les opérations du secteur et contribuer à sa compétitivité, mais aussi à l'attrait du pays ou de la région pour les productions étrangères.*
- ▶ *Pour soutenir un secteur audiovisuel dynamique, il est important de créer un environnement favorable au développement des talents (par le biais de fonds, d'encadrement, de possibilités d'éducation) et des infrastructures (pôles, pépinières d'entreprises) pour l'industrie créative numérique.*

FOCUS SUR LA TUNISIE



4. FOCUS SUR LA SITUATION EN TUNISIE

Le présent chapitre explore la situation en Tunisie sur la base d'une étude documentaire et d'une série d'entretiens avec des acteurs des filières audiovisuelle et cinématographique.

4.1. Un marché au financement difficile et au fonctionnement inadapté

Les acteurs de la production audiovisuelle tunisienne sont unanimes sur la difficulté de financer les œuvres télévisuelles. Le coût d'une série varie entre 2 et 6 millions de dinars⁸⁹. Ces coûts ont par ailleurs progressé ces dernières années en raison de l'augmentation des prix du matériel technique et des cachets d'acteurs.

Le financement par les producteurs eux-mêmes est impossible au vu des montants très hauts nécessaires. Les diffuseurs, non plus, n'ont pas la capacité financière d'acheter ou pré-acheter une création audiovisuelle. A titre d'exemple, pour un budget d'environ 100 millions de dinars pour la Télévision Nationale (publique), le coût de production des deux seules séries originales du mois de Ramadan représente déjà 6% de son budget.

Rappelons que la Télévision Nationale avait sa propre agence de production (Agence Nationale de la Promotion de l'Audiovisuel – ANPA) qui a permis de produire plusieurs œuvres audiovisuelles avant la révolution de 2011. Cette situation a encouragé la pratique du bartering. Cette pratique partage les risques de financement entre les producteurs (exécutifs en l'occurrence) et les diffuseurs. En effet, le diffuseur demande au producteur de financer la production en prenant contact avec des annonceurs afin de pouvoir boucler le financement. Si cette pratique, particulière au marché tunisien, limite le risque des diffuseurs, elle n'est pas appréciée des producteurs. Ils estiment que leur rôle n'est pas de contacter les annonceurs et regrettent que leurs œuvres soient fortement influencées par des questions de marketing (alors que le diffuseur est supposé faire « tampon » entre la production et l'annonceur via sa régie).

Ainsi, le financement du secteur repose essentiellement sur les recettes publicitaires mais en subit aussi les caractéristiques : il s'agit d'un marché publicitaire très limité (166 millions de dinars en totalité en 2021 dont 63% pour la télévision)⁹⁰ et fortement concentré durant la période de Ramadan (30% à 40% de l'année). Ainsi, les producteurs ont beaucoup de mal à financer leurs créations au vu de l'étroitesse de ce marché et se retrouvent à devoir orienter la création vers le mois de Ramadan au vu du phénomène de concentration des investissements.

Cette situation n'a pas empêché l'émergence d'autres sources de financement, en cours d'exploration, par les producteurs tunisiens :

- ▶ Les producteurs développent de plus en plus des coproductions avec l'Algérie et la Libye, qui sont des marchés proches et demandeurs de productions et qui valorisent l'expertise tunisienne.
- ▶ L'émergence des plateformes de vidéo à la demande encourage les producteurs et les diffuseurs à monétiser et à amortir leurs œuvres sur des plateformes payantes (opérés par eux même comme le cas des productions de Sami Fehri ou tierces comme WatchNow ou Artify).

⁸⁹ <https://www.youtube.com/watch?v=P22OyavmyLo>

⁹⁰ <https://prosdela.com/web-tv/1240/investissements-publicitaire-open-sigma-2022>

4.2. La force de la technique et la faiblesse du scénario

4.2.1. Une technique maîtrisée malgré une infrastructure modeste

La production audiovisuelle tunisienne a une grande force, à l'unanimité des acteurs du marché : la qualité de ses techniciens. Ils sont considérés comme étant bons et issus de formations de bonne qualité. En effet, les industries du cinéma et de l'audiovisuel ont bénéficié ces dernières années en Tunisie d'une jeune génération de bons techniciens, couplé avec un meilleur matériel à leur disposition. Toutefois, le manque de productions locales et la fragilité de l'écosystème tunisien rendent difficile de les retenir, car ils sont fortement sollicités dans des marchés étrangers comme en Égypte, au Maroc ou en Europe.

D'une manière connexe, les capacités de production (dans un sens de gestion de projet via les sociétés de productions) et les talents de réalisation, de création de costumes ou de décors sont aussi appréciés et ont pu démontrer leurs qualités dans les dernières œuvres audiovisuelles.

Il faut noter que les formations existantes en Tunisie (écoles de cinéma, écoles d'image, comme l'Ecole Supérieure des Arts Cinématographiques ou l'Institut des Arts Multimédias de Manouba) permettent d'avoir des promotions de techniciens compétents, comme vu ci-haut, bien qu'elles soient orientées vers le cinéma spécifiquement, sans prendre en compte particulièrement la spécificité de l'audiovisuel. Enfin, les infrastructures de tournage disponibles restent modestes. Les studios sont généralement assez anciens et limitent les possibilités créatives. En même temps, la Tunisie présente une variété de paysages et de décors naturels qui contrebalance les faiblesses des infrastructures bâties.

4.2.2. L'écriture scénaristique, point faible de la création audiovisuelle

D'une manière opposée, il existe un réel déficit de compétences scénaristiques. Les acteurs de la création audiovisuelle constatent le manque évident de scénaristes et insistent sur le fait que l'écriture doit être appréhendée comme un réel axe d'amélioration pour la filière. Ce constat concerne tout aussi bien la filière audiovisuelle que cinématographique. En effet, le « métier de scénariste est rare ». Par ailleurs, les métiers qui tournent autour, comme les script doctors ou les script editors n'existent pas et sont espérés par la profession.

De plus, les techniques ne sont pas maîtrisées : très rares ateliers d'écriture, absence de méthodologies... Enfin, les scénaristes manquent de « background » : la culture générale nécessaire pour développer des scénarios manque parfois et il n'existe pas aujourd'hui de réelles formations de scénaristes.

De plus, la concentration de la production télévisuelle dans quelques productions lors du mois de Ramadan, limite la pratique pour les scénaristes existants, un phénomène que l'on peut qualifier de « perte de main » récurrente. Cela a pour effet que les scénarios produits actuellement se font dans le mimétisme de productions étrangères, se répètent et souffrent de leur manque d'originalité. Ainsi, il semble nécessaire de mettre en place des formations pour faire monter en compétence de nouvelles générations de scénaristes, formés sur de meilleures bases en termes de méthodologies et de techniques. Ensuite, il est aussi nécessaire d'attribuer de meilleures ressources aux phases d'écriture et de développement des œuvres audiovisuelles en amont de la production.

4.3. Le cinéma et l'audiovisuel, une séparation institutionnelle malgré une synergie opérationnelle

Comme c'est le cas dans de nombreux pays, le cinéma et la création audiovisuelle sont traités d'une manière proche si ce n'est indistincte par les institutions publiques et régulateurs. En Tunisie, les mêmes opérateurs de création (producteurs, réalisateurs, techniciens, casting...) interviennent dans les deux filières indifféremment et par ailleurs constatent généralement les mêmes enjeux que cela concerne la production d'un film ou d'une création audiovisuelle.

4.3.1. Situation du cinéma en Tunisie

Le cinéma en Tunisie jouit d'une structure dédiée (le CNCI, Centre National du Cinéma et de l'Image), sous la tutelle du ministère de la Culture. Le financement du cinéma connaît les mêmes difficultés que l'audiovisuel en termes d'accessibilité du financement. Cependant, là où la création audiovisuelle a la possibilité de se faire financer via la publicité, le cinéma n'y a pas accès. Il a, en revanche, un fonds de 6 millions de dinars, dédié comme aide à la production et à l'écriture. Ce fonds est réparti entre plusieurs films (10 longs métrages par exemple) ce qui amène à des financements parfois considérés comme trop faibles par rapport aux besoins en ressources financières d'un film (subvention maximale en 2022 de 400.000 dinars pour un coût moyen en Tunisie, de 1,5 millions de dinars). Cela génère des tensions au sein de la filière au vu de la faiblesse des montants à répartir. Les cinéastes sont amenés à aller chercher des financements autres, avec une prépondérance pour la coproduction, notamment internationale. Il faut noter que la petite taille du marché des salles de cinéma et l'absence de pratique d'achat par les chaînes de télévisions rend ce financement et la rentabilisation très difficiles en local. Par ailleurs, beaucoup d'acteurs de la filière cinématographique regrettent la disparition du financement et de l'achat de droits de films par l'audiovisuel public (pratique existant il y a plus de 15 ans).

Concernant la mécanique de l'attribution, ce fonds est intervenu une fois par an à la suite d'un appel à candidature. Une commission désignée par le ministère de la Culture, composée de professionnels du secteur, évalue les projets et attribue les subventions prévues. Il faut noter que cette mécanique souffre de quelques aléas : la taille de la filière rend les commissions gérées par presque les mêmes personnes, avec l'émergence de phénomènes de renvoi d'ascenseur, de proximités entre acteurs... Il existe, au moment de la rédaction de cette étude, un projet d'amendement de la loi réglementant le fonctionnement de ce fonds et de ses commissions afin de l'améliorer et le rendre plus transparent.

Plus généralement, malgré l'existence de ces mécanismes, la filière considère que l'État (dans son ensemble, au-delà du ministère de la Culture et du CNCI, qui y sont, eux, dédiés), a la possibilité d'être plus encourageant pour la filière cinématographique – d'ailleurs le même constat s'élargit à tout le secteur des industries culturelles et créatives. En effet, ces dernières années, la reconnaissance du cinéma tunisien à l'international promeut l'image du pays, et les acteurs peuvent penser que l'accompagnement (pourtant existant de la part du CNCI) n'est pas à la hauteur de son succès. De son côté le CNCI a déjà engagé, à son échelle, les réformes nécessaires pour le développement du secteur, dans la limite du contexte économique national.

4.3.2. Une séparation institutionnelle effective mais une ouverture pour le rapprochement

Malgré leur connexion évidente, les filières du cinéma et de l'audiovisuel sont, institutionnellement, traitées séparément. Le ministère de la Culture considère ne pas avoir dans ses prérogatives générales actuelles la gestion des filières liées au secteur des médias audiovisuels bien que le CNCI couvre toutes les industries de l'image. Par exemple, les autorisations de tournage des séries de Ramadan

sont délivrées par la Présidence du gouvernement et non par le CNCI ou le ministère de la Culture. Cette séparation exclut de fait la création audiovisuelle de la stratégie du ministère de la Culture et plus généralement la stratégie culturelle. Cependant, il existe une conscience de la nécessité d'opérer une connexion entre les deux filières, voire d'envisager leur fusion dans un seul ensemble. Le CNCI et sa tutelle expriment un intérêt pour la filière de la création audiovisuelle au vu de son succès croissant à l'international et surtout au vu de la porosité entre elle et celle du cinéma. Cette conscience est renforcée par le développement des industries culturelles et créatives. Plus opérationnellement, le CNCI ne s'interdit pas à terme d'être impliqué d'une manière ou d'une autre au niveau de la question de la création audiovisuelle modulo les ressources nécessaires.

Il convient de noter que la question des priorités entre création cinématographique et audiovisuelle peut se poser au vu des challenges des deux filières et de la petite taille des ressources disponibles (un argument – non économique – de « prestige » culturel peut être mis sur la table et dans le débat cinéma-télévision-plateforme).

4.4. Une production indépendante confrontée à un écosystème défavorable

Il serait difficile de parler de production indépendante en Tunisie. En effet, l'écosystème tel que construit actuellement empêche les producteurs indépendants de pouvoir proposer une œuvre, non commandée au préalable, au diffuseur le plus offrant ou intéressé.

Comme vu ci-dessus (section 4.14.1.), le financement requiert dans la plupart des cas l'implication d'annonceurs dès les phases de développement de l'œuvre, et ces annonceurs sont difficiles à rassembler sans l'accord préalable d'un média audiovisuel. De plus, l'écosystème de la production regrette un certain « manque d'audace » des diffuseurs trop dépendants d'une audience à conquérir pour plaire aux annonceurs, lorsqu'ils ne se soumettent pas tout simplement à leur bon vouloir. En outre, El Hiwar Ettounsi, chaîne de télévision ayant vraisemblablement le plus d'audience lors du mois de Ramadan, préfère largement produire en interne ses fictions sérielles. Du côté des médias publics, la Télévision Nationale ne participe pas non plus au développement de la production indépendante, pour les mêmes raisons de limitations de budget mais aussi en raison des lourdeurs administratives auxquelles elle est confrontée et qui ne répondent pas, loin s'en faut, au rythme et aux exigences d'une production audiovisuelle. Il existe néanmoins quelques tentatives occasionnelles d'achats de productions indépendantes (audiovisuelles ou cinématographiques) comme la série « Galb el Dhib » en 2020, diffusée sur la Wataniya¹ – noter que cela s'est fait après un litige sur sa diffusion prévue sur El Hiwar Ettounsi⁹¹ – ou comme les documentaires distribués par l'association DocHouse et diffusés sur Attessia. Cependant, ces essais restent ponctuels au regard du fonctionnement d'un marché défavorable à la prise d'initiative du producteur.

4.5. Réflexions autour des mesures de soutien et leur gouvernance

4.5.1. Une attente pour un fonds de soutien, aux sources diversifiées

Tous les acteurs et opérateurs impliqués dans la création audiovisuelle sont conscients de la nécessité de multiplier les sources de financement avec notamment un fonds de soutien dédié. Ils sont par ailleurs favorables à la création d'un fonds de ce type.

⁹¹ <https://www.realites.com.tn/2020/04/affaire-galb-dhib-la-cour-dappel-rend-son-dernier-verdict/>

Plusieurs hypothèses de financement de ce fonds existent. Les plus courantes sont les suivantes :

- ▶ Un financement sur la base d'une taxe sur le chiffre d'affaires des médias audiovisuels : cette solution est généralement abordée mais rapidement challengée par la très faible taille du marché publicitaire et le risque de le défavoriser.
- ▶ Un financement, comme pratiqué en Irlande, sur la base d'une affectation d'une partie de la redevance de l'audiovisuel public : cette solution est challengée par le fait que la Télévision Nationale a déjà des difficultés à récolter cette redevance de l'opérateur national de l'électricité – ce qui rendrait difficile la collecte des fonds.
- ▶ Un financement sur la base d'une taxe sur le chiffre d'affaires des opérateurs télécom : cette solution rencontre un large consensus au sein du secteur, dès lors que les clients des opérateurs télécom s'abonnent en priorité pour avoir accès un contenu – généralement vidéo et audiovisuel – mais qui ne rétribue pas les ayants-droits.
- ▶ Un financement provenant du budget de l'État : cette solution estimée comme peu viable (du moins si elle est seule) au vu de la situation des finances publiques à l'heure de la rédaction de cette étude.

Dans tous les cas, les acteurs de la filière estiment qu'il convient de diversifier les sources de revenus de ce fonds pour garantir son bon fonctionnement.

4.5.2. Une gouvernance mixte secteur de la culture, secteur des médias

L'inexistence d'un opérateur exécutif pour la promotion et le développement de la filière de la création audiovisuelle pose la question de l'institution qui devra opérer un fonds dédié.

Il sera difficile d'en faire une institution indépendante sans activer des ressources de l'État et un processus lourd de création d'une institution publique, à laquelle il sera nécessaire d'affecter des fonds. La HAICA peut apparaître comme une institution hôte. Certains acteurs le souhaitent. Cependant, cette hypothèse sera confrontée au fait que le régulateur de l'audiovisuel risque d'être vu comme étant juge et partie : il risque dans certains cas de financer des œuvres dont il devra réguler le contenu, voire sanctionner, une fois celles-ci diffusées par les médias audiovisuels. Ainsi, la HAICA ne devrait pas, logiquement, être impliquée dans les prises de décision de financement des œuvres audiovisuelles.

Enfin, le CNCI apparaît lui aussi de manière naturelle comme une possible institution hôte, principalement vu qu'il maîtrise les mécaniques d'octroi d'aides déjà installées. L'extension des prérogatives du CNCI comme bailleur de fonds pour la création audiovisuelle paraît naturel au vu de son historique autour du cinéma. Il est à noter malgré tout l'importance d'éviter de reproduire les quelques dysfonctionnements constatés dans la subvention d'aide à la production cinématographique (en cours de réforme) et de démarrer une éventuelle subvention pour la création audiovisuelle sur de meilleures bases.

4.5.3. Une priorité au développement et à la production

Au vu de la situation actuelle du secteur de la création audiovisuelle, il apparaît prioritaire de dédier le fonds mentionné ci-haut quasi-exclusivement aux questions de la production et du développement en premier lieu. En effet, la plupart des acteurs identifient la question du développement et de l'accompagnement aux efforts d'écriture comme une priorité au vu de la faiblesse de la Tunisie en la matière. Ensuite vient bien sûr, le soutien à la production elle-même pour augmenter la qualité des œuvres et les rendre plus indépendantes du financement publicitaire évoqué ci-dessus.

Moins prioritaire, mais possible à moyen ou long terme, l'accompagnement à la distribution est souhaité pour faire connaître les œuvres tunisiennes à l'étranger (plateformes de streaming, festivals de séries, ...) et accompagner les acteurs concernés dans leurs tentatives d'export et de revente auprès d'opérateurs étrangers.

4.6. Focus sur la création radiophonique

En 2022, la création est peu développée sur les ondes radio en Tunisie – si ce n'est quelques émissions des antennes de la Radio Tunisienne ou dans certaines radios privées. Les initiatives restent limitées malgré une histoire reconnue dans la création radiophonique tunisienne entre fictions, reportages, théâtre de radio, ... Les antennes sont aujourd'hui en grande majorité orientées vers des programmes enregistrés exclusivement en studio (talk ou diffusion de musique).

D'une manière parallèle à la situation que connaissent les producteurs et diffuseurs en télévision, ceux de la radio souffrent d'un manque de moyens – qu'ils subissent déjà dans leurs antennes actuelles. Un reportage radio coûte aux alentours de 1000 dinars, poussant ainsi les diffuseurs à privilégier le talk en studio, format bien moins cher.

Cependant, cette création radiophonique commence à se développer dans les nouveaux formats du type podcasts. Certaines initiatives, décorrélées des diffuseurs traditionnels, expérimentent la création et la diffuse directement sur les plateformes de podcast (exemples d'Inkyfada⁹² ou « Khedma Ndhifa » de Raouia Khedher⁹³). Elles rejoignent un engouement général pour l'audio et l'émergence de nouveaux modes de consommations (les plateformes telles que ClubHouse, SoundCloud ou l'intégration des podcasts dans Spotify) même si une partie du public n'est pas encore habitué.

Que cela soit pour le podcast ou l'antenne, le travail de sensibilisation à la création radiophonique semble essentiel puisque l'audience a perdu l'habitude d'entendre une création radiophonique à cause de la prédominance du talk, même si la fiction radiophonique connaît un début de renouveau, notamment avec l'émission « Nahj El Tribunal » de Mohamed Sayari sur IFM. Le soutien à cette création paraît nécessaire et est souhaité par les acteurs contactés lors de cette étude. En effet, les fonds à allouer sont bien moins importants que ceux nécessaires pour soutenir la création télévisuelle. Ainsi, une affectation d'une partie d'un fonds dédiée à la création audiovisuelle pour celle radiophonique paraît être le bienvenu et être assez simple à mettre en œuvre.

Ce soutien devrait aussi, selon le souhait des acteurs, renforcer la création indépendante, portée par des projets (podcast, production sans diffuseur préalable, production pour le compte d'un éditeur sans que ce dernier ne la porte directement...).

A noter que le soutien de la production seule, à ce stade de développement, ne peut être suffisant. En effet, au vu de la nouveauté de la filière, il serait important de l'accompagner par le soutien au développement, les formations à l'écriture et au montage... A un autre degré, le fonds peut aussi soutenir le besoin de distribution, la monétisation et l'accès aux plateformes internationales.

Par ailleurs, on notera que les radios associatives peuvent être perçues comme étant un très bon moyen d'encourager à cette création radiophonique – au vu de leurs capacités d'expérimentation.

⁹² <https://inkyfada.com/fr/podcast/>

⁹³ <https://www.france24.com/fr/vidéo/20220210-la-journaliste-tunisienne-raouia-kheder-ré-compensée-du-2nd-prix-de-l-innovation-dans-les-médias>

CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

5. CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

5.1. Principales tendances et conclusions

Les chapitres 2 et 3 ont tenté de décrire et de mettre en valeur les différentes manières dont la création, la production, la promotion et la distribution de divers contenus audiovisuels sont encouragées par divers types de politiques culturelles, économiques ou fiscales dans une sélection de cinq pays qui avaient été choisis pour illustrer à la fois combien une vision politique est nécessaire et combien une évaluation et une évolution permanente des politiques publiques est indispensable.

Les différents systèmes de soutien au cinéma et à l'audiovisuel, dont certains datent pourtant de plusieurs décennies, continuent de connaître le succès, et cela malgré le fait que l'époque à laquelle ils ont été pensés et créés n'a plus rien à voir avec l'état actuel du marché et des usages. C'est notamment le cas dans les marchés vastes et florissants, comme l'Allemagne, et dans les marchés où ces systèmes se sont diversifiés en de multiples mécanismes de soutien à l'ensemble de la filière, comme la France.

Malgré ces succès qui perdurent, on observe une tendance croissante à la pression au changement, qui peut s'expliquer par une combinaison de facteurs :

- ▶ Qu'il s'agisse de soutenir la création cinématographique (après la seconde guerre mondiale) ou la création audiovisuelle (après la fin du monopole des médias de service public et la libéralisation du secteur audiovisuel dans les années 1980 et 1990), ces politiques publiques ont été développées dans un environnement politique dans lequel, dans une certaine mesure, l'intervention publique dans la plupart des secteurs économiques était largement acceptée, voire préconisée ; ce n'est manifestement plus la tendance, y compris dans les pays qui ont été les plus influencés par le socialisme ou la social-démocratie.
- ▶ Cette tendance à adopter des politiques publiques moins ambitieuses ou intrusives a été renforcée par la crise économique mondiale de 2008, dont certaines économies subissent toujours les effets aujourd'hui ; le secteur audiovisuel a été fortement touché par cette récession, qui a entraîné une baisse des recettes publicitaires, des coupes budgétaires (parfois sévères) dans le financement des fonds cinématographiques mais aussi des médias publics, voire la faillite de dizaines de médias publics et privés, en particulier sur les petits marchés ou les marchés régionaux ou locaux.
- ▶ Les systèmes de distribution des œuvres cinématographiques et audiovisuelles étaient autrefois limités (principalement les cinémas et la télévision analogique terrestre), faciles à comprendre, faciles à contrôler, basés sur le territoire national et, par conséquent, les acteurs concernés étaient faciles à taxer d'une manière ou d'une autre ; ils sont maintenant devenus abondants, complexes, difficiles à contrôler et de plus en plus mondiaux, ce qui rend de plus en plus difficile la collecte des recettes nécessaires pour financer ces systèmes.
- ▶ Parallèlement aux changements technologiques qui ont contribué à ces évolutions dans les modes de distribution, les usages ont également évolué rapidement et l'ancien modèle d'abonnement à un opérateur téléphonique monopolistique et à un autre câblo-opérateur monopolistique offrant une gamme très limitée de services dans une plateforme fermée a été

remplacé par une situation dans laquelle l'utilisateur consomme des contenus audiovisuels provenant du monde entier, à tout moment, en tout lieu, sur tout appareil connecté en permanence au haut débit, que ce soit gratuitement ou en s'abonnant à divers services.

Ces tendances expliquent pourquoi, dans les pays étudiés dans ce rapport mais aussi de manière globale, les politiques publiques évoluent rapidement, essayant de s'adapter en permanence aux nouveaux modèles économiques, aux changements technologiques, aux habitudes de consommation, ainsi qu'aux nouvelles attentes concernant le rôle de l'État. Comme le soulève un récent rapport réalisé pour le fonds cinématographique suédois Film i Väst, « il n'y a probablement jamais eu de moment où l'élaboration de politiques publiques a été plus difficile et où il a été plus difficile de prédire l'avenir »⁹⁴. La règle d'or semble être la volonté et la capacité à être flexible et à s'adapter à ces conditions en constante évolution et de trouver des solutions créatives. Tous les pays gèrent toujours leur fonds d'aide à la production cinématographique, mais chaque année, de nouveaux dispositifs sont mis en place (notamment en termes d'incitations fiscales), les dispositifs existants sont évalués et modifiés si nécessaire, et des initiatives originales sont testées. Comme l'illustre par exemple le cas de la Fédération Wallonie-Bruxelles de Belgique, qui s'est trop longtemps concentrée sur le financement traditionnel du cinéma avant de soutenir désormais avec succès la production de séries télévisées, toute politique reposant exclusivement sur une approche traditionnelle de la politique audiovisuelle et sur l'utilisation d'outils traditionnels est vouée à l'obsolescence et à l'échec.

Parallèlement à cette volonté d'adapter la politique audiovisuelle aux nouvelles circonstances, les études de cas montrent également la nécessité de les évaluer rigoureusement et régulièrement. Le secteur audiovisuel évolue rapidement et, surtout, il ne fonctionne plus dans un environnement fermé. Les politiques nationales sont confrontées et influencées par le contexte international et les initiatives prises par d'autres pays, régions ou même villes.

Comme le montrent plusieurs initiatives de financement de divers types d'œuvres audiovisuelles (Belgique, Irlande, Islande, Côte d'Ivoire), le développement et les modifications rapides des régimes d'incitation fiscale (Belgique, Irlande, Islande, Lituanie) ou les politiques fiscales horizontales agressives (Irlande), de plus en plus d'États, de régions et de municipalités ont l'ambition de se positionner comme des pôles internationaux de production audiovisuelle.

Ces tendances expliquent également pourquoi, dans la plupart, sinon la totalité, de ces pays, les politiques publiques se caractérisent également par un nouveau rôle de l'État, où des régimes plutôt limités et centralisés évoluent vers une constellation d'initiatives soutenues par divers organismes publics et autres institutions (Belgique, Irlande, Islande), parfois avec une plus grande ouverture à l'implication et au retour d'informations des différents acteurs du secteur, y compris les auteurs (Belgique, Irlande, Lituanie).

De même, le rôle de l'État est en train de passer clairement de celui de pourvoyeur de fonds à celui de pourvoyeur d'opportunités, par exemple en développant des incitations fiscales ou d'autres types d'incitations (toutes les études de cas), un changement qui s'accompagne d'une plus grande préoccupation pour les bénéfices économiques d'une industrie audiovisuelle florissante plutôt que pour la fierté ou l'influence culturelle (toutes les études de cas).

Dans ce contexte, la mondialisation de l'industrie est un défi sérieux, auquel les politiques publiques

⁹⁴ <https://analysis.filmivast.se/streaming-giants-and-public-film-funding/>

tentent de répondre non seulement en attirant les investissements étrangers par le biais des divers incitants fiscaux (Belgique, Irlande, Islande, Lituanie), mais aussi en trouvant des moyens de taxer les sociétés internationales qui ont des activités sur le territoire national (Belgique).

Enfin, et il s'agit ces dernières années d'une évolution très claire, l'évolution du financement du contenu créatif montre une plus grande ouverture aux nouveaux formats (séries télévisées, webséries), aux nouvelles façons de raconter des histoires (jeux, expériences immersives) et aux nouvelles manières d'atteindre les téléspectateurs (vidéo à la demande) et les auditeurs (podcasts).

5.2. Recommandations stratégiques

Dans son rapport sur la viabilité de l'industrie cinématographique, la société de consultance dans les industries créatives Olsberg-SPI dresse une liste de facteurs de réussite pour créer un tel environnement viable. Si la plupart des facteurs sont liés à l'état de l'industrie audiovisuelle elle-même, un facteur relève directement des politiques publiques : « Il est certainement nécessaire, pour qu'une entreprise ait une chance de devenir durable, d'exister au sein d'un système qui fournit un soutien cohérent et fiable et qui fonctionne à un niveau suffisamment important pour faire vraiment la différence. Pour une entreprise indépendante, travailler dans un environnement dépourvu de ce type de soutien diminue le potentiel de développement d'une stratégie de croissance solide. Cela s'explique en partie par la nature du modèle commercial de la production - risque élevé/récompense potentielle élevée - qui exige la capacité de fonctionner dans un système prévisible à long terme. Cela reflète le fait que le processus de développement et de production lui-même peut prendre et prend effectivement de nombreuses années pour les projets individuels ».⁹⁵

Au vu des études de cas, ces trois aspects de la viabilité pourraient se matérialiser dans les initiatives de politique publique comme suit :

- ▶ **Cohérence.** Le secteur de l'audiovisuel est complexe, il fait appel à des compétences très diverses et doit relever différents types de défis. Les systèmes de soutien devraient répondre à ces complexités en offrant un large éventail d'aides aux différents types d'acteurs impliqués (auteurs, scénaristes, techniciens, producteurs, distributeurs, exploitants..) aux différentes étapes de la création, de la production et de la commercialisation, et animés par des objectifs à la fois culturels et économiques plutôt que de se concentrer exclusivement sur l'un de ces deux aspects indissociables. Les études de cas fournissent de nombreux exemples de telles politiques (bien qu'à des degrés divers d'intensité) et montrent que la plupart des pays ont tendance à développer une diversité de systèmes de soutien, qui s'adressent à l'ensemble de la filière.
- ▶ **Fiabilité.** L'allocation des fonds reste la plupart du temps déterminée par un mélange de soutiens sélectifs et automatiques. Si l'aspect sélectif du soutien est probablement inévitable en raison des aspects culturels des projets, il doit être encadré de manière à éviter les décisions discrétionnaires (qui peuvent décourager les investissements humains et financiers). Il devrait également être mis en place avec l'objectif de récompenser le succès, car cela permet de limiter l'investissement public et/ou de créer un cercle vertueux en réinvestissant les fonds dans de nouveaux projets.
- ▶ **Substance.** L'industrie audiovisuelle reste caractérisée par un niveau élevé de risques et d'investissements et, par conséquent, les politiques publiques qui manquent d'ambition ne

⁹⁵ <https://www.filminstitutet.se/globalassets/2.-fa-kunskap-om-film/analys-och-statistik/publications/other-publications/building-sustainable-film-businesses---the-challenges-for-industry.pdf>

créeront pas l'effet de levier attendu sur la croissance de l'industrie. Dans une ère de limitation des dépenses publiques, cela signifie clairement que cette ambition, qui peut difficilement être alimentée par des financements publics supplémentaires (même si certaines études de cas révèlent cette tendance), devrait se concentrer sur des initiatives neutres pour le contribuable telles que des incitations fiscale (notamment dans les petits pays dont les fonds disponibles sont naturellement limités) et des systèmes de financement dont les revenus proviennent de tous ceux qui sont impliqués dans l'exploitation (médias de service public, médias privés linéaires, médias privés non-linéaires, opérateurs télécoms, exploitants de salle, ...).

5.3. Recommandations opérationnelles

- ▶ Le gouvernement devrait élaborer une stratégie nationale et un plan d'action pour le développement du secteur cinématographique et audiovisuel, en étroite collaboration avec le CNCI, la HAICA et les principaux acteurs du secteur. Tout comme la politique cinématographique islandaise 2020-2030, ce plan devrait reconnaître la production audiovisuelle comme un secteur économique important et couvrir tous les aspects stratégiques, les actions individuelles et le rôle de chaque partie prenante.
- ▶ Une gouvernance sectorielle du champ cinématographique et audiovisuel devrait être établie, avec des responsabilités claires des différentes autorités publiques impliquées, et avec la garantie d'une participation de l'industrie, des associations professionnelles et des autres parties prenantes dans l'élaboration des politiques et dans la prise de décision, dans le but d'instaurer un débat large et dynamique entre l'industrie, les professionnels, le CNCI, la HAICA et le gouvernement.
- ▶ Le système d'attribution des fonds publics devrait tenir compte des objectifs artistiques (culturels) mais aussi économiques, comme le montre le cas du Luxembourg qui, en tant que petit pays ne disposant que d'un seul système de financement, prend également en considération des critères tels que le potentiel de distribution et d'exploitation du projet, la stratégie de marché, etc.
- ▶ La stratégie nationale et le plan d'action devraient être accompagnés d'une réforme complète de la législation régissant le secteur audiovisuel, qui est aujourd'hui totalement dépassée par les évolutions des technologies et des usages.
- ▶ Le gouvernement devrait organiser des programmes de formation afin d'accroître les connaissances et les capacités des ministères, des autres autorités publiques concernées et des acteurs du secteur à suivre et à comprendre l'évolution du marché, afin de pouvoir réagir en temps utile à l'évolution rapide des conditions de marché et de prendre des décisions éclairées sur les domaines dans lesquels l'investissement public est judicieux.
- ▶ Pour accroître la compétitivité d'un marché et faciliter les investissements étrangers, il est nécessaire de supprimer les charges administratives qui pèsent sur les producteurs et d'autres acteurs et de les aider à naviguer dans le cadre juridique et réglementaire. À cette fin, il convient de créer une plateforme interministérielle, chargée de piloter et de coordonner les responsabilités confiées aux ministères concernés, ainsi qu'aux associations représentatives des municipalités et des villes. Le groupe de pilotage de haut niveau irlandais peut servir de source d'inspiration pour le fonctionnement d'une telle plateforme.

▶ L'un des rôles de cette plateforme devrait être de créer un guichet unique numérique convivial pour les permis liés aux tournages (environnement, fermeture de route, travail, etc.), comme le fait avec succès Wallimage Tournages en Belgique.

▶ Les réformes fiscales, juridiques et de gouvernance peuvent être encouragées par les efforts stratégiques et collectifs de la communauté cinématographique et audiovisuelle, comme le confirme le cas de la Lituanie. Si les réformes préconisées favorisent les intérêts de certaines factions, il est moins probable qu'elles aboutissent à une revitalisation globale du secteur. Les ministères concernés, le CNCI et la HAICA devraient prévoir des consultations conjointes régulières avec les acteurs représentatifs, en s'inspirant de l'exemple islandais où le gouvernement et les groupes d'intérêts concluent tous les quatre ans un accord sur la politique cinématographique pour la période en question.

▶ Le CNCI devrait élaborer un répertoire des bâtiments publics et privés et des lieux de plein air adaptés aux tournages, ce qui faciliterait la recherche de lieux de tournage et augmenterait la visibilité des différents lieux, à l'instar des initiatives de Screen.brussels et de Screen Ireland.

▶ Plus généralement, les efforts actuellement déployés pour réformer le secteur cinématographique (guichet unique, incitations fiscales...) par le CNCI devraient automatiquement prendre en considération la filière audiovisuelle.

▶ Le gouvernement et le CNCI devraient investir davantage d'efforts dans l'éducation informelle et l'échange international de connaissances et d'expériences. Inspiré par l'Audiovisual Arts Industry Incubator en Lituanie, un centre similaire devrait être établi à Tunis pour aider les jeunes professionnels à acquérir des connaissances théoriques et pratiques plus approfondies. Outre les cours de formation et l'assistance liés au processus créatif (par exemple, des formations en écriture), les programmes éducatifs devraient aider les professionnels de l'audiovisuel à acquérir des connaissances sur l'aspect commercial de leur profession (développement de modèles et de stratégies commerciales, financement, questions juridiques, marketing et communication, production et ventes,...).

▶ Les fonds mis à disposition du CNCI pour la création cinématographique devraient être considérablement augmentés.

▶ Un fonds consacré spécifiquement à la création audiovisuelle devrait être créé, sous l'égide du CNCI, qui maîtrise déjà les mécanismes de financement et de reporting. Les fonds devraient être investis dans la promotion des séries télévisées et d'autres genres ayant un fort potentiel d'exportation, comme le montre notamment le cas islandais. La HAICA ne devrait pas être associée aux décisions individuelles d'attribution des fonds, mais devrait être partie prenante dans l'élaboration de la stratégie et la gouvernance du fonds.

▶ Afin d'assurer la croissance et la compétitivité du marché audiovisuel, le financement public disponible, naturellement limité dans un petit pays comme la Tunisie, doit inévitablement être complété par des systèmes de financement faisant appel à des sources extérieures. Le gouvernement devrait mettre en œuvre des mesures pour attirer les investissements privés et étrangers et pour promouvoir les possibilités de coproduction.

▶ Les exemples réussis de pays comme la Belgique et l'Islande montrent que l'accent mis sur des formats originaux et de haute qualité, plutôt que sur une simple quantité de projets sou-

tenus, augmente la probabilité d'attirer l'attention de l'étranger et donc les exportations et les investissements. Le financement public devrait donc se concentrer davantage sur la phase de développement et d'écriture de scénarios, y compris les investissements dans l'éducation et la formation.

- ▶ Des initiatives intersectorielles et une coopération renforcée avec le secteur du tourisme devraient être entreprises afin de mettre en valeur la Tunisie, « studio à ciel ouvert », en tant que destination de tournage. Ceci permettra d'accroître les investissements étrangers qui peuvent conduire à des budgets audiovisuels plus importants et à une qualité et une productivité plus élevées.
- ▶ L'étude fournit des exemples de programmes de coopération transfrontalière réussis qui impliquent des pays de la région élargie partageant des liens historiques et culturels (par exemple Nordvision). La mise en commun non seulement des ressources, mais aussi des idées, des talents, des relations, etc. peut considérablement améliorer la production de contenus originaux et de projets de meilleure qualité et garantir une plus grande stabilité des ressources et des revenus.
- ▶ Le gouvernement devrait étendre la loi de la TVA à taux zéro de la production cinématographique à la production audiovisuelle.

GLOSSAIRE ET LISTE DES ACRONYMES



6. GLOSSAIRE

Abri fiscal (« Tax shelter ») : les abris fiscaux sont conçus pour attirer les investissements de personnes très fortunées ou d'entreprises qui paient beaucoup d'impôts et qui sont autorisées à déduire de leurs impôts les investissements dans des productions admissibles, tout en étant en mesure de réaliser les bénéfices à long terme découlant d'un projet, bien que ceux-ci soient soumis à l'impôt au moment de leur réception.

Crédit d'impôt (« Tax credit ») : Les crédits d'impôt sont similaires à une remise dans la mesure où ils sont conçus pour rembourser un pourcentage des coûts de production admissibles selon une formule prédéterminée. Cependant, plutôt que d'être payé à partir d'un fonds délimité, l'incitation est plutôt déduite des obligations fiscales du producteur lors de la déclaration annuelle de la société. Ce faisant, l'incitation réduit le montant de l'impôt dû et, s'il reste un excédent après l'apurement des dettes, ce qui est normalement le cas, il est payé en espèces.

Distributeur de services : toute personne morale qui met à disposition du public un ou des services de médias audiovisuels de quelque manière que ce soit et notamment par voie hertzienne terrestre, par satellite ou par le biais d'un réseau de télédistribution. L'offre de services peut comprendre des services édités par la personne morale elle-même et des services édités par des tiers avec lesquels elle établit des relations contractuelles. Est également considérée comme distributeur de services, toute personne morale qui constitue une offre de services en établissant des relations contractuelles avec d'autres distributeurs.

Editeur de services : la personne physique ou morale qui assume la responsabilité éditoriale du choix du contenu du service de médias audiovisuels et qui détermine la manière dont il est organisé.

Pré-achat : toute acquisition, par un éditeur de services ou un distributeur de services, d'un droit de diffusion d'une œuvre audiovisuelle à réaliser.

Remise (« Rebate ») : les remises sont déterminées par les dépenses de production plutôt que par les niveaux d'investissement - elles remboursent aux productions un pourcentage de leurs postes budgétaires admissibles selon un ensemble clair de règlements - et sont financées directement par le budget de l'État. Le paiement est normalement effectué après que les dépenses de production ont été achevées et auditées (bien que certains systèmes permettent des paiements partiels plus tôt) et, ce qui est essentiel, généralement quelques mois après que le trésor public a perçu une série de taxes sur l'activité de production elle-même.

Service de médias audiovisuels : un service relevant de la responsabilité éditoriale d'un éditeur de services, dont l'objet principal ou une partie dissociable de celui-ci est la communication au public de programmes télévisuels ou sonores, linéaires ou non linéaires, par le biais de réseaux de communications électroniques, dans le but d'informer, de divertir, d'éduquer ou d'assurer une communication commerciale.

Service linéaire : un service de médias audiovisuels dont les programmes sont destinés à être reçus simultanément par l'ensemble du public ou une partie de celui-ci au moment décidé par l'éditeur de services de médias audiovisuels sur la base d'une grille de programmes élaborée par lui.

Service non linéaire : un service de médias audiovisuels dont les programmes sont destinés à être reçus à la demande et au moment choisi par l'utilisateur, sur la base d'un catalogue de programmes établi par un éditeur de services de médias audiovisuels.

7. LISTE DES ACRONYMES

BAI : Broadcasting Authority of Ireland (Irlande)

CCA : Centre du Cinéma et de l'Audiovisuel (Belgique)

CNCI : Centre National du Cinéma et de l'Image (Tunisie)

FONSIC : Fonds de Soutien à l'Industrie Cinématographique (Côte d'Ivoire)

FWB : Fédération Wallonie-Bruxelles (Belgique)

HAICA : Haute Autorité Indépendante de la Communication Audiovisuelle (Tunisie)

IFC : Icelandic Film Centre (Islande)

LFC : Centre Cinématographique lituanien (Lituanie)

ONACCI : Office National du Cinéma (Côte d'Ivoire)

RTBF : Média de service public de la Fédération Wallonie-Bruxelles (Belgique)

RTI : Radiodiffusion Télévision Ivoirienne (Côte d'Ivoire)

RÚV : Média de service public (Islande)

TWIST : Technologies wallonnes pour l'image, le son et le texte (Belgique)



 www.pamt2.org
 [pamt2ue](https://www.facebook.com/pamt2ue)
 contact@pamt2.org