

**Les coûts de production  
des œuvres audiovisuelles**

**Etude réalisée**

**par**

**Emmanuel Cocq**

**(Groupe d'Economie Mondiale de SCPO Paris)**

**pour l'UNESCO**

**L'étude a bénéficié du soutien des contacts locaux :**

**Olivier Barlet (Burkina Faso, Nigeria, Sénégal)**

**Christine Bouteiller (Cambodge)**

**George David (Jordanie)**

**Ahmed Farouk Ghoneim (Egypte)**

**Sumit Khanna (Inde)**

**Julio Luzardo (Colombie)**

**Andris Rozenbergs (Lettonie)**

**Juan Francisco Sakamichi Gummi (Mexique)**

L'objet de la présente étude est d'apprécier les conditions de production des œuvres audiovisuelles dans 10 pays appartenant à cinq grandes zones géographiques : l'Amérique latine (Mexique, Colombie), l'Afrique (Sénégal, Burkina Faso, Nigeria), le Moyen-Orient (Égypte, Jordanie), l'Asie (Inde, Cambodge) et l'Europe de l'est (Lettonie). Notre travail s'appuie sur la collecte des coûts de production détaillés d'œuvres relevant de cinq genres : le long métrage cinématographique, la fiction télévisuelle, l'œuvre d'animation, le documentaire, le magazine de télévision et l'émission de divertissement télévisuelle.

La difficulté structurelle d'obtenir des informations sur la décomposition des coûts de production des œuvres audiovisuelles a largement conditionné la méthodologie encadrant cette recherche. Dans le cas des services audiovisuels, l'analyse se heurte de façon structurelle à la rareté des ressources statistiques et à leur manque de fiabilité. De nombreuses études (Peltier et Moreau (2002), Cocq et Kohler (2003), Almeida et Alleman (2004) et Cocq et Lévy (2005)) mentionnent d'importantes carences à ce niveau. Cette caractéristique est particulièrement prononcée sur les données relatives aux coûts de production. A cet égard, l'expérience des pays de l'OCDE à revenu élevé montre que les producteurs d'œuvres audiovisuelles sont généralement peu enclins à communiquer les données relatives à leurs coûts de production, et ce en raison de leur rôle stratégique. Lorsque ces données sont disponibles, elles doivent par ailleurs être considérées avec une grande prudence. En effet, elles s'avèrent bien souvent éloignées de la réalité économique des productions : le producteur cherchant à maximiser l'apport des investissements externes (publics comme privés) tend généralement à gonfler artificiellement son devis.

Cette double caractéristique concerne également, et de manière particulièrement prononcée, les coûts de production d'œuvres émanant de pays en développement. A notre connaissance, il n'existe pas d'annuaires statistiques ou d'organismes collectant ce type de données pour les pays de notre échantillon. Un des objectifs de l'étude est donc de combler ce déficit d'informations, et ce par le biais d'une collecte de données sur le terrain auprès de professionnels locaux.

Pour chaque pays couvert par l'étude, des correspondants locaux, spécialistes du secteur audiovisuel, se sont ainsi chargés de cette tâche. Afin d'avoir une vision la plus précise possible des modalités de production et de la structure des coûts propre à chaque pays, chaque correspondant a eu pour rôle de remplir une fiche décomposant de façon détaillée les différents postes de coûts pour chacun des genres audiovisuels dans le cadre de l'étude.

Les données collectées, pour chaque genre et chaque pays étudiés dans le cadre de notre étude, s'appuient sur un exemple de production précis. A plusieurs reprises, les choix de production effectués par les contacts locaux tendent à privilégier des œuvres "haut de gamme" dotées d'un budget souvent supérieur à la moyenne de la production domestique. Dans ce cas, les tarifs, la taille des équipes s'imposent comme des normes plafonds. Toutefois, afin d'avoir une appréhension la plus fine possible des conditions de production propres à chaque pays, il a été demandé à chaque correspondant de spécifier les caractéristiques générales de l'œuvre choisie et de les mettre en perspective par rapport au reste de la production domestique.

La fiche de référence envoyée aux correspondants locaux reprend la matrice du document administratif que les producteurs cinématographiques et audiovisuels français doivent renseigner dans le cadre de la procédure d'agrément des œuvres. Elle révèle un niveau de détail extrêmement poussé en termes de décomposition des différents postes techniques. Cette fiche reprend ainsi la décomposition traditionnelle des grandes catégories de postes de dépenses. Sa structure reflète les grandes étapes de fabrication d'une œuvre audiovisuelle :

- Le développement du projet,
- Le tournage de l'œuvre,
- La post-production.

Ces grandes catégories se sub-divisent en plusieurs segments de dépenses. Leur nombre varie selon le genre de l'œuvre. Si les conditions de réalisation d'une œuvre cinématographique, d'une fiction télévisuelle, d'un documentaire, d'un magazine et d'un show télévisé révèlent une grande similitude, il en va différemment pour l'élaboration d'une œuvre d'animation. Cette spécificité du processus de fabrication de l'œuvre d'animation justifie l'élaboration d'une fiche de renseignement distincte des autres genres. De fait, le nombre de postes de dépenses retenu pour ce genre s'élève à 59, contre 52 pour les autres œuvres (cf. Tableau 1).

Le choix de reprendre cette norme haute dans le cadre de notre étude présente un intérêt majeur. Il permet en effet d'établir une comparaison systématique des données collectées avec la réalité économique de la production audiovisuelle des pays les plus avancés en ce domaine. Cette mise en perspective éclaire de façon pertinente les conséquences de la faiblesse des moyens financiers pouvant caractériser les pays de notre échantillon (quid des conséquences sur la taille des équipes techniques, sur le degré de spécialisation des tâches, sur la répartition des budgets selon les différentes catégories...).

L'étude se compose de deux parties. Dans un premier temps, les grandes caractéristiques des paysages audiovisuels et cinématographiques des pays de l'échantillon seront détaillées. Cette

présentation reprend la méthodologie et les principaux indicateurs posés par Cocq et Lévy (2005), (Section I). Elle permet de nourrir l'analyse des données relatives aux coûts de production présentées au sein de la seconde partie. En raison d'une certaine hétérogénéité des données collectées, notre seconde partie consistera en une monographie par pays (Section II).

*Tableau 1 : Structure de la fiche de coûts remplie par les correspondants locaux*

US \$	Cas 1 : Œuvre cinématographique	Cas 2 : Fiction TV	Cas 3 : Documentaire	Cas 4 : Magazine	Cas 5 : TV Show	Cas 6 : Animation
<b>Coûts de production</b>						
<i>1. Développement du projet</i>	5 postes	5 postes	5 postes	5 postes	5 postes	3 postes
<i>2. Equipe de production</i>	11 postes	11 postes	11 postes	11 postes	11 postes	21 postes
<i>3. Equipe technique</i>	7 postes	7 postes	7 postes	7 postes	7 postes	4 postes
<i>4. Casting</i>	2 postes	2 postes	2 postes	2 postes	2 postes	2 postes
<i>5. Matériel</i>	4 postes	4 postes	4 postes	4 postes	4 postes	6 postes
<i>6. Logistique</i>	4 postes	4 postes	4 postes	4 postes	4 postes	4 postes
<i>7. Versement de droits</i>	7 postes	7 postes	7 postes	7 postes	7 postes	7 postes
<i>8. Autres dépenses</i>	5 postes	5 postes	5 postes	5 postes	5 postes	5 postes
<i>9. Post production</i>	7 postes	7 postes	7 postes	7 postes	7 postes	7 postes
<b>Total</b>	52 postes	52 postes	52 postes	52 postes	52 postes	59 postes

## SECTION I. LES CARACTERISTIQUES DES MARCHES DE L'AUDIOVISUEL DES PAYS DE L'ECHANTILLON

### I.1 Précisions méthodologiques

L'objet de la présente section est de formaliser les grandes caractéristiques économiques des industries audiovisuels et cinématographiques des pays de notre échantillon. En premier lieu, il s'agit d'appréhender le montant des ressources (ressources de la télévision, revenus de l'exploitation en salles...) susceptibles de conditionner les modalités de production des œuvres audiovisuelles. Par ailleurs, cette analyse vise à apprécier l'organisation d'ensemble des marchés au regard des critères suivants : la nature des relations diffuseurs/production indépendante, les poids respectifs de la production intégrée et de la production indépendante. Ces éléments orientent en profondeur les modes de fabrication et de financement des œuvres audiovisuelles.

#### I.1.1. Le choix des indicateurs

L'analyse s'appuie sur des indicateurs structurels et conjoncturels qui permettent de mettre en perspective la fabrication des œuvres audiovisuelles et les données collectées sur le terrain. Le choix de nos indicateurs renvoie aux principaux résultats de l'analyse économique de la télévision. L'activité d'un diffuseur (chaînes de télévision/radiodiffuseur) se structure autour de deux marchés principaux : le marché « primaire », ou marché des programmes (hors production interne), sur lequel le diffuseur assure la demande pour une offre proposée par les producteurs, les distributeurs ou les sociétés gestionnaires de portefeuille de droits.

Le financement de l'activité télévisuelle définit un second marché : le marché secondaire (marché des ressources) sur lequel le diffuseur se positionne en offreur d'une grille de programmes. La segmentation de ce marché autour de l'existence de trois types de ressources (les ressources publiques, les abonnements et/ou les ressources publicitaires) conditionne le comportement économique du diffuseur et la teneur de ses relations avec le téléspectateur et donc les industries de contenu. Ces éléments expliquent que l'on distingue l'activité télévisuelle (et l'industrie de production de programmes audiovisuels) de l'industrie cinématographique.

Les œuvres cinématographiques, à la différence des œuvres audiovisuelles, ne se réduisent pas à une simple offre de droits sur le marché primaire de la télévision. En théorie, leur débouché principal reste la salle de cinéma. Cette caractéristique renvoie à la conception traditionnelle de la filière cinématographique (production, distribution et exploitation en salles). Toutefois, les évolutions du mode de diffusion et de rentabilisation de l'œuvre cinématographique, notamment dans la plupart des pays développés, conditionnent bien souvent son intégration dans un cadre d'analyse plus large. Ainsi, le rôle désormais central des télévisions dans le financement de la production cinématographique européenne (par voie réglementaire ou par le simple jeu du marché) implique une imbrication étroite de la filière cinématographique au sein de l'industrie des programmes audiovisuels, qui elle-même s'intègre à l'industrie de la communication.

Creton (1994) estime que c'est désormais « *cette longue filiation qui doit être prise en compte et analysée pour comprendre l'équilibre économique de la filière* »<sup>1</sup>.

En second lieu, les critères classiques (commercialisation ou gratuité, assemblage de différentes grilles ou grille unique) permettant d'identifier les différents services de télévision structurent le secteur télévisuel autour de trois marchés distincts : le marché de la télévision

gratuite monocanal (hertzienne), celui de la télévision payante monocanal et celui de la télévision multicanaux.

---

<sup>1</sup> Cf. Creton (1994), p. 66.

### ***1.1.2. L'importance de l'intervention publique au sein des marchés de l'audiovisuel***

Les services audiovisuels constituent un secteur particulier de l'économie. Principal vecteur de la spécificité et de l'identité culturelle d'un pays, ils s'imposent à ce titre comme des secteurs très sensibles politiquement. Cet aspect est d'autant plus avéré que les professionnels de l'audiovisuel sont par nature experts en gestion des relations publiques, sans compter la fascination consciente ou inconsciente qu'ils peuvent exercer sur les responsables politiques. Le « coup de grâce » porté par une poignée de réalisateurs européens à l'Accord Multilatéral sur l'Investissement, à un moment où pourtant il était clair que l'audiovisuel était exclu du champ de compétence de cet accord (Henderson, 1999), illustre parfaitement cette capacité de persuasion. De même, la télévision est au cœur des relations entre le personnel politique et les citoyens. Les décisions publiques concernant l'évolution économique du secteur sont fortement contraintes par ce lien de dépendance.

L'intervention publique au sein des marchés de l'audiovisuel repose sur une multitude d'instruments. Sur la base des travaux de Schmitt (1992), Rouet (2000), Cocq et Kohler (2002) et de l'Unesco (2002), plusieurs distinctions peuvent être opérées.

#### Les différentes catégories d'aides à l'industrie cinématographique

Les aides accordées à l'industrie cinématographique peuvent parfois être pléthoriques.

Rouet (2000) distingue quatre grandes catégories d'aides :

- La subvention
- Les aides financières avec contrepartie (cas le plus courant : l'avance sur recettes).
- La garantie de prêt
- Les mesures fiscales (taux de TVA préférentiel pour les industries culturelles, crédit d'impôt, abris fiscaux).

#### Les quotas et autres barrières à l'entrée

Trois types de quotas peuvent être identifiés sur les marchés de l'audiovisuel :

- Le quota de diffusion oblige les diffuseurs et/ou les exploitants de salles de cinéma à consacrer une part de leur temps de diffusion/de programmation à des œuvres domestiques.
- Le quota de production est généralement imposé aux diffuseurs. Il peut alors consister en une obligation de consacrer une partie de leur chiffre d'affaires à la commande d'œuvres audiovisuelles et/ou cinématographiques domestiques. Dans le cas des œuvres audiovisuelles, l'obligation de production constitue un complément du quota de diffusion afin d'assurer le respect de ce dernier par des productions fraîches. Pour les œuvres cinématographiques, il

s'agit d'orienter une partie des ressources des diffuseurs vers la production cinématographique domestique comme juste rétribution des préjudices que la diffusion des œuvres cinématographiques sur le petit écran implique sur la fréquentation des salles (et donc sur la rémunération émanant de ce support).

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

Outre ces instruments, la régulation des marchés de l'audiovisuel s'appuie sur de nombreuses règles relatives aux conditions d'accès à ces marchés et sur le comportement économique des acteurs (attribution des fréquences, limitation des IDE, cahier des charges, régime de concession, réglementation du marché publicitaire...).

## I.2. Les grandes caractéristiques de la télévision dans les pays en développement

Le niveau de pénétration des équipements audiovisuels dans les foyers varient fortement selon les pays. Les disparités entre les pays de l'OCDE à revenu élevé (Terminologie PNUD) et les autres nations sont d'autant plus fortes que le développement technologique est récent. D'après les estimations de Cocq et Lévy (2005), les taux de pénétration des téléviseurs ou de radio dans les foyers des pays en développement, des PECO et de la CEI tendent à se rapprocher du niveau des pays de l'OCDE à revenu élevé sur la période 1996-2002. Toutefois, les écarts demeurent considérables sur les équipements en magnétoscopes (51,9 points de moins pour le groupe Pays en développement + PECO + CEI) et en lecteurs DVD (15,5 points).

*Tableau 2 : Taux de pénétration de la télévision dans les foyers (2004)*

	Part des foyers équipés en téléviseur
Inde	45%
Egypte	90%
Colombie	40%
Mexique	96%
Cambodge	Nd
Lettonie	98%
Jordanie	Nd
Sénégal	10%
Burkina Faso	10%
Nigeria	10%

Source : OMSYC (2005) et Informa Media Group (2005).

Les données relatives aux seuls téléviseurs soulignent la lenteur du processus de convergence. Entre 1996 et 2002, Cocq et Lévy (2005) révèlent que le sous-équipement relatif des foyers des Pays en développement + PECO + CEI en téléviseur ne s'est estompé que de 0,5 point alors que le niveau atteint par les pays de l'OCDE à revenu élevé est depuis longtemps saturé. La situation des pays est toutefois très hétérogène. Dans le cas de notre échantillon, l'Egypte, le Mexique et la Lettonie présentent des taux de pénétration similaires à la norme des pays développés (autour de 90%). A l'inverse, le taux de pénétration de la télévision reste minoritaire en Inde (45%), en Colombie (40%), et très faible dans les pays d'Afrique de l'Ouest (autour de 10%).

Selon Cocq et Lévy (2005), en 2002, le montant des ressources consacrées à la télévision par un pays de l'OCDE à revenu élevé s'élèverait en moyenne à plus de 6 Mds US\$, contre 1,2 Mds US\$ en moyenne pour les autres pays. A l'exception de la Colombie, du Mexique, et à un degré moindre de la Lettonie et de l'Inde, cette faiblesse des ressources implique un sous-financement généralisé des diffuseurs. Dans le cas des pays africains, de la Jordanie et

vraisemblablement du Cambodge, le poids des recettes des diffuseurs dans le PNB est ainsi très inférieur à la norme des pays de l'OCDE à revenu élevé ( 0,6% du PNB).

**Tableau 3 : Les ressources de la télévision (hors ressources publiques) en 2003**

Milliards \$	Montant des ressources de la télévision	Poids des ressources de la télévision dans le PNB
Inde	2,7	0,4%
Egypte	0,2	0,2%
Colombie	0,8	1,0%
Mexique	3,3	0,5%
Cambodge	Nd	Nd
Lettonie	0,04	0,4%
Jordanie	0,01*	0,1%
Sénégal	0,01	0,2%
Burkina Faso	0,004	0,09%
Nigeria	Nd	Nd

Source : OMSYC (2005) et Idate (2005). Les données mentionnées en italique sont fournies par l'Idate (2005).

\* Dans le cas de la Jordanie, le chiffre mentionné concerne les seules ressources publicitaires.

En 2003, les recettes publicitaires continuent de s'imposer comme la principale source de financement de la télévision de la plupart des pays de notre échantillon. Pourtant, la pénétration de la télévision par abonnement est conséquente. L'Inde se distingue ainsi avec une part majoritaire des ressources d'abonnement. Au Mexique et au Sénégal, le poids de ces revenus est supérieur à celui observé en moyenne dans le cas des pays développés (33,7% en 2002, Cocq et Lévy, 2005). Seul le Cambodge semble se démarquer par un faible développement de la télévision payante.

**Tableau 4 : Le poids des ressources d'abonnement dans le financement de la télévision**

	2003
Inde	79,8%
Egypte	25,0%
Colombie	18,0%
Mexique	43,6%
Cambodge	Très faible
Lettonie	26,5%
Jordanie	Nd
Sénégal	50%
Burkina Faso	Nd
Nigeria	Nd

Source : OMSYC (2005) et Idate (2005).

Malgré le développement de la télévision multicanaux, la télévision hertzienne gratuite demeure, dans la quasi-totalité des pays, le modèle dominant. A l'exception de l'Inde et du Sénégal, les diffuseurs hertziens représentent plus de 80% de l'ensemble de l'audience télévisée et captent donc l'essentiel des ressources. Ils s'imposent donc comme le principal élément structurant l'économie des programmes audiovisuels. A ce niveau, deux paramètres

influencent directement la demande des diffuseurs et donc la vitalité du secteur de production des œuvres audiovisuelles : la structure du marché des diffuseurs hertziens et la mise en œuvre d'instruments de politique publique susceptibles de conditionner leur comportement de programmation.

### *1.2.1. La structure du marché de la télévision hertzienne gratuite*

Pour la plupart des pays, le marché de la télévision gratuite monocanal continue de se caractériser par un niveau de concentration important, une présence notoire de la puissance publique et une position dominante sur le marché de l'audience (et donc des ressources publicitaires), (cf. Tableau 5).

**Tableau 5 : La télévision hertzienne gratuite**

	Nombre de diffuseurs	Structure du marché	Part d'audience de la télévision généraliste gratuite	Part d'audience des diffuseurs publics	Part de la publicité dans le budget des chaînes publiques
Sénégal	2	Monopole public (de fait)	RTS : 64,5%	64,5%	>50%
Burkina Faso	4	Quasi-monopole	Très forte	Très forte	>50%
Nigeria	72	Quasi-monopole	Nd	Nd	Minoritaire
Mexique	6	Duopole	97%	<5%	Très faible
Colombie	12	Oligopole	80%	5,7%	0%
Inde	6	Monopole public	60 %	50% (36 % des ressources publicitaires)	60%
Cambodge	7 (une seule chaîne privée créée en 2002)	Duopole	Très forte	Nd	Importante
Jordanie	3	Monopole public	80%	80%	Nd
Egypte	9	Monopole public	Nd	Importante	Nd
Lettonie	3 diffuseurs nationaux + 7 diffuseurs régionaux et 17 chaînes locales	Oligopole	70%	19%	53%

Source : auteur.

Les opérateurs publics qui occupent une place centrale sur le marché (Inde, Jordanie, Egypte, Sénégal, Burkina Faso, Lettonie), et dont l'activité ne se limite pas à l'occupation de segments thématiques (télévision confessionnelle, chaîne d'éducation ou chaîne culturelle : Colombie, Mexique), ont pour principale ressource : la publicité. Les distinctions essentielles entre les pays portent donc sur le degré d'évolution de ce modèle dominant.

En Inde (groupe Doordashan), au Sénégal (RTS) et en Jordanie (JRTC), le marché de la télévision hertzienne gratuite s'est structuré historiquement autour de la domination du monopole public. Dans leur cas, l'équilibre interne de ce marché n'a guère évolué. Toutefois,

depuis 2001, le marché jordanien esquisse quelques changements. La JRTC a ainsi été restructurée. Désormais, son offre s'appuie :

- sur une chaîne généraliste (Channel One) contre deux auparavant,
- une chaîne sportive (The Sport Channel),
- et une nouvelle chaîne (The Jordan Movie Channel) spécialisée dans la diffusion de dessins animés (avant 18 heures) et de films de cinéma (à partir de 18 heures).

Surtout, ce marché devrait connaître un bouleversement majeur avec le lancement prévu en juillet 2006 de la première chaîne hertzienne privée par le groupe britannique DB Broadcast (associé avec Electronic media System).

En Inde, l'inertie du marché hertzien est néanmoins fortement contestée par le développement et le succès de la télévision multicanaux. Opérée au début des années 90, l'émergence de la télévision câblée indienne a permis l'entrée de nouvelles firmes sur le marché. Certes, les chaînes hertziennes du groupe public sont présentes sur le réseau câblé (règle du must carry). De même, le groupe a développé de nouvelles chaînes sur ce marché afin de contrer la concurrence et reconquérir des parts d'audience. Il a ainsi conclu de nombreux accords avec des chaînes étrangères (ESPN, Discovery Channel). Il a également lancé DD Metro, DD Sports et DD Movie Club en coopération notamment avec la chaîne payante française Canal + (Vivendi). Toutefois, le marché s'est rapidement structuré autour de grands groupes industriels privés domestiques (Zee Telefilms Ltd, Raheja Group) et étrangers (Sony, News Corp). Ces firmes se sont alors engagés dans des opérations de franchise des petits opérateurs et de modernisation de l'équipement des réseaux. Selon Mukherjee (2005), ce développement s'est accompagné d'une levée d'un grand nombre de barrières institutionnelles et d'une internationalisation poussée du marché. Au total, la part de marché du groupe public sur le marché publicitaire ne s'élève plus qu'à 36% en 2002, contre 76% en 1995.

Les autres pays attestent de bouleversements importants de leur marché hertzien. L'impact de ces mutations sur les équilibres antérieurs est toutefois très variable.

L'opérateur public TNB au Burkina-Faso est confronté depuis 10 ans à la concurrence de nouveaux diffuseurs privés (dont le dernier est apparu en 2002 : canal 3), sans que sa position en soit considérablement affectée.

Au Nigeria, l'ouverture à la concurrence s'est amorcée en 1993 avec l'octroi des premières licences à des opérateurs privés. Toutefois, cette évolution n'a que peu altéré la position monopolistique de l'opérateur public (NTA), et ce d'autant plus qu'il demeure le seul opérateur d'un réseau national. Certes AIT, diffuseur privé détenu par DAAR

Communications cherche à s'imposer comme le second réseau national. Mais, les obligations financières et réglementaires exigées par la National Broadcasting Commission entravent sa capacité de développement.

A l'inverse, le Mexique, la Colombie, la Lettonie et le Cambodge ont modifié sensiblement l'équilibre de leur marché hertzien.

### Le Mexique

Dans le cas du Mexique, l'avènement du duopole s'impose comme une rupture du monopole du groupe privé Televisa. Celle-ci est intervenue à la suite de la privatisation des réseaux publics en 1996 et de leur rachat par le groupe privé TV Azteca. Cette ouverture du marché mexicain s'accompagne d'un mouvement sensible d'internationalisation du secteur. De fait, TV Azteca, pour compenser son manque d'expérience, s'est associé en 1995 au réseau américain NBC. Par ailleurs, le groupe développe des réseaux de télévision au Salvador et aux Etats-Unis. En 2002, les chaînes du groupe TV Azteca représente 25% de l'audience

### La Colombie

En Colombie, la libéralisation du marché de la télévision hertzienne opérée dans le milieu des années 90 s'est accompagné de bouleversements majeurs. Cette ouverture du marché s'est traduite par la création de deux chaînes privées (autorisées à émettre au niveau local en 1995, puis au niveau national à partir de 1996) : Caracol TV et RCN. Ces deux chaînes appartiennent à des groupes privés différents, relativement proches du pouvoir. Elles ont rapidement supplanté la suprématie historique des diffuseurs publics, leur imposant de fait une restructuration poussée. Ainsi, la chaîne publique généraliste Canal A (leader avant la libéralisation) fut remplacée par une chaîne d'informations institutionnelles (Senal Institucional financée intégralement par des ressources publiques). Au sein de la télévision publique nationale, cette dernière cohabite avec la chaîne spécialisée sur l'éducatif et le culturel (Senal Colombia, financée intégralement par des ressources publiques) et la chaîne généraliste Uno. En 2004, les deux chaînes privées représentent plus de 70% de l'audience de la télévision colombienne (44,4% pour Caracol, 29,2 pour RCN), contre seulement 5,7% pour les trois chaînes publiques.

### La Lettonie

Au début des années 90, l'ouverture à la concurrence de la télévision hertzienne lettone s'est traduite par le remplacement des chaînes russes par des diffuseurs privés : LNT, TV3 et PBK. Cette émergence de la sphère privée s'est alors appuyée sur une large ouverture aux capitaux étrangers. LNT est ainsi la propriété du groupe polonais Polsat (également co-actionnaire de

la principale station de radio privée lettone : SWH). De même, TV3 est détenue par le groupe MTG, filiale du groupe suédois Kinevik.

En 2005, le marché de la télévision hertzienne gratuite lettone se compose donc de deux chaînes publiques (LTV1 et LTV7 financées pour moitié par des ressources publicitaires, pour un budget global de 14,1 M€) et de trois chaînes privées. La chaîne privée LNT (budget 2002 : 7,2 M€) s'impose sur le marché de l'audience (pdm : 22% en 2005), devançant TV3 (pdm : 17,3% en 2005) et LTV1 (pdm : 13,8% en 2005).

Pourtant, le développement des chaînes privées est grandement affecté par certains dysfonctionnements du marché publicitaire domestique. La principale chaîne publique semble largement sur-investie par les annonceurs au regard de ses résultats d'audience. En 2002, elle captait 36,2% des investissements publicitaires pour une pdm en termes d'audience de 13,1%, alors que LNT n'attirait que 34,1% des investissements publicitaires malgré une pdm de 25,4%. Selon IMCA (2003), ces dysfonctionnements « semblent liés à l'efficacité résultant de la possession de deux chaînes et à une politique active de dumping des prix des espaces publicitaires ».

### Le Cambodge

La création, en 2002, de la chaîne privée Cambodian Television Network (CTN) a modifié en profondeur les équilibres de la télévision hertzienne gratuite cambodgienne. Ce nouvel entrant, financée par un groupe suédois (Modern Times Group), s'est rapidement imposé comme la chaîne la plus populaire et la plus professionnelle du pays.

### ***1.2.2. Obligations des diffuseurs et industrie de programmes***

Pour la majorité des pays étudiés, les bouleversements observés sur les 20 dernières années sur le marché de la télévision hertzienne ne se sont pas traduits par une apparition probante de nouveaux diffuseurs. Pourtant, lorsque c'est le cas, les entrants ont modifié en profondeur les équilibres historiques du marché.

Dans ces conditions, les termes du développement et de l'analyse de l'industrie des programmes audiovisuels tels qu'esquissés par Cocq et Kohler (2003) dans le cas des pays européens ne peuvent être transposés que partiellement aux pays en développement. En Europe, ces auteurs montrent en effet que l'émergence de l'idée même d'une industrie de production audiovisuelle domestique est directement liée à l'ouverture à la concurrence du marché de la télévision hertzienne. L'émergence de nouveaux opérateurs hertziens financés

latéralement s'est accompagnée d'un accroissement important de la demande de programmes et de bouleversements profonds en termes de programmation.

L'objectif des autorités publiques fut alors de s'appuyer sur ce choc de demande pour assurer le développement d'une industrie de programmes de stock indépendante (et rompre soit avec des structures monopolistiques, soit avec un modèle de production intégrée aux diffuseurs). C'est dans ce contexte que s'est organisée la rédaction de la directive européenne Télévision Sans Frontières (1989). Les obligations de diffusion et de production contenues en son sein visent à contraindre la propension naturelle des diffuseurs à la programmation de programmes non domestiques. Un comportement qui serait susceptible d'entraver l'émergence et l'efficacité d'une industrie de programmes au sein des différents pays européens. A ce niveau, la structure des obligations de la Lettonie correspond à la transposition des articles 5 et 6 de la directive TSF révisée en 1997.

Il y a donc dans le cas européen la matérialisation très claire d'un objectif politique (et économique) rendu possible par une évolution précise du marché. Or, cette évolution déterminante ne concerne qu'une minorité des pays de notre échantillon (Mexique, Colombie, Lettonie, Cambodge).

**Tableau 6 : Les obligations des diffuseurs hertziens**

	Les obligations de diffusion des diffuseurs hertziens	Nombre de programmes domestiques dans les 10 meilleures audiences de 2003
Colombie	Quotas de diffusion de programmes domestiques : - sup 70% en prime-time - 0-40% en journée - 50% sur les chaînes locales	8 : 7 telenovelas, 1 reality show
Lettonie	- Consacrer 51% au moins de leur volume hebdomadaire de diffusion à des œuvres européennes. Au sein de ces œuvres européennes, 40% au moins doivent être produites en letton (soit 20% de l'ensemble des productions) - 10% du volume de diffusion hebdomadaire doivent être consacrés à des œuvres européennes de producteurs indépendants, dont la moitié à des œuvres de moins de cinq ans	10 : 1 programme d'informations, 2 programmes de variétés, 1 documentaire, 1 magazine, 5 retransmissions d'événements
Cambodge	Aucun instrument.	Nd
Egypte	Pas de quota de diffusion ou de production d'œuvres domestiques. Toutefois dans les faits, l'Autorité de Censure limite la capacité de diffusion des films étrangers sur les chaînes publiques.	10 : majorité de séries, films
Jordanie	Spécification vague dans le cadre des licences de l'objectif de promouvoir la production nationale. Il n'existe pas d'instruments pour veiller au respect de cet objectif	Nd
Inde	Aucun quota (nationalité)	10 programmes domestiques : 8 séries, 2 films
Mexique	Aucun quota (nationalité)	8 programmes domestiques : 2 telenovelas, 3 comédies, 1 programmes de real TV, 2 fictions

TV		
Sénégal	Grands principes : - Satisfaction des besoins et aspirations du public dans les domaines de l'information, de la culture, de l'éducation et des loisirs - Contribution à la connaissance du Sénégal	Nd
Burkina Faso	- 50% de programmes nationaux - 30% de productions locales pour les émissions scientifiques, culturelles, récréatives, religieuses et sportives	Nd
Nigeria	- 40% de programmes étrangers (chaînes hertziennes), 80%. (chaînes câblées)	Nd

### Les obligations de diffusion et de production

Pour cette raison, la volonté politique des pays en développement en matière de développement d'une industrie de programmes est beaucoup moins affirmée que pour les pays européens. Outre la Lettonie pour des raisons liées à son adhésion à l'UE, seule une minorité de pays de notre échantillon ont mis en place des quotas de diffusion de programmes domestiques : la Colombie, le Nigeria et le Burkina Faso. Il est d'ailleurs intéressant de noter qu'il n'existe pas de corrélation directe entre l'élaboration d'une réglementation contraignante et le niveau d'ouverture à la concurrence. Seule la Colombie semble attester de la pertinence de ce lien. Encore, aucun de ces pays circonscrit l'obligation de diffusion dans un cadre réellement cohérent d'un point de vue industriel : en privilégiant un segment de production précis (la fiction, le documentaire, l'animation...). L'intitulé des obligations de diffusion de ces pays est pour le moins vague. Il porte sur la programmation dans sa globalité et ne distingue pas les programmes de flux et de stock.

Pour les autres pays, les diffuseurs doivent certes respecter certaines exigences. Toutefois, celles-ci relèvent de grandes généralités : promotion de la production nationale (Jordanie), contribution à la connaissance du pays (Sénégal).

### L'offre et l'audience des programmes domestiques

Malgré ces disparités réglementaires, certaines convergences apparaissent quant à la structure de l'offre et de l'audience des programmes domestiques.

Les données relatives à la structure de la programmation sont généralement rares. A ce niveau, l'unique indicateur retenu et correctement renseigné est le nombre de programmes domestiques dans les 10 meilleures audiences de l'année 2004 pour chacun des pays (Source : Médiamétrie, 2005). Cet indicateur révèle que, quel que soit le niveau des obligations, les programmes plébiscités par les téléspectateurs sont massivement d'origine domestique.

Les 5 pays renseignés à ce niveau (Inde, Colombie, Mexique, Lettonie, Egypte) présentent un taux supérieur ou égal à 80% de programmes domestiques parmi les 10 meilleures audiences. A ce niveau, les séries télévisuelles domestiques sont largement plébiscitées. Elles représentent 34 des 50 meilleures, devançant les programmes de flux (sport, programme spécial, information) et les films de cinéma.

Ce résultat est intéressant dans la mesure où il fournit une indication (certes sommaire) sur le niveau de développement de la production audiovisuelle domestique. Il semble ainsi attester que l'Inde, le Mexique, la Colombie, l'Egypte et la Lettonie disposeraient d'une capacité de production susceptible de satisfaire les exigences (sociales) d'une programmation prime-time basée sur des œuvres domestiques. En Lettonie, ces résultats s'imposent dans le cadre d'une réglementation pointue. A l'inverse, au Mexique et en Inde, cette capacité de production est le résultat des seules forces du marché. Toutefois, le mode de développement de l'activité de production diffère sensiblement selon les deux pays.

### ***L'Inde***

Dans le cas de l'Inde, la production des programmes de stock s'est développée à partir de firmes indépendantes des diffuseurs. Amorcé au cours des années 90, cet essor s'est appuyé d'une part sur la décision d'externalisation prise par Doordoshan, et d'autre part sur le développement de la télévision multicanaux. Ce secteur se caractérise aujourd'hui par un niveau élevé d'organisation et une concentration croissante. Ainsi, à la fin des années 90, il était encore fortement atomisé, avec près de 3000 sociétés actives. Or en 2001, seulement 250 firmes perdurent, et les dix firmes les plus actives contrôlent près de 45% du marché.

Grâce à l'internationalisation du secteur télévisuel induite par le développement de la télévision multicanaux, le secteur de production d'œuvres audiovisuelles indien se structure désormais autour de firmes répondant à la demande domestique et extérieure. En 2000, la société Nimbus, spécialisée dans la production de programmes de télévision, a réalisé 65 millions d'INR de revenus d'exportations grâce à des ventes au Royaume-Uni, dans les Emirats Arabes Unis, en Malaisie, en Afrique du sud, aux Etats-Unis et à Singapour (cf. Nielson et Taglioni (2004)). Longtemps importateur net de contenu télévisuel, l'Inde semble être devenue un centre d'exportations. The Electronic and Computer Software Exports Promotion Council estime que les exportations de programmes télévisuels s'élèvent à 74 millions \$ en 2001, soit 20% de la valeur de la production.

## *Le Mexique*

La production télévisuelle mexicaine est intégrée aux groupes de diffusion. Grupa Televisa, principal groupe de la télévision hertzienne gratuite (mais également de la télévision multicanaux), jouit d'une position spécifique, relativement similaire à celle de TV Globo sur le marché brésilien. Sa force productrice s'appuie pleinement sur sa position dominante au sein d'un marché hertzien prospère. Avec 2,2 milliards de \$ de ressources publicitaires en 2002, la télévision hertzienne mexicaine est l'une des mieux pourvue au monde : la 8<sup>ème</sup> d'après ce critère, derrière les Etats-Unis, le Japon, l'Allemagne, le Brésil, le Royaume-Uni, l'Italie et la France. Un marché qui demeure largement dominé par l'activité des trois chaînes de Grupa Televisa. Cette firme représente toujours en 2003 près de 75% de l'audience.

Dans ces conditions, les fictions télévisuelles (notamment les telenovelas), clé de voûte de la programmation des diffuseurs mexicains et source des meilleures audiences, bénéficient naturellement de la majeure partie de ces ressources abondantes. Le groupe Televisa s'impose ainsi comme le premier producteur d'œuvres audiovisuelles domestiques et comme un puissant exportateur. Il possède ainsi un catalogue de plus de 70 000 heures de programmes en langue espagnole. Amorties sur le marché domestique, les telenovelas mexicaines sont en effet vendues sur les marchés étrangers à leur coût marginal de distribution<sup>2</sup> avec la possibilité d'une tarification différenciée selon les caractéristiques économiques de ces marchés<sup>3</sup>. A l'instar des produits américains, elles disposent d'un avantage en terme de compétitivité-prix sur les productions domestiques de nombreux pays. Cette compétitivité tarifaire se double d'un avantage qualitatif lié à l'écart des ressources disponibles investies dans les productions.

A un degré moindre, le positionnement stratégique d'Azteca est similaire, la production des œuvres audiovisuelles est majoritairement intégrée à la chaîne. En 1999, 80% de la programmation prime-time de la chaîne était produit en interne, 50% sur le day-time. Ainsi, malgré l'absence des quotas de diffusion, les deux principales chaînes du paysage télévisuel mexicain (Canal 2 de Televisa et TV Azteca) consacrent 90% de leur temps d'antenne à des productions nationales.

---

<sup>2</sup> Toutefois, cette compétitivité-prix des productions mexicaines ne peut être uniquement imputée à une politique tarifaire volontaire agressive. Elle peut également refléter l'exercice d'un pouvoir de négociation de la part des firmes importatrices. Noam (1991) explique ainsi la persistance des tarifs peu élevés des fictions américaines en Europe comme le résultat d'un pouvoir de monopsonne exercé par les diffuseurs européens. Selon l'auteur, ce pouvoir, hérité de la situation de monopole, s'est maintenu lors du passage à la concurrence en raison de la persistance d'un nombre restreint d'opérateurs (oligopsonne) et de leur limites financières.

## *La Colombie*

Les telenovelas sont également au cœur de la programmation des diffuseurs privés colombiens. Elles constituent l'essentiel de la programmation en soirée (chaque diffusion étant généralement entrecoupée par un programme d'information ou un reality show). L'examen des meilleures audiences de la télévision colombienne en 2004 illustre cette prégnance de la telenovela (Source : Médiamétrie, 2005) : 7 des 10 meilleures audiences sont ainsi assurées par des telenovelas domestiques diffusées en soirée par Caracol.

Depuis la fin des années 90, la Colombie a considérablement renforcé sa capacité de production sur ce segment hautement stratégique. La base de données IMDB référence 61 romances pour la télévision produite ou coproduite par la Colombie (485 pour le Mexique). Sur ce total, 35 ont été produites sur la seule période 2000-2006, contre 25 initiées sur l'ensemble de la décennie 90. Cette capacité de production s'exprime également sur le genre Drama et à un degré moindre sur les séries de comédie : 60 titres sont identifiés par IMDB (575 pour le Mexique), dont 29 initiés depuis 2000.

Les diffuseurs privés occupent une place centrale dans la production des telenovelas. Une partie importante de leur programmation sur ce genre est ainsi réalisée et produite en interne. Sur ce segment, et plus généralement sur le segment de la fiction télévisuelle, le recours aux programmes étrangers est très faible. De fait, la plupart des séries américaines à succès sont adaptées dans le cadre de production colombienne. Il existe ainsi une version colombienne de *Lost* (*Vuelo 1503*).

Ce développement de la production colombienne est largement imputable au succès domestique et international (notamment aux Etats-Unis sur le réseau Telemundo) rencontré en 2001 par la série *Betty la Fea*. Dans la foulée de cette réussite, les deux chaînes privées colombiennes ont signé des accords afin de fournir des productions à destination du marché hispanophone des Etats-Unis (un marché 7 fois supérieur au marché colombien).

Disney s'est ainsi engagé en 2001 dans un accord de coproduction de telenovelas avec Caracol. De même, RCN a signé un accord avec la principale firme du marché hispanique américain (le Groupe Univision). Cet accord confère à Univision l'exclusivité des productions de RCN sur le marché hispanique des Etats-Unis, en contrepartie il s'engage à programmer annuellement au moins 300 heures de programmes produit par RCN en prime-time. Enfin, le concurrent de Univision, Telemundo s'est associé, dans le cadre d'un joint venture basé à

---

<sup>3</sup> Selon Mato (2003), le prix d'achat d'un épisode d'une heure variait en 1998 de 15 000 dollars pour une chaîne généraliste allemande à 50

Miami, avec Carolco et la société de production colombienne RTI pour assurer, sur une période de 5 ans, la coproduction de 10 telenovelas. Cette croissance impulsée par les USA bénéficie également aux petites structures indépendantes des diffuseurs colombiens. Teleset, une société de production indépendante colombienne, a ainsi vendu deux de ses productions à Telemundo.

Ces liens étroits avec le marché hispanophone des Etats-Unis structure en profondeur le processus de production et de réalisation des fictions télévisuelles colombiennes. Celles-ci s'appuient généralement sur un casting international : la plupart intègre 4 ou 5 acteurs étrangers (cubains, argentins, vénézuéliens ou péruvien). Certes, ce recours à des acteurs étrangers entraîne une inflation des devis, ces acteurs bénéficiant d'un salaire trois à quatre fois supérieur à celui des acteurs domestiques. Surtout, il explique pour une large part (en plus de leur qualité intrinsèque) leur compétitivité à l'exportation.

En 2004, *Pasion de Gavilanes*, le meilleur succès d'audience de la télévision Colombienne, fait également partie des dix meilleures performances des télévisions dominicaine (7<sup>ème</sup> position), équatorienne (1<sup>ère</sup> position), panaméenne (1<sup>ère</sup> position), paraguayenne (1<sup>ère</sup> position), péruvienne (5<sup>ème</sup> position), puerto-ricaine (5<sup>ème</sup> position) et surtout vénézuélienne (1<sup>ère</sup> position). Au total, en 2004, les telenovelas colombiennes réalisent à neuf reprises une des dix meilleures audiences dans un pays étranger. Cette performance est d'autant plus remarquable que, dans l'ensemble des pays, les publics marquent une forte préférence pour les séries domestiques.

Pour les 73 pays listés par Médiamétrie (2005), sur les 256 séries télévisuelles figurant dans les dix meilleures audiences, 77% sont d'origine domestique. Seuls 13 pays parviennent à contester cette préférence. La Colombie s'impose comme le troisième pays le plus performant à ce niveau, juste derrière le Mexique (13 programmes classés) et les USA (dix programmes), et loin devant des pays comme le Brésil (4 programmes), le Royaume-Uni (3), l'Argentine (2) ou la France (2).

### ***Egypte***

La position centrale du diffuseur public URT et son développement important au cours des années 90 (création de 5 nouvelles chaînes) structure en profondeur la production audiovisuelle domestique. Le groupe est l'un des principaux producteurs d'œuvres audiovisuelles égyptiennes. En 2000, le volume de production initié par l'URT représentait plus de 257 heures, comprenant des œuvres cinématographiques (principalement en sous-

---

dollars pour un diffuseur de Zambie.

traitance), des documentaires, des séries télévisées et des films d'animation. Par ailleurs, plusieurs études (Ghoneim, 2005) révèlent la forte préférence des consommateurs égyptiens pour les programmes audiovisuels domestiques. Ainsi, selon des données de l'URT non publiées, les séries arabes arrivent en tête des préférences des téléspectateurs égyptiens (72,9% les classent en première position), devant les films arabes (14,3%), les divertissements (8,6%), loin devant les œuvres cinématographiques étrangères.

L'intégration verticale de la production par les diffuseurs combinée à ce biais en faveur de la production domestique et à des ressources de financement conséquentes expliquent l'importante capacité de production audiovisuelle de l'Égypte. Et ce d'autant plus que sur le segment des œuvres arabisantes, les concurrents potentiels (la Tunisie, la Syrie, le Maroc, le Liban) n'ont pas développé une production de masse susceptible de contester la suprématie des œuvres égyptiennes sur leur propre marché. De fait, la base de données IMDB recense 21 titres audiovisuels égyptiens produits entre 2000 et 2005 (deux romances, 11 séries dramatiques, 3 séries comédies, deux séries musicales, deux séries policières, 1 série documentaire).

Toutefois, la production audiovisuelle étant fortement intégrée par l'URT, le développement d'un secteur de production indépendant est limité. A ce niveau, l'apparition récente des diffuseurs privés gratuits (2000) est susceptible de bouleverser quelque peu cette donne. A ce niveau, nous ne disposons pas de données sur le comportement économique de ces diffuseurs en matière de programmation.

### ***Lettonie***

Par rapport aux quatre pays précédents, la position de la Lettonie est singulière. Certes, la proportion de programmes domestiques au sein des 10 meilleures audiences de l'année 2004 est maximale. Toutefois, uniquement deux programmes de stock sont recensés à ce niveau, encore concernent-ils les seuls genres du documentaire et du magazine. Ce résultat semble illustrer la faiblesse de la portée de l'application de la directive européenne Télévisions sans Frontières dans le cas de la Lettonie.

Il est important de rappeler que l'un des objectifs majeurs des articles 4 et 5 de cette directive est de structurer l'émergence d'une industrie domestique de production audiovisuelle indépendante des diffuseurs, et plus particulièrement d'impulser ce dynamisme sur le segment de la fiction télévisuelle (là où justement la concurrence américaine est la plus prégnante). Dans le contexte limité des ressources de la télévision lettone (0,4% du PNB, contre 0,6% en

moyenne pour les pays de l'Europe des 15), le respect des normes posées par la directive TSF génère un coût élevé que les diffuseurs cherchent naturellement à atténuer, ce qui affecte d'autant l'efficacité de la directive. Ce coût est particulièrement prégnant pour les diffuseurs privés, leur programmation avant la transposition de la directive étant largement axée sur l'importation de programmes étrangers.

Ainsi, en 2001, la production locale ne représentait que 15% de la programmation de TV3 Latvia, contre 85% pour les programmes importés (essentiellement des programmes américains, sud-américains et russes). De fait, le marché de la production télévisuelle lettone demeure limité et fragmenté. IMCA (2004) estime que le secteur indépendant intègre une dizaine de firmes. Surtout, il concerne essentiellement des firmes positionnées sur les segments du documentaire et du divertissement, voire sur celui de l'animation.

Memais Sovs, la société la plus reconnue, produit essentiellement du divertissement et des parodies de shows télévisés. De même, Hansa Media, firme ayant un lien privilégié avec la chaîne publique LTV, est spécialisée sur les programmes à caractère non-commercial et les documentaires. Enfin, Labvakar se positionne sur les programmes éducatifs et d'information, et accessoirement sur le divertissement. Sur les autres genres, le recours aux productions étrangères demeure prépondérant. Cette caractéristique est particulièrement avérée dans le cas des deux chaînes privées. Pour ces dernières, le respect du quota de diffusion (assorti d'aucune obligation d'investissement) passe essentiellement par des émissions de plateaux. Dans le cas de la télévision publique, la réglementation permet la production de deux à trois séries par an.

### ***Cambodge***

Les données officielles relatives à la structure de la programmation des diffuseurs cambodgiens n'existent pas. Selon notre contact local, la programmation des 7 chaînes de télévision cambodgiennes repose sur une importation massive des séries chinoises, indiennes ou coréennes. Les séries thaïlandaises ont disparu depuis le saccage de l'ambassade de Thaïlande en 2002, mais tendent à revenir peu à peu, sous leur forme originale ou plagiées « à la khmère ».

Les productions domestiques se concentrent donc essentiellement sur les programmes de flux (plateaux de jeux, podiums musicaux, bulletins d'information). De fait, la base IMDB ne recense que deux titres d'œuvres audiovisuelles d'origine cambodgienne produits depuis 2000 : 1 série dramatique et 1 série documentaire. Toutefois, notre contact local relève l'émergence

récente d'une production domestique en matière de feuilleton. Celle-ci se caractérise par l'extrême modestie de ses moyens.

L'ensemble de ces informations souligne l'absence d'un tissu industriel structuré de production de programmes. Le marché de l'audiovisuel au Cambodge est quasiment inexistant, hormis les clips de karaoké<sup>4</sup> et quelques émissions qui assurent des revenus publicitaires, les productions sont rarement rentables. C'est une des raisons pour lesquelles il existe peu de sociétés indépendantes produisant des fictions, des documentaires ou des émissions télévisées. Le Département du Cinéma et de la Diffusion Culturelle du Ministère de la Culture et des Beaux Arts est également le seul producteur « officiel » de films documentaires destinés à la chaîne publique. Le Ministère de la Culture lui alloue un budget de 10000 \$ pour produire 8 films par an, d'une durée de 10 à 15 minutes, sur des sujets essentiellement culturels.

Outre la faiblesse du volume produit, cette carence se traduit par la qualité médiocre des programmes cambodgiens. Ceux-ci se caractérisent par « le non professionnalisme et le plagiat ». Dans ces conditions, la coopération internationale et les ONG<sup>5</sup> occupent une position importante au sein de ce secteur. Chaque année, un nombre conséquent de documentaires et magazines sont réalisés grâce à leur soutien financier. Elles se positionnent essentiellement sur des programmes thématiques qui leur permettant de communiquer sur leurs actions. Dans ce cas, et en particulier pour les documentaires, ces « sponsors » ou « co-producteurs » exigent souvent la présence d'un ou plusieurs professionnel(s) reconnus, ou expatrié(s), et un niveau de qualité minimum qui leur permet d'exploiter le programme à l'international. La majeure partie des productions dites « haut de gamme » (selon les critères locaux) est ainsi réalisée pour le compte d'ONG, d'associations ou dans le cadre de coopérations étrangères, qui sont les seules à être en mesure de financer des programmes.

Toutefois, l'apparition en 2002 de la première chaîne privée, « Cambodian Television Network » (CTN), semble impulser un début de professionnalisation de la production audiovisuelle cambodgienne. Cette société a beaucoup investi en équipements et en moyens humains, relevant nettement le niveau de qualité technique des productions. Ces dernières se rapprochent, dans le style et dans la forme, des standards des télévisions thaïlandaises. CTN est aussi l'une des seules sociétés à être en mesure de louer du matériel de bonne qualité et à

---

<sup>4</sup> Les clips sont réalisés avec peu de moyens et sans professionnalisme. Toutefois, la présence de vedettes et la popularité des chansons assure la rentabilité de ces productions. En raison de cette rentabilité, les compilations de vidéo - clips sont mieux protégées contre le piratage que les autres produits audiovisuels (système de timbres édités par le Département du Cinéma).

<sup>5</sup> Il existe plus de 1000 ONG au Cambodge. Elles couvrent l'ensemble des domaines : éducation, santé, économie, droit, culture...

proposer les services d'équipes compétentes, parfois sollicitées pour des productions étrangères.

### *Les pays africains*

La situation des pays africains est pour le moins singulière. Sur ces questions, les données statistiques sont quasi-inexistantes. Toutefois, une étude récente de l'UEMOA (2004) permet de cerner certaines caractéristiques du comportement de programmation des diffuseurs africains (Sénégal et Burkina Faso). Il semble que les diffuseurs publics en situation de monopole ne contribuent aucunement à la production et à la rémunération des programmes domestiques diffusés. A ce niveau, le développement de télévision multicanaux n'a pas joué le rôle structurant attendu.

D'une part, les rediffuseurs privés de chaînes étrangères ne sont pas contraints par des obligations de contribution au développement des programmes nationaux. Seule la convention relative à l'implantation de Canal+ Horizons au Sénégal prévoit le versement d'un pourcentage (3%) du chiffre d'affaires dans un fonds de financement de la production. Toutefois, selon l'UEMOA (2004), la firme française n'aurait que très partiellement respecté cette clause.

D'autre part, les redevances versées par les opérateurs MMDS aux Etats, en contrepartie de l'autorisation d'exploitation, sont faibles et affectées dans le cas du Sénégal au Fonds d'aide de la presse.

Ce désengagement total des diffuseurs résulte de plusieurs facteurs. En premier lieu, les conditions d'acquisition des programmes étrangers affectent les processus d'incitation à la diffusion/rémunération des programmes domestiques: gratuité des séries françaises (fournies par Canal France International), quasi-gratuité des séries allemandes, non rémunération en cash pour les telenovelas latino-américaines (bartering), ou faible prix sur le marché international pour les séries américaines anciennes.

Par ailleurs, le processus de production des œuvres domestiques s'est longtemps appuyé sur un schéma anormalement identique à celui des œuvres cinématographiques. La plupart du temps, l'œuvre était ensuite proposée gratuitement par CFI. Ce schéma révélait une déconnexion totale entre la commande de série et le comportement économique du diffuseur.

Dans ces conditions, si la production domestique s'impose largement au sein des grilles de programmes des chaînes publiques, cette prédominance ne profite pas aux grands genres susceptibles de structurer une industrie de production audiovisuelle.

Selon Barlet (2005), au Sénégal, la production nationale représenterait près de 55% des programmes diffusés (hors informations) en 2004. Toutefois, ce recours important à la production domestique est assuré par des clips de musique sénégalaise, des émissions culturelles du type *talk show* comme *Ma Famille* ou *Faut pas fâcher*.

En matière de fiction, l'UEMOA (2004) estime que si ce genre occupe une place centrale dans la programmation des diffuseurs publics sénégalais (évaluée à 22%), il est pour 95% composé de programmes étrangers (des séries télévisées brésiliennes ou américaines doublées en français ou des programmes de la banque CFI-PRO). Entre 1999 et 2002, la production de fiction sénégalaise se limiterait à 7 épisodes de 13' de *Kagango le Griot*, 9 épisodes de 13' de *Xale* et à une série de sketches *Gorgulu* (13', 4 fois par semaine).

Toutefois, Barlet (2005) estime qu'une vingtaine de films sont produits chaque année en vidéo numérique sans investissements extérieurs. Certaines de ces œuvres peuvent alors bénéficier d'une diffusion télévisée. Ainsi, les trois films d'Assane Diagne *Nef*, *Coumba* et *Kiné* ont été diffusés une dizaine de fois à la RTS. Sur ces trois films, le diffuseur public a fourni le matériel de montage et de prise de vue (sous forme de part coproduction estimée à 15% du budget). De même RTS2 diffuse des téléfilms sénégalais issus du secteur informel impulsé par le développement de la vidéo.

Au Burkina Faso, la capacité de production semble plus conséquente. Barlet (2005) souligne que de 1997 à 2002, 150 heures de fiction ont été produites par des sociétés de production privées. Les fictions burkinabées représentent ainsi  $\frac{3}{4}$  des programmes de fiction africaine disponibles sur les grilles de programmes des diffuseurs francophones africains. Les sitcoms (*Kadi jolie*, *A nous la vie*, *Vis-à-vis...*) occupent d'ailleurs une place centrale au sein de la programmation de la TNB.

Cette dernière, via son service de production, collabore techniquement et logistiquement avec ces structures. Elle mobilise notamment ses importantes capacités techniques (un équipement de montage virtuel, 5 caméras numériques DVCAM DSR 250, 1 caméra DVCAM DSR 570, 2 DVC Pro, des caméras Beta). En plus de ces prestations techniques, la TNB est également active dans la production de documentaires.

Par ailleurs, les structures relevant de l'équipement et des industries techniques tendent à se développer au Burkina Faso. Jusque récemment, trois structures concentraient l'offre de matériels techniques: la Direction de la Cinématographie Nationale, la CINAFRIC et la TNB. Désormais, Barlet (2005) estime que « *les nouvelles structures privées de production et les*

*cellules audiovisuelles des organismes et ministères s'efforcent de s'équiper en matériel de base (prise de vues, son, éclairage, machinerie, montage...)<sup>6</sup> ».*

De même, la formation aux métiers de l'image et du son s'est fortement intensifiée au cours des dernières années. Avec l'aide des coopérations belge, française, québécoise et chinoise, la Direction du Cinéma National a ainsi mis place un Programme de relance de la formation aux métiers de l'image et du son (PROFIS). Cette direction a lancé en avril 2000 un volet de ce programme dénommé "cycles de stages" constitué de plusieurs sessions dans l'année, d'une durée d'un mois chacune : prise de vue, montage, réalisation, scénario, film d'animation, mixage son, réalisation documentaire, production, prise de son, décor. En 2002-2004, un cycle de spécialisation a abouti à un brevet de technicien supérieur selon une filière technique (Image - Son - Montage) et une filière création (Scénario - Réalisation - Production). Ce programme a finalement permis de doter le Burkina d'un centre à vocation régionale de formation aux métiers de l'image et du son : l'Institut régional de l'image et du son, (IRIS), officiellement ouvert en décembre 2004.

---

<sup>6</sup> Cf. Barlet (2005), p. 28.

### **I.3. L'industrie cinématographique**

L'analyse des différents secteurs de la filière cinématographique montre que celle-ci, à l'instar des principales industries culturelles, se structure généralement autour d'une double caractéristique. Son organisation d'ensemble repose sur une structure d'oligopole à frange dont le degré de concentration est croissant de l'amont vers l'aval. L'activité cinématographique est ainsi dominée par un centre oligopolistique à côté duquel coexistent une multitude de firmes indépendantes en situation concurrentielle.

Cette frange concurrentielle, comme dans le cas des autres industries culturelles, se caractérise par la faiblesse des parts de marché captées par les entreprises qui la composent, par la fragilité structurelle de ces dernières et par une liberté importante d'entrer dans la branche qui varie de l'amont à l'aval. La concentration croissante de l'amont vers l'aval souligne par ailleurs que les entreprises de la frange se situent essentiellement au sein du secteur de production.

La puissance des *majors* (domestiques ou étrangères) formant le centre oligopolistique s'affirme sur la maîtrise de la reproduction technique (distribution) et de la diffusion du produit, soit les segments soumis à des économies d'échelle importantes. Dès lors, la pénétration des investissements étrangers (et donc les principales barrières institutionnelles) concerne généralement les segments aval de la filière.

Globalement, les pays en développement vérifient ces grandes caractéristiques. Le segment de la production reste l'apanage des firmes domestiques. A ce niveau, l'internationalisation repose donc essentiellement sur les flux générés par les coproductions internationales. Seul le Mexique se distingue par la mise en œuvre de structures de production dotées de capitaux étrangers. Disney a signé un joint-venture avec Spain Admira (Miravista). De même, l'alliance entre Warner et Televisa se traduit au niveau de la production cinématographique par la création de la société Cyoacan Films. Enfin, Sony a ouvert un bureau de production à Mexico en 2003.

Pour la plupart des pays, la production demeure fortement atomisée et artisanale. Toutefois, dans certains cas (Mexique, Inde, Egypte), une tendance à la concentration s'esquisse, notamment lorsque les diffuseurs investissent le secteur (Mexique). L'Egypte se distingue également par une concentration élevée du segment de la production. Selon Ghoneim (2005), la production égyptienne est en grande partie assurée par trois firmes.

A l'inverse de la production, à l'exception de l'Égypte (où la distribution est largement intégrée par les propriétaires de salles égyptiens), le segment de la distribution est largement internationalisé, une internationalisation qui bénéficie essentiellement aux majors américaines. Cette ouverture prend des formes diverses.

La présence américaine est importante au Mexique. La distribution mexicaine est dominée par les majors américaines. Les cinq premiers distributeurs sont américains, mobilisant plus de 75% des recettes. Vidéociné, principal distributeur domestique est lié au principal groupe de diffusion domestique (filiale de Grupo Televisa). Cette présence américaine ne se limite pas à la seule distribution des films américains mais également à celle des films domestiques. En 2002, sur les 10 meilleurs films domestiques au box-office, 2 étaient distribués par des majors américaines, 5 par Vidéociné allié à Warner et deux par des distributeurs domestiques.

Cette prédominance des firmes américaines se vérifie également en Colombie. Seule Cine Colombia, qui distribue notamment les films de la Warner, parvient à s'imposer sur son marché domestique. En 2003, elle représente 15% des encaissements distributeurs. La domination de cette société est étroitement liée à sa position dominante sur l'exploitation colombienne. Selon Rey (2005), elle posséderait 36% des écrans colombiens et représenterait plus de 60% des recettes salles. Le poids de l'ensemble des autres firmes de distributions locales ne dépasse pas les 2%.

En Lettonie, la société Baltic Cinéma, filiale du principal exploitant de salle finlandais Finnkino, assure la distribution des films des principales majors américaines.

Au Sénégal, la plupart des sociétés de distribution locales sont affiliées à des majors européennes ou américaines qui leur livrent des films par package.

### ***1.3.1. Les systèmes de soutien à l'industrie cinématographique***

La majorité des pays de notre étude dispose de systèmes de soutien pour leur industrie cinématographique. Seuls le Cambodge, le Nigeria et la Jordanie semblent dépourvus de ce type de structure (cf. Tableau 7). Certes au Cambodge, le Département du Cinéma et de la Diffusion Culturelle du Ministère de la Culture et des Beaux Arts est l'autorité de référence en matière de cinéma. Mais son rôle consiste essentiellement à délivrer les autorisations de tournage et les visas d'exploitation. Aucun système d'aide à la production, ou plus généralement au secteur de l'audiovisuel, n'existe au Cambodge. Dans ces conditions, les ONG ou les coopérations étrangères représentent les seules structures de soutien.

En Jordanie, la Royal Film Commission (créée en juillet 2003 afin de promouvoir l'industrie cinématographique en Jordanie) a pour principale mission d'attirer les tournages étrangers (décors naturels, population parlant l'anglais, salaires peu élevés...). Elle ne gère aucunement un fond d'aides.

Au Sénégal et au Burkina Faso, les structures recensées s'apparentent, d'après nos recherches, à des coquilles vides. Dans le cas du Burkina Faso, le fonds de soutien n'est plus alimenté financièrement. Cependant, la mise en place d'une billetterie nationale devrait rétablir l'efficacité de ce fonds (cf. Barlet, 2005). Dans le cas du Sénégal, les moyens mis à sa disposition sont tellement faibles que son existence relève du pur symbole.

Cette faiblesse peut parfois être compensée par des mesures ponctuelles et des contributions exceptionnelles des Etats. L'UEMOA (2004) estime que cette pratique, à la différence d'un fonds de soutien performant, a le « *lourd inconvénient de ne s'inscrire, ni par son montant, ni par sa procédure, dans un processus de structuration économique et financière de la production* »<sup>7</sup>. En fait, l'apport public le plus concret consiste généralement dans la mise à disposition de matériel de la part du service cinématographique de l'Etat ou de la télévision nationale (Burkina Faso).

Dans ce contexte, le financement de la production africaine repose intégralement sur les fonds de soutien spécifiques mis en place par les pays du nord (Union européenne, Agence Intergouvernementale de la Francophonie, Fonds sud, Aide au développement des Cinématographies du sud...). Un tel réseau de financement comporte de multiples effets pervers parfaitement identifiés par l'UEMOA (2004) : lourdeurs administratives, frein potentiel au développement des sociétés de production africaines, risque de mise sous influence des goûts dominant des pays du nord, risque d'homogénéisation de la production dans le but de satisfaire les critères d'attribution.

Pour les autres pays, le recensement des différents systèmes de soutien révèle une grande diversité. Dans le cas européen, Cocq et Kohler (2003) montre que, malgré une certaine hétérogénéité entre les systèmes analysés, des caractéristiques communes émergeaient, esquissant les contours d'une norme européenne. Ces convergences ne se retrouvent pas dans le cas des pays couverts par notre étude.

---

<sup>7</sup> Cf. UEMOA (2004), p. 29.

**Tableau 7 : Les systèmes de soutien et les barrières à l'entrée de l'industrie cinématographique**

	Les structures d'aides à l'industrie cinématographique	Barrières à l'entrée
Lettonie	Le Centre National du film letton (financé sur le budget de l'Etat) + La fondation culturelle de Lettonie (financé par la taxe sur les jeux d'argent, la taxe sur les alcools et la taxe sur les tabacs).	- taille limitée du parc de salles
Egypte	Oui créée en 2001, entrée en activité : 2002	- Contraintes administratives - Manque de transparence du secteur afin de contourner les taxes - Taxes importantes - Concernant les firmes étrangères : le ministre de la culture fixe le nombre de films étrangers maximum pouvant être distribués par une firme domestique (généralement 1 film domestique pour 8 films étrangers sur 5 copies max) - Pour le tournage de films étrangers sur le territoire : l'emploi de techniciens non égyptiens implique une taxe de 750\$ par tête - Taxe sur le prix du billet = 10% pour les films étrangers, contre 5% pour les films domestiques
Colombie	Direction du cinéma du Ministère de la culture	- Taxe parafiscale : 8,5% du CA films étrangers des distributeurs et exploitants, 5% du CA des producteurs domestiques. 70% des sommes collectées doivent être consacrées à la production et réalisation de films domestiques - Distribution très concentrée
Cambodge	Département du cinéma et de la diffusion culturelle du Ministère de la Culture et des beaux-arts	Piraterie importante
Jordanie	Royal Film Commission : tente principalement d'attirer les tournages étrangers en Jordanie. Pas de système d'aides	Très faible
Inde	- Film and Television Institute of India - Satyajit Ray Film and Television - Institute National Film Development Corporation	- Fort niveau de taxe sur les établissements cinématographiques - Charges fixes importantes (électricité) - Piraterie (77 M\$, 60% du marché) - Les tournages en Inde sont soumis à autorisation ministérielle - Etat de l'East Bengal : taxation supérieur des films non bengali et des films étrangers - Les majors américaines ne peuvent rapatrier que 6 millions de \$/an de leurs recettes de box-office en Inde (peu contraignant) ⇒ utilisation pour produire des films en Inde - Suppression de nombreuses barrières dans les années 90 : quota salles (pourtant exempté de l'engagement OMC de l'Inde),
Mexique	Imcine	- Concentration importante (distribution et exploitation) - Quota salles : 10% du temps de projection aux films domestiques - Obligation de diffuser tout nouveau film mexicain 6 mois après son bouclage - Piraterie importante (50 M\$, 40% du marché) - FDI : 49% (production, exploitation) - Obligation de dépôt d'une copie pour tout film non produit au Mexique - Interdiction du doublage des films sauf les films pour enfants
Sénégal	Le Fonds de Promotion Cinématographique. L'essentiel des aides provient des fonds européens.	- Structure monopolistique de la distribution - Faiblesse du parc de salles Piraterie - Cadre fiscal peu avantageux : taxe sur le billet 33% du billet dont sont exonérés les films africains - Régime douanier peu avantageux : les supports et matériels de la filière image = catégorie la plus élevée (20%) - Réseau d'aides très marqué géographiquement (Europe-Canada)
Burkina Faso	- Officiellement oui, mais il n'est plus alimenté. - Importance des aides de l'UE, de l'agence de la francophonie et des fonds du ministère des affaires étrangères français.	- Structure monopolistique de la distribution - Faiblesse du parc de salles - Piraterie - Cadre fiscal peu avantageux : taxe sur le billet 33% du billet dont sont exonérés les films africains - Régime douanier peu avantageux : les supports et matériels de la filière image = catégorie la plus élevée (20%) - Réseau d'aides très marqué géographiquement (Europe-Canada)

### Le système d'aide au Mexique

Deux programmes coexistent financés par les contributions gouvernementales et le remboursement des prêts accordés. Toutefois, une taxe sur le prix des places est entrée en vigueur en janvier 2003. Au contraire du système coréen, les programmes d'aide mexicains se concentrent quasi exclusivement sur le segment de la production. Le soutien prend la forme d'un capital-risque et de prêt garantis.

Les programmes combinent des critères d'attribution industriels et culturels. Ainsi, le soutien Fideciné s'attache essentiellement à la viabilité commerciale et financière du projet. A l'inverse, Forpociné cherche à promouvoir une production de qualité sur la base de critères artistiques.

### Le système d'aide en Inde

En Inde, le soutien à l'industrie cinématographique s'appuie, au niveau fédéral, sur l'action de trois instituts. Par ailleurs, de nombreux états ont développé des mesures de soutien. Le Film and Television Institute of India et le Satyajit Ray Film and Television Institute ont pour action principale : la formation. Ils proposent des sessions de training dans la réalisation de films.

Le National Film Development Corporation a été mis en place afin de soutenir la production des petits budgets et des premiers films. En théorie, cet institut gère également un programme de prêts plafonnés pour la construction de cinéma. Toutefois, depuis cinq ans, Mukherjee (2005) estime qu'aucun prêt n'a été octroyé. Au total, l'aide publique dans le financement de la production et de l'ensemble de l'industrie est très faible.

Le développement de l'industrie repose essentiellement sur des structures privées dont le frein essentiel reste la lourdeur des charges financières. C'est d'ailleurs dans cette perspective que la Banque Fédéral d'Inde a élaboré des règles pour les banques et institutions financières intervenant dans le secteur. En fait, les mesures fiscales s'imposent comme le principal mode d'intervention de l'Etat.

De nombreux systèmes d'allégements fiscaux ont été mis en place afin de réduire les coûts de production (abaissement du taux de TVA de 40 à 25% sur le matériel de tournage, réduction des droits de douane sur les équipements cinématographiques). Le système d'incitation à l'exportation repose sur une exonération d'impôts sur les revenus tirés de l'exportation des films domestiques. De même, le droit de douane (20%) payé sur le retour du matériel est remboursé à l'exportateur-importateur.

Depuis 1998, les performances à l'exportation du cinéma indien se sont considérablement améliorées. La valeur des exportations est ainsi passée de 48,4 M\$ en 1998 (198 films) à 100 M\$ en 2000 (412 films) et 111 M\$ en 2001. Ces bons résultats révèlent une évolution offensive des firmes indiennes qui veulent désormais tirer profit de l'ouverture de nombreux marchés. D'ailleurs, plusieurs pays possèdent des quotas salles limitant de façon spécifique la diffusion des films indiens (Egypte).

Enfin, le gouvernement fédéral et de nombreuses provinces ont développé des systèmes pour encourager l'investissement sur le segment de l'exploitation avec l'objectif clairement affiché de développer les multiplexes. A cette fin, l'autorisation a été accordée aux firmes domestiques de collaborer avec des firmes étrangères dans le cadre de joint-ventures. Parallèlement, le budget de l'Union (2002-2003) mentionne une exemption de 50% de la taxation touchant les multiplexes dans les zones situées en dehors des grandes agglomérations.

De nombreuses provinces ont également développé des mesures de ce type (Uttar Pradesh, Himachal Pradesh...). L'exploitation reste fortement taxée dans les différents états indiens (avec un niveau de taxation moyen de 60% sur l'ensemble du territoire, contre 3% au Japon, 16,6% en Corée du sud et 33% en Philippines, source : Film Federation of India).

#### Le système d'aide en Colombie

Le soutien public à la filière cinématographique a connu un essor important avec la loi 814 sur le cinéma adoptée en 2003. Celle-ci instaure une taxe de 8,5% sur les revenus nets des distributeurs et exploitants générés par la distribution et la diffusion de films étrangers. Les exploitants bénéficient d'un abattement de 6,5% dans le cas d'une projection d'un court-métrage colombien certifié par le Ministère de la culture.

Par ailleurs, la Loi de 2003 introduit un prélèvement de 5% sur les recettes des producteurs de films colombiens. Ces prélèvements alimentent un fonds de soutien (FDC) géré par le Consejo Nacional de las Artes y la Cultura en Cinematografía. Les aides (non remboursables) se concentrent essentiellement sur le segment de la production (à hauteur de 70%). Toutefois, le fonds de soutien permet également l'organisation de séminaires, de festivals et le soutien de la promotion des films domestiques.

Ainsi en 2005, le budget du FDC s'est réparti selon les modalités suivantes :

Développement de scénarios : \$ 4 396 (10 par an),

Développement de projet : \$ 10 989 pour le projet et \$ 6 593 pour le scénario (10 par an),

Production de long-métrage : \$ 110 000 (8 en 2005),

Post-production : \$ 52 747 (3 en 2005),

Promotion : \$ 52 747 (8 en 2005),

Production de court-métrages : \$ 13 187 (10 en 2005),

Production de documentaires : \$ 21 978 (10 en 2005),

### Le système d'aide en Egypte

Ghoneim (2004) conteste l'idée largement répandue d'un cinéma égyptien largement soutenu par la puissance publique. Après un long déclin, l'intervention publique s'est toutefois ravivée en 2002 avec la création d'une structure indépendante (mais dont l'Etat détient la majorité du capital) chargée de soutenir la production cinématographique. Toutefois, son activité demeure limitée (2 films produits de 2002 à 2004).

Il existe également un Fonds pour le Développement Culturel. Financé par une taxe sur le prix du billet de cinéma, ce fonds est censé promouvoir le développement de l'industrie cinématographique et plus particulièrement la production. Mais dans les faits, il bénéficie essentiellement aux courts-métrages. Dès lors, la principale mesure de soutien direct à la production domestique est d'ordre fiscal. La législation prévoit en effet des abattements fiscaux pour les firmes de production cinématographique de grande taille (dont le capital dépasse 200 millions EGPT£).

### Le système d'aide en Lettonie

Le soutien public à l'industrie cinématographique lettone s'appuie sur deux organismes : Le Centre National du film de Lettonie et la Fondation Culturelle de Lettonie. Le premier, créé en 1991, est une institution publique financée par l'Etat et rattachée au Ministère de la culture. Il a notamment pour tâche la gestion des soutiens financiers gouvernementaux à l'industrie cinématographique. Il octroie ainsi des aides sélectives à la production selon des critères qualitatifs mais également économiques (faisabilité économique du projet). A ce titre, quatre comités (long-métrage, animation, documentaire et domaines variés tels que les festivals) composés de trois experts professionnels procèdent aux sélections.

En 2003, son budget s'élevait à 1,1 M€ (1,4 M€ en 2005) et se répartissait comme suit : 49% à la production de longs-métrages, 16% à la production de documentaires, 16% à la production de films d'animation, 10% à la production d'événements et 9% à l'administration du Centre.

La Fondation Culturelle de Lettonie est un organisme public à but non lucratif créé en 1997. Financée par les taxes sur les jeux d'argent, l'alcool et le tabac, elle disposait d'un budget de 0,8 M€ en 2002. Sa mission est de soutenir et promouvoir le développement équilibré de toutes activités créatives se rattachant aux arts et à la culture. Elle couvre ainsi le cinéma.

### ***1.3.2. La production cinématographique***

#### La production cinématographique en volume

D'un point de vue quantitatif, la production cinématographique des pays du groupe Pays en développement + PECO+CEI révèle certaines limites au regard de celle des pays de l'OCDE à revenu élevé. La première concerne la capacité de production. Même si entre 1994 et 2004, la capacité productrice des pays premier groupe (+26%) s'accroît de façon plus soutenue que celle des pays développés (+22%), leur retard demeure conséquent (Tableau 8).

**Tableau 8 : Evolution de la production cinématographique (1994-2004)**

	1994	2004
Inde	754	946
Egypte	57	25
Colombie	2	7
Mexique	12	54
Cambodge	ND	55
Lettonie	5	3
Jordanie	0	0
Sénégal	14 sur la période 1992 à 2002, soit 1,3 film par an (hors video)	
Burkina Faso	29 films entre 1990 et 2004, dont 3 entre 2000 et 2004 (hors video).	
Nigeria		
USA	635	611
Canada	22	69
Union européenne	511	926
Pays OCDE à revenu élevé	1 710	2 086
Pays en développement PECO+CEI <sup>1</sup>	1 506	1 898

Source : Screen Digest.

1. L'agrégat Pays en développement + PECO + CEI couvre, outre l'ensemble des pays renseignés dans notre base de données, l'Argentine, le Brésil, Chili, le Pérou, la Chine, la Corée du sud, l'Indonésie, la Malaisie, les Philippines, Singapour, Taiwan, la Thaïlande, Chypre, l'Estonie, la Hongrie, la Lituanie, la Pologne, la Russie, la République Slovaque, la République Tchèque, la Roumanie, la Serbie et la Slovénie.

En 2004, les pays du groupe Pays en développement + PECO + CEI produisent ainsi en moyenne 1 film pour 1 million d'habitants, contre près de 5 pour les pays de l'OCDE à revenu élevé. L'ensemble des pays de notre échantillon se caractérise, à l'exception de l'Inde et de la Lettonie, par une situation manifeste de sous-production. Pour ces pays, le nombre de films produit par million d'habitants est inférieur ou égal à 0,5, contre 2,1 aux Etats-Unis, 2,4

en moyenne pour les pays de l'Union européenne (15 pays), (cf. Tableau 9). Le ratio élevé (4,2) du Cambodge doit être considéré avec précaution. Il est calculé sur la base des informations fournies par notre contact local. Selon cette source, 55 long-métrages sont tournés chaque année en vidéo à destination des salles. Toutefois, il n'est pas précisé si ces films sont effectivement diffusés en salles et font l'objet d'une remontée de recettes ou s'il s'agit de « films fantômes ».

**Tableau 9 : Nombre de film produit pour 1million d'habitants**

	2003	2004
Inde	1,0	0,9
Egypte	0,1	0,3
Colombie	0,2	0,2
Mexique	0,3	0,5
Cambodge	4,2	4,2
Lettonie	0,9	1,4
Jordanie	0	0
Sénégal	0,1	0,1
Burkina Faso	0,08	0,08
Nigeria	Np	Np
USA	2,1	2,1
Canada	2,9	2,1
Union européenne (15 pays)	2,4	2,4
Pays OCDE à revenu élevé	4,1	4,8
Pays en développement PECO+CEI <sup>1</sup>	0,9	1,0

Source : Screen Digest.

1. L'agrégat Pays en développement + PECO + CEI couvre, outre l'ensemble des pays renseignés dans notre base de données, l'Argentine, la Bolivie, le Brésil, Chili, Cuba, le Pérou, le Bangladesh, la Chine, la Corée du sud, l'Indonésie, l'Iran, la Malaisie, le Pakistan, les Philippines, Singapour, Taiwan, la Thaïlande, le Vietnam, le Maroc, Chypre, la Turquie, l'Estonie, la Hongrie, la Lituanie, la Pologne, la République Slovaque, la République Tchèque, la Roumanie, la Russie, la Serbie et la Slovénie.

### La production en valeur

Le niveau des investissements dans la production cinématographique révèle un décrochage encore plus marqué de l'ensemble Pays en développement + PECO + CEI. Certes, l'Inde s'impose en volume comme le premier producteur cinématographique au monde. Pourtant, la valeur de la production cinématographique indienne est 24 fois inférieure à celle des Etats-Unis. En 2004, les investissements de l'ensemble Pays en développement + PECO + CEI représentent simplement 17,6% de ceux des pays de l'OCDE à revenu élevé (Tableau 10).

Il s'agit alors d'apprécier si ces écarts sont conformes à ceux relatifs à la taille du marché de la fréquentation. L'indicateur pertinent pour mesurer cet aspect est le rapport entre le montant des investissements dans la production domestique et les recettes salles captées par cette production sur son propre marché (cf. Tableau 10). En 2004, le niveau de cet indicateur

s'élève à 531% pour le Canada, 333% pour l'Union européenne et 164% pour les Etats-Unis. A l'exception du Mexique et de la Lettonie, pour l'ensemble des pays de notre échantillon, il se situe à des niveaux largement inférieurs : 77% dans le cas de l'Egypte, 92%% dans le cas de l'Inde, et 17% pour la Colombie.

**Tableau 10 : Montant des investissements dans la production cinématographique domestique**

En millions \$	2003	2004	% des investissements dans les recettes salles (pdm domestique), 2004	Budget moyen 2004
Inde	606,8	604	92,4%	0,6
Egypte	7,7	Nd	77,1% (2003)	0,8 (2003)
Colombie	0,9	1,2	17,0%	0,1
Mexique	46,0	71,7	269,6%	1,3
Cambodge	Nd	Nd	Nd	0,0
Lettonie	0,7	0,8	463,0%	0,3
Jordanie	0	0	0	0
Sénégal	< 1	< 1	Nd	0,02
Burkina Faso	Nd	Nd	Nd	0,02
Nigeria	Nd	Nd	Nd	Nd
USA	14 607	14 716	164,3%	24,1
Canada	236,2	174,4	530,8%	5,7
Union européenne (15 pays)	5 073	5 025	332,9%	5,4
Pays OCDE à revenu élevé	21 675	21 909	-	6,6
Pays OCDE à revenu élevé hors USA	7 068	7 404	-	4,9
Pays en développement PECO+CEI <sup>1</sup>	1 281	1 304	-	0,6

Source : Screen Digest.

1. L'agrégat Pays en développement + PECO + CEI couvre, outre l'ensemble des pays renseignés dans notre base de données l'Argentine, le Brésil, le Chili, la Malaisie, Singapour, la Thaïlande, l'Estonie, la Hongrie, la Lettonie, la Pologne, la République Tchèque, la Roumanie et la Slovénie.

Ces écarts sont intéressants dans la mesure où ils renseignent sur la capacité des pays à mettre en œuvre, par le jeu du marché ou par voie réglementaire, des structures de financement ou d'amortissement complémentaires de la salle (télévision, exportation, vidéo, soutien public...), et ce afin de réduire le risque de production et drainer un flux conséquent d'investissements additionnels. Dans le cas de l'Europe, du Canada et de la Lettonie, en raison de la faiblesse relative à l'exportation de leurs productions, le niveau élevé de ce ratio révèle l'impact positif du secteur télévisuel et des fonds de soutien.

Au regard de ces données, il semble donc évident que le montant de l'investissement dans la production cinématographique est sous-optimale dans la plupart des pays de notre échantillon.

### *1.3.2. L'exploitation cinématographique*

L'exploitation cinématographique révèle également d'importantes disparités entre les pays de notre échantillon, l'Europe des 15 et l'Amérique du nord. En 2004, les Etats-Unis et l'Europe des 15 comptent respectivement 124,8 écrans et 69,7 écrans pour chaque million d'habitants. Malgré une densité de 35,3 écrans/million d'habitants, la Lettonie s'impose comme le mieux doté des pays de notre échantillon. Elle devance le Mexique qui compte 31,2 écrans/million d'habitants. Pour les autres pays, la densité du parc de salles varie entre 1,8 (Cambodge) et 9,6 (Colombie), révélant la pauvreté relative d'un parc de salles qui se concentre pour l'essentiel dans les grandes agglomérations urbaines.

**Tableau 11 : Evaluation de la dotation en écrans de cinéma**

	Nombre d'écrans en 1994	Nombre d'écrans en 2004	Nbre d'écrans/1 M hab 2004
Inde	12 750	10 500	9,5
Egypte	220	220	3,0
Colombie	226	406	9,6
Mexique	1 434	3 248	31,2
Cambodge	Nd	21	1,8
Lettonie	199	78	35,3
Jordanie	Nd	20	3,6
Sénégal	nd	22	2
Burkina Faso	Nd	55 (34 en activité)	4,3
Nigeria	Nd	<5	Np
Etats-Unis	26 586	36 652	124,8
Canada	1 808	3 190	99,9
Union européenne (15 pays)	17 619	26 194	69,7

Source : Screen Digest.

Ce déséquilibre quantitatif s'accompagne d'un écart croissant en termes de modernité des équipements et de conception des établissements. De fait, la croissance du parc de salles observée dans les pays développés au cours de la dernière décennie s'est appuyée sur une restructuration qualitative fondée sur le développement des multiplexes. Il en a résulté un gain en terme de qualité de vision des œuvres (pour le consommateur) et une rationalisation accrue de la gestion de l'espace pour les exploitants (rotation optimale des copies, économie d'échelles...). Toutefois, ces évolutions ont mobilisé des investissements massifs (crise de l'exploitation aux USA, bouleversement des équilibres et concentration accrue sur la plupart des marchés).

Cette restructuration qualitative ne concerne qu'une minorité de pays de notre échantillon (le Mexique, et à un degré moindre la Colombie et la Lettonie). En fait, par l'ampleur des investissements, une telle évolution est souvent conditionnée par la capacité d'attraction des

investissements étrangers. Le Mexique vérifie ce paramètre (avec le groupe américain Cinemark et le groupe canadien Onex's Loews Cineplex Group). Entre 1994 et 2004, il enregistre d'ailleurs une forte progression de son parc de salles (+126%) et de sa fréquentation cinématographique (+139%). Une croissance d'autant plus impressionnante que sur la même période le nombre d'écrans des pays en développement n'augmentent que de 3,7%, leur fréquentation régressant de -1,4%.

De même, en Lettonie, le premier multiplexe (14 écrans) ouvert en 2003 est la propriété du groupe finlandais Finninko. Il a permis de relancer la fréquentation cinématographique en Lettonie. Après deux années de chute importante (-26,5% entre 2000 et 2002), les entrées se sont stabilisées en 2003 et ont fortement progressé en 2004 (+48,3% pour atteindre 1,7 millions en 2004).

Cette croissance s'est accompagnée par une concentration accrue de la fréquentation au bénéfice du multiplexe. En 2004, celui ne représente que 18% des écrans du pays mais assure près de 68% des entrées. Le développement des multiplexes devrait se poursuivre dans un futur proche. La firme Baltic Multiplex Ventures, la nouvelle chaîne d'exploitation, appartenant au Baltic Development Group (BDG) et à d'autres investisseurs estoniens, américains et hongrois, projette en effet de concurrencer le groupe Finninko Group avec l'ouverture d'un multiplexe à Riga (prévu pour 2006).

Par contraste, la situation de l'exploitation dans les pays d'Afrique francophone n'a cessé de se dégrader. Comme le souligne Barlet (2005) : « *structurellement déficitaires, le nombre de salles de cinéma ne cesse de diminuer et, sauf restaurations exceptionnelles, leur équipement est obsolète à tous niveaux. La fréquentation s'effondre au profit de celle des alternatives de proximité, de confort et de prix que représentent les vidéoclubs ou la vidéo domestique*<sup>8</sup> ». Dans ces pays, l'exploitation cinématographique est soumise à d'importantes charges fiscales et ne profite d'aucun dégrèvement pour la modernisation des salles. Les tarifs douaniers des matériels importés sont également conséquents.

Au Sénégal, les difficultés des salles de cinéma sont essentiellement structurelles. Depuis la fermeture de la SIDEC, les salles ont été reprises par des structures privées qui ne disposent pas des ressources nécessaires pour en assurer le bon fonctionnement. Il en résulte de nombreux dysfonctionnements qui altèrent la qualité du service proposé et donc le niveau de fréquentation. Barlet (2005) identifie quatre faits saillants :

---

<sup>8</sup> Cf. Barlet (2005), p.6.

- Traitement du personnel (salaires très bas et formation continue presque inexistante, notamment des projectionnistes)
- Entretien de la salle (vétusté du matériel, insalubrité et sécurité des lieux)<sup>9</sup>.
- Difficultés d'approvisionnement en films : la plupart des sociétés de distribution de films au Sénégal sont affiliées à des majors européennes ou américaines qui leur livrent des films par package. Ce phénomène implique une faiblesse d'ensemble de la qualité offerte.
- Un maillage géographique du territoire inefficace. Depuis le désengagement de l'Etat du secteur marchand, la grande majorité des salles de la périphérie, surtout des régions, a fermé. Ainsi, le Sénégal est passé d'un circuit de soixante-quinze salles environ dans les années 1970 à une quinzaine aujourd'hui. A Dakar, où on ne trouve qu'une dizaine de salles pour trois millions d'habitants, il n'y a par exemple qu'une seule salle aux Parcelles Assainies, quartier parmi les plus peuplés. De même, Pikine ne dispose que de deux salles. Les autres grandes zones, qui sont presque érigées aujourd'hui en municipalités, ne disposent pas de salles de cinéma. En dehors des quelques salles de quartier qui ont pu trouver des financements pour être réhabilitées, seul « Le Paris » offre un programme de qualité. Les problèmes de transport à Dakar empêchent le public de revenir en soirée en ville voir un film dont l'entrée est en outre trop chère pour le Sénégalais moyen. Il en résulte une importante prolifération de salles de projection vidéo clandestines ou informelles.

**Tableau 12 : Les caractéristiques de l'exploitation en salles**

	Nombre d'entrées en salles (millions)		Entrées par habitant (2004)
	1994	2004	
Inde	3 380	3 591	3,3
Egypte	12,9	24,5	0,3
Colombie	26,4	16,2	0,4
Mexique	69	165	1,6
Cambodge	nd	Nd	Nd
Lettonie	1,6	1,7	0,8
Jordanie	Nd	nd	
Sénégal	Moins de 1 million	0,8	0,1
Burkina Faso	3,5-5	1,5-2	0,1
Nigeria	Np	Np	Np
USA	1 292	1 536	5,2
Canada	83,8	118,2	3,7
Union européenne	684	915,2	2,4

Source : Screen Digest.

<sup>9</sup> Le programme Africa Cinémas (financé par l'AIF, l'UE, le MAE et le CNC français) tente d'apporter des solutions en participant au renouvellement des infrastructures de certaines salles à Dakar (U3, El Hadj, Médina).

La situation des principaux marchés audiovisuels révèle de nombreuses disparités entre les pays de notre échantillon. Celles-ci concernent d'abord le montant des ressources financières. Avec des ressources globales de plus de 3 milliards de dollars, la télévision mexicaine s'impose ainsi comme l'un des principaux marchés au niveau international. Sa situation contraste singulièrement avec la position des diffuseurs africains, cambodgiens, lettons. Dans leur cas, le poids des ressources télévisuelles dans le PNB atteste d'un sous-financement chronique au regard des normes des pays de l'OCDE à revenu élevé.

Ces disparités financières s'expriment également au niveau des ressources mobilisées au sein de la production cinématographique domestique. A ce niveau, les seuls investissements de la production cinématographique indienne excèdent largement l'ensemble des ressources mobilisées par les neuf autres pays de notre échantillon pour le financement de leur cinématographique domestique.

Les divergences concernent également l'organisation structurelle du marché des programmes. Certains pays (Mexique, Colombie, Jordanie, Egypte) privilégient ainsi un mode de production des programmes assuré en interne par les diffuseurs. A l'inverse, d'autres pays s'appuient sur un processus fondé sur l'indépendance de la production. Celle-ci s'impose alors soit comme la conséquence d'une évolution impulsée par le marché (Inde), soit comme la résultante d'un choix politique affirmé par une réglementation pointue (Lettonie), soit comme le résultat du manque de ressources des diffuseurs (pays africains, Cambodge). Dans ce dernier cas, l'indépendance des producteurs peut toutefois s'accompagner d'une certaine proximité (d'ordre technique) avec les diffuseurs (pays africains). De même, la défaillance financière des diffuseurs se solde généralement par une intrusion importante des ONG ou des organismes de coopération dans le financement des œuvres.

## SECTION II. LES COÛTS DE PRODUCTION DES ŒUVRES AUDIOVISUELLES

### II.1. Précisions méthodologiques

L'obtention des données relatives aux coûts de production des œuvres audiovisuelles s'est avérée délicate. Dans de nombreux pays de notre échantillon, l'industrie de production de programmes audiovisuels de stock est généralement peu structurée. La fabrication des œuvres relève ainsi largement de l'économie informelle. Dans ces conditions, certaines informations n'ont pu être renseignées pour la simple raison qu'elles concernaient des données qui n'existent pas.

Par ailleurs, lorsque ces données existent, les producteurs sont peu enclins à les communiquer en raison de leur nature stratégique. A ce titre, les données obtenues doivent être considérées avec une grande prudence. En effet, bien souvent, et il ne s'agit pas là d'une caractéristique purement spécifique aux pays en voie de développement, elles s'avèrent fortement éloignées de la réalité économique des productions : le producteur cherchant à maximiser l'apport des investissements externes (publics comme privés) tend généralement à gonfler artificiellement son devis.

*Tableau 13 : Récapitulatif des données obtenues selon le genre et les pays*

	Nigeria	Sénégal	Burkina Faso	Inde	Cambodge	Egypte	Jordanie	Lettonie	Mexique	Colombie
Œuvre cinématographique	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Partiel	Oui	Oui	Oui
Fiction TV	Non	Court-métrage	Oui	Oui	Oui	Non	Partiel	Oui	Oui	Oui
Documentaire	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Partiel	Oui	Non	Oui
Magazine	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Oui	Partiel	Oui	Oui	Oui
TV Show	Oui	Non	Oui	Oui	Oui	Oui	Partiel	Non	Non	Non
Animation	Non	Non	Non	Non	Oui	Non	Non	Oui	Non	Oui

La nature des données obtenues diffère sensiblement selon les pays. A l'exception du Nigeria et de la Jordanie (données moyennes sur la base d'une analyse d'un échantillon d'œuvres), les dépenses mentionnées correspondent à la structure de coût d'une œuvre précise. Celle-ci est censée refléter les normes moyennes de la production domestique. L'exemple retenu peut néanmoins s'éloigner de cet objectif. Ainsi, le long-métrage cambodgien correspond à la plus grosse production domestique initiée en 2005.

De même, l'exemple du documentaire colombien se distingue des critères de production classiques dans la mesure où il s'agit d'une coproduction en partenariat avec les Etats-Unis financée intégralement par des ressources américaines. Toutefois, sur ce cas, le montant des

dépenses effectuées sur le territoire colombien, qui sont celles mentionnées dans la fiche, vérifie les principales caractéristiques des productions domestiques. En revanche, le documentaire colombien ne peut prétendre refléter les conditions de production standard au niveau local. Il s'appuie sur un budget considérable, supérieur au budget moyen des longs métrages cinématographiques.

Un autre biais intervient et compromet une analyse fondée sur la comparaison entre les pays de notre échantillon. Il concerne plus particulièrement les œuvres audiovisuelles. Dans certains cas, celles-ci sont produites en interne par le diffuseur (cas notamment du TV Show et du magazine mexicain), ce qui implique le recours au matériel technique des studios de la chaîne, le recours au personnel salarié de la chaîne...Autant d'éléments qui contribuent à réduire le coût de production considéré.

Par ailleurs, l'économie d'ensemble de la production audiovisuelle, de stock comme de flux, révèle un lien direct entre le positionnement du programme au sein de la programmation du diffuseur (qui définit son niveau de recettes potentiel et donc sa rentabilité d'ensemble) et son coût de production. Or, les programmes étudiés dans les différents pays ne visent pas forcément les mêmes cases horaires, ce qui implique un écart de coût naturel ne renvoyant en aucun cas à des conditions de production spécifique. Enfin, certains correspondants n'ont pas été en mesure de renseigner les coûts de production pour certains genres, ou alors de façon trop incomplète pour pouvoir les exploiter (cf. Tableau 13).

Cette hétérogénéité compromet la pertinence d'une analyse comparative des coûts de production des différents genres entre les pays de l'échantillon. A ce niveau, la seule comparaison susceptible de mettre en perspective de manière crédible nos résultats s'appuie sur les données moyennes dont nous disposons pour la production audiovisuelle française (cf. Tableaux 14 et 15).

**Tableau 14 : Structure des coûts de la production audiovisuelle française 2004**

US\$	Œuvres cinématographiques	Fiction TV	Documentaire	Animation
<b>Rémunérations</b>				
Droits artistiques	578 336	72 061	20 667	57 491
Personnel	1 736 099	233 037	47 160	142 788
Interprétation	883 078	162 868	1 209	21 418
Charges sociales	904 704	170 264	25 559	59 745
<b>Technique</b>				
Moyens techniques	826 336	108 350	41 278	320 897
Pellicules-laboratoires	390 848	-	-	-
<b>Tournage</b>				
Décors-costumes	687 456	86 680	0 440	
Transports, défraiements, régie	742 016	84 616	19 677	16 158
Assurances et divers	464 256	33 365	6 376	33 818
Autres	456 320	70 169	12 477	52 230
<b>Total</b>	<b>7 670 144</b>	<b>1 021 409</b>	<b>174 842</b>	<b>704 545</b>

Source : CNC (2005). Données moyennes obtenues sur l'ensemble de la production audiovisuelle française.

**Tableau 15 : Poids des différents postes de dépenses  
selon les différents genres de la production audiovisuelle française en 2004**

	Œuvres cinématographiques	Fiction TV	Documentaire	Animation
Droits artistiques	7,5%	7,1%	11,8%	8,2%
Personnel	22,6%	22,8%	27,0%	20,3%
Interprétation	11,5%	15,9%	0,7%	3,0%
Charges sociales	11,8%	16,7%	14,6%	8,5%
Moyens techniques	10,8%	10,6%	23,6%	45,5%
Pellicules- laboratoires	5,1%	0,0%	0,0%	0,0%
Décors-costumes	9,0%	8,5%	0,0%	0,0%
Transports, défraiements, régie	9,7%	8,3%	11,3%	2,3%
Assurances et divers	6,1%	3,3%	3,6%	4,8%
Autres	5,9%	6,9%	7,1%	7,4%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

Néanmoins, certaines constantes apparaissent entre les pays. En effet, si la gamme de coûts recensés selon les genres varie fortement entre les pays, la hiérarchie des genres selon le coût/minute révèle une certaine homogénéité (cf. Tableau 16). Dans la majorité des cas, le coût des œuvres de stock excède largement celui des œuvres de flux. Seule l'Inde déroge à ce principe. Le coût de production/minute du documentaire indien retenu (288 \$/minute) est ainsi inférieur à celui du magazine (333 \$/minute).

Au sein des œuvres de stock, les longs-métrages cinématographiques s'imposent comme les productions les plus coûteuses. La gamme des devis s'étale ainsi de 55 000 \$ dans le cas du Nigeria à 650 000 \$ pour la production indienne. Sur ce segment, la distribution des devis selon les pays est étroitement corrélée à la taille du marché de la fréquentation. Le film indien est le plus onéreux, devant les productions mexicaine, égyptienne, lettonne, burkinabée et

Colombienne. Dans le cas du Burkina Faso et de la Lettonie, la mobilisation de ressources conséquentes, au regard d'une fréquentation des salles modeste, témoigne de l'impact direct de mécanismes de soutien public (Lettonie) ou de modes de financement basé sur la coproduction internationale (Burkina Faso).

L'intrusion de mécanismes de financement éloignés de la simple dynamique de marché explique également la cherté relative observée sur le segment du documentaire. Certes pour chaque pays, et ce à l'image de la situation française, l'ensemble des documentaires étudiés dans le cadre de cette étude présente un coût de production global largement inférieur à ceux des longs-métrages cinématographiques et des fictions télévisuels.

Pourtant, une analyse des coûts de production par minute révèle pour de nombreux pays une cherté du documentaire relativement proche (voire supérieure dans le cas de la Lettonie) de celle de la fiction télévisuelle et ou du long-métrage cinématographique (cf. Tableau 16). Cette proximité entre les coûts de production/minute concerne l'Inde (documentaire vs fiction télévisuelle), la Lettonie (documentaire vs fiction télévisuelle), l'Égypte (documentaire vs long-métrage cinématographique), le Nigeria (documentaire vs long-métrage cinématographique) et le Cambodge (documentaire vs fiction télévisuelle).

Une convergence d'autant plus prégnante que, pour de nombreux pays, la fiction télévisuelle, à la différence du documentaire, est produite en interne par le diffuseur commanditaire, ce qui implique une minimisation des dépenses relatives aux Moyens Techniques.

Une telle situation illustre parfaitement la spécificité de la production du documentaire dans les pays de notre étude. Pour la plupart d'entre eux, il n'existe pas de marché structuré sur ce genre. De fait, les principaux diffuseurs (à l'exception des chaînes publiques) ne recourent que très modestement à la programmation de documentaires.

Dans ces conditions, l'économie du documentaire est largement conditionnée par des financements publics ou parapublics (ONG, organisations internationales, coproduction internationale avec un financement assuré en grande partie par des systèmes d'aides). Il en résulte des pratiques tarifaires déconnectées des mécanismes du marché qui prévalent généralement dans le cas de la fiction télévisuelle ou de la production cinématographique.

**Tableau16 : Récapitulatif des devis communiqués et du coût/minute selon les genres et les pays**

	Ressources télévisuelles (Mds\$)	Entrées salles	Œuvre cinématographique		Fiction TV		Documentaire		Magazine		TV show	
			Budget Total (\$)	Coût/mn (\$)	Budget Total (\$)	Coût/mn (\$)	Budget Total (\$)	Coût/mn (\$)	Budget Total (\$)	Coût/mn (\$)	Budget Total (\$)	Coût/mn (\$)
Mexique	3,3	165	612 670	6 807	Np	Np	Nd	Nd	Np	Np	Nd	Nd
Inde	2,7	3 591	650 000	5 285	10 000	385	8 650	288	12 000	333	4 000	89
Colombie	0,8	16,2	224 791	2 498	40 000	1333	1 057 142	Np	4 000	67	Nc	Nc
Egypte	0,2	24,5	391 600	4 351	Nd	Nd	34 700	2313	10 195	255	15 370	342
Lettonie	<0,05	1,7	344 784	3 830	23 189	446	77 129	1 483	1 340	52	Nc	Nc
Nigeria	<0,05	Np	55 000	458	Nd	Nd	35 000	389	10 000	333	10 000	222
Sénégal	<0,05	0,8	131 555	1 462	Nd	Nd	14 034	540	1 170	26	Nd	Nd
Burkina Faso	<0,05	1,5-2	292 423	3 249	404 922	15 573	18 560	714	9 008	Nd	9 008	Nd
Cambodge	<0,05	Nd	100 000	1 111	13 000	500	7 500	500	2 000	67	2 500	17
Jordanie	<0,05	Nd	Np	Np	Np	Np	Np	Np	Np	Np	Np	Np

## II.2. Les coûts de production des œuvres audiovisuelles des pays d'Amérique latine

### II.2.1. Le Mexique

**Tableau 17 : Les coûts de production des œuvres audiovisuelles mexicaines**

US \$	Cas 1 : Œuvre cinématographique	Cas 2 : Fiction TV, soap opera	Cas 3 : Magazine
Support	35 mm	Betacam	Betacam
Durée	90 mn	50 minutes Lundi au vendredi 16h00 –17h00	180mn Lundi au vendredi 11h00-13h00
<b>Coûts de production</b>			
<b>1. Développement du projet</b>			
Scénario	Cf. Note 1	350 par épisode	-
Repérages pour les tournages en extérieur	1 500	800	-
Autorisations de tournage	23 000	750 à 850 par mois	-
Analyse de faisabilité	1 500	-	-
Autres dépenses	-	-	-
<b>2. Equipe de production</b>			
Réalisateur	50 000	900 par mois	900 par mois
Assistant réalisateur / régisseur	17 000	500 par mois	850 par mois
Scénariste	35 000	350 par mois	350
Directeur de production	18 000	750 par mois	1500 par mois
Régie	-	-	-
Maquilleur	10 000	1 000 par mois	800 par mois
Effets spéciaux	23 000	450 par mois	-
Habilleur - costumier	10 800	350 par mois	900 par mois
Décorateur	14 000	750 par mois	800 par mois
Comptable	20 000	1000 par mois	750 par mois
Autre personnel de production	-	-	-
<b>3. Equipe technique</b>			
Caméraman	28 000	900 par mois	900 par mois
Assistant Caméraman	10 800	400 par mois	400 par mois
Ingénieur du son	7 000	750 par mois	750 par mois
Ingénieur éclairagiste	Cf. Note 2	700 par mois	700 par mois
Ingénieurs assistants	Cf. Note 2	500 par mois	500 par mois
Electricien	Cf. Note 2	500 par mois	500 par mois
Autre personnel technique	-	-	-
<b>4. Interprétation</b>			
Casting	30 000	4500	
Acteurs	45 000	35-750 par épisode	1 500-2 500
<b>5. Matériel</b>			
Caméras	65 000	-	-
Matériel d'enregistrement	Cf. Note 2	-	-
Eclairage	Cf. Note 2	-	-
Machines	Cf. Note 2	-	-
<b>6. Logistique</b>			
Chauffeurs	100 par jour (sur une base mensuelle)	-	-
Frais de déplacements	-	-	-
Hébergement des équipes	-	-	-
Autres frais	-	-	-
<b>7. Versement de droits</b>			

Achat / dépôt du copyright	50	-	-
Achat de séquences / métrage	1 500	-	-
Droits d'adaptation	Très rare	-	-
Droits sur le son	1 500	750	-
Droits musicaux	1 500	1500	-
Musique originale	15 000	1500	-
Autres droits	-	-	-
<b>8. Autres dépenses</b>			
Assurances	28 000	-	-
Communication	-	-	-
Pourboires	-	-	-
Mobilier	8 000	950 (+ ou - 200 )	-
Autres	-	-	-
<b>9. Post production</b>			Programme en direct
Coût du studio	15 000	-	-
Cachet du monteur	20 000	850 par mois	-
Mixage du son	38 000	900 par mois	-
Cachet de l'ingénieur du son	Cf. Note 2	850 par mois	-
Tirage des copies	1300 par copie	-	-
Laboratoire	35 000	-	-
Doubleage / sous-titrage	120	-	-
<b>Total*</b>	612 670	20 600 par mois, hors dépenses de comédiens	11 600 par mois

Note 1.- La plupart des réalisateurs écrivent leurs propres scénarios et lèvent les fonds sur cette base. Il n'y a pas de place véritablement pour des scénaristes. Guillermo Arriaga (vainqueur à Cannes et scénariste de "Amores Perros") est le seul, mais il travaille aujourd'hui au développement de projets à Hollywood.

Note 2.- Les cachets des ingénieurs du son et des équipes sont inclus dans les coûts d'équipement.

\*Le devis total est celui mentionné par les producteurs, il peut ne pas correspondre à la somme des dépenses mentionnés pour chaque poste. Les pourcentages calculés dans le tableau sur la structure des coûts s'appuient sur le devis obtenu en sommant les différentes dépenses mentionnées.

**Tableau 18 : Structure des coûts de production des oeuvres audiovisuelles mexicaines**

	Œuvre cinématographique	Fiction TV	Magazine
Droits artistiques <sup>1</sup>	7,8%	Np	Np
Personnel	46,0%	Np	Np
Interprétation	13,1%	Np	Np
Moyens techniques	11,3%	Np	Np
Pellicules-laboratoire	15,3%	Np	Np
Transports, défraiements, régie	0,2%	Np	Np
assurances, divers	6,3%	Np	Np
Total	100,0%	Np	Np

1. Les droits artistiques intègrent l'ensemble des Versements de droits et les dépenses relatives au développement du projet.

### **Les coûts de production d'une œuvre cinématographique**

Le projet retenu illustre parfaitement la difficulté de réunir un financement et les complexités d'un tournage pour les réalisateurs indépendants, peu connus et peu soutenus par les mécanismes publics. Tourné en 35 mm, la fabrication du film s'est étalée sur trois ans (du développement au montage final) pour un budget global de 612 670 \$ (soit moitié moins que le budget moyen des films mexicains).

Près de 60% des dépenses correspondent au versement des salaires. A ce niveau, les dépenses de personnel captent l'essentiel des ressources. Encore, le poids de ce poste est largement sous-évalué dans la mesure où les dépenses relatives à de nombreux techniciens sont intégrés dans le coût de location du matériel et donc imputés au sein du poste Moyens Techniques.

Les principales rémunérations sont celles du réalisateur (50 000\$), du scénariste (35 000\$) et du caméraman (28 000\$). Malgré, le budget restreint au regard des normes mexicaines, les rémunérations des personnels techniques et de production paraissent conséquentes par rapport à celles de leurs homologues colombiens (cf. Infra).

La majeure partie des dépenses de Laboratoire-Pellicule est supportée par les frais de laboratoire (35 000\$). Comme pour la plupart des films mexicains, ceux-ci sont effectués à l'étranger, alors qu'il existe un laboratoire de post-production très compétitif à Mexico (New Art Digital).

### **Les coûts de production de la fiction télévisuelle**

En matière de fiction télévisuelle, le genre prédominant est naturellement le soap ou la telenovela dont le Mexique est le principal producteur. La fiction unitaire est quasi-inexistante. Produit en interne par TV Azteca, le projet retenu s'éloigne quelque peu des standards scénaristiques traditionnels du soap tant dans la forme que sur le fond.

Les personnels de production et les personnels techniques mobilisés sur ce projet sont des salariés de TV Azteca. Leurs rémunérations correspondent donc à leur salaire mensuel. Faute d'informations précises sur le nombre d'épisodes susceptibles d'être réalisés chaque mois, il est impossible de chiffrer le budget réel d'un épisode de cette série.

Le seul élément chiffré disponible est la dépense mensuelle supporté pour la production : 20 600\$. Ce montant est toutefois incomplet car il n'intègre pas les dépenses inhérentes aux comédiens. En effet, contrairement à l'ensemble du personnel, les comédiens sont rémunérés à l'épisode (entre 35 et 750\$ par épisode).

En supposant que 4 épisodes sont susceptibles d'être tournés chaque mois (hypothèse prudente), la rémunération des têtes d'affiche (3000 \$/mois) est donc élevé au regard des autres postes (le salaire le plus élevé étant celui du maquilleur à 1000\$/mois).

### **Les coûts de production du magazine**

La production du magazine relève du même processus de production que la série télévisuelle étudiée précédemment. Produite en interne par TV Azteca, elle s'appuie sur les ressources humaines et techniques de la chaîne. Les invités sont rémunérés sur une base relativement similaire à celle des têtes d'affiche du soap. Il s'agit d'une émission diffusée en direct, ce qui implique l'absence de coût de post-production. La comparaison entre les rémunérations des personnels de TV Azteca mobilisés sur la production de fiction télévisuelle et celles des personnels travaillant sur ce magazine fait apparaître certains écarts. Le plus flagrant concerne la rémunération du directeur de production du magazine, le double de celle de son homologue de la série télévisée.

## II.2.2. La Colombie

Tableau 19 : Les coûts de production des oeuvres audiovisuelles colombiennes

US \$	Cas 1 : Œuvre cinématographique	Cas 2 : Fiction TV	Cas 3 : Documentaire	Cas 4 : Magazine
Support	HD	DVCam	35mm-Formats vidéo	Betacam
Durée	90 - 95 minutes	30 minutes Lundi au vendredi 18h30 (soap pour adolescents)	100 mn	60 minutes 250 émissions/an, journalier, 15h00-16h00
<b>Coûts de production</b>				
<b>1. Développement du projet</b>				Les prix sont données sur une base mensuelle pour 22 épisodes
Scénario	Environ 13 000	3 scénaristes à 440 par épisodes	27 486	1760
Repérages pour les tournages en extérieur	35 000	-	60 000	0
Autorisations de tournage	Souvent gratuit	-	0	0
Analyse de faisabilité	-	-		
Autres dépenses	-	-	18 612	
<b>2. Equipe de production</b>				
Réalisateur	17 500	1 319 par épisode	47 000	1 407
Assistant réalisateur / régisseur		879 par épisode	697	400
Scénariste	1.840 (22 jours)	198 par épisode	-	0
Directeur de production	5 680	1 319 par épisode	13 000	967
Régie	--			700
Maquilleur	4 000 (stylistes-37 jours de tournage) 1 250 (assistant-22 jours de tournage)	275 par épisode	2 510	484
Effets spéciaux	-	-	-	-
Habilleur – costumier	2 500 (22 jours de tournage)	275 par épisode	-	615
Décorateur	4 772	330 par épisode	-	-
Comptable	900	-	-	-
Autre personnel de production	-	-	1 255	15 999
<b>3. Equipe technique</b>				
Caméraman	10 000 (37 jours de tournage)	659 par épisode	18 000	Intégré dans les frais de studio
Assistant Caméraman	2 850 (22 jours de tournage)	55 par épisode	3 660	Intégré dans les frais de studio
Ingénieur du son	6 500 (22 jours de tournage)	110 par épisode	5 600	Intégré dans les frais de studio
Ingénieur éclairagiste	2 514 (22 jours de tournage)	71 par épisode	-	Intégré dans les frais de studio
Ingénieurs assistants	1 820 (22 jours de tournage)	55 par épisode	-	Intégré dans les frais de studio
Electricien	1 690 (22 jours de tournage)	132 par épisode	-	Intégré dans les frais de studio
Autre personnel technique	-	-	-	Intégré dans les frais de studio
<b>4. Interprétation</b>				
Casting	3 100	200 par épisode	-	-

Acteurs	Les deux acteurs principaux : 5 000 chacun Les autres acteurs : 1 500 à 3 500.	2 acteurs titres à 1 648 par numéro. 8 second-rôles à 880 par numéro. 6 petits rôles à 220 chacun par numéro. 4 rôles à 110 par numéro. 6 rôles à 55 par numéro. Figurants à 21 par numéro 4 doublures à 55 par numéro.	8 303	4 661
<b>5. Matériel</b>				
Caméras	20 000	500 par épisode	15 691	Intégré dans les frais de studio
Matériel d'enregistrement	Intégré dans le poste Ingénieur du son	250 par épisode	8 500	Intégré dans les frais de studio
Eclairage	8 580	400 par épisode	16 475	Intégré dans les frais de studio
Machines	4 500 (générateur 50 kw pour 22 jours de tournage)			Intégré dans les frais de studio
<b>6. Logistique</b>				
Chauffeurs	Inclus dans les coûts de transport	500 par épisode	Intégré dans les coûts de transport	
Frais de déplacements	75/jour pour les camions 42/jour pour un van 50/jour un mini-bus	750 par épisode	7 183	3 516
Hébergement des équipes	10 818 pour 22 jours de tournage	-	13 808	6 154
Autres frais	-	500 par épisode	74 849	14 550
<b>7. Versement de droits</b>				
Achat / dépôt du copyright	-	-	-	-
Achat de séquences / métrage	-	-	26 153	-
Droits d'adaptation	-	-	-	-
Droits sur le son	-	-	-	-
Droits musicaux	-	-	8 717	530
Musique originale	-	2 200 par épisode	6 974	-
Autres droits	-	-	13 075	-
<b>8. Autres dépenses</b>				
Assurances	20-25 par personne	28 par épisode	3 487	-
Communication	4 500	750 par épisode	-	3 956
Pourboires	-	-	-	-
Mobilier	11 605	-	-	440
Autres	8 800	-	-	-
<b>9. Post production</b>				
Coût du studio		450 par épisode	5 230	1 250
Cachet du monteur	8 000	275 par épisode	10 461	800
Mixage du son	10 990	400 par épisode	13 687	500
Cachet de l'ingénieur du son	Intégré dans le poste précédent	275 par épisode	Intégré dans le poste précédent	
Tirage des copies	-	-	-	970
Laboratoire	-	-	50 000	-
Doublage / sous-titrage	Nd	-	4 562	-
<b>Total*</b>	224 791	40 000 par épisode	1 057 142 Coproduction entre - la société espagnol Plural (75,38%) - la société colombienne RCN (13,67%) - les réalisateurs (10,96% restants)	84 395 par mois 4 000 par épisode

\*Le devis total est celui mentionné par les producteurs, il peut ne pas correspondre à la somme des dépenses mentionnés pour chaque poste. Les pourcentages calculés dans le tableau sur la structure des coûts s'appuient sur le devis obtenu en sommant les différentes dépenses mentionnées.

**Tableau 20 : Structure des coûts de production des oeuvres audiovisuelles colombiennes**

	Œuvre cinématographique	Fiction TV	Documentaire	Magazine	TV Show	Animation
Droits artistiques <sup>1</sup>	21,2%	16,4%	33,2%	3,9%	Nd	41,5%
Personnel	28,0%	35,1%	20,5%	7,7%	Nd	37,0%
Interprétation	8,9%	18,6%	1,7%	7,0%	Nd	18,7%
Moyens techniques	14,7%	7,1%	8,4%	22,3%	Nd	0,0%
Pellicules-laboratoire	8,4%	7,7%	16,3%	5,9%	Nd	2,7%
Transports, défraiements, régie	6,4%	10,3%	19,2%	41%	Nd	0,0%
assurances, divers	11,0%	4,8%	0,7%	12,2%	Nd	0,0%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	Nd	100,0%

1. Les droits artistiques intègrent l'ensemble des Versements de droits et les dépenses relatives au développement du projet.

### **Les coûts de production de l'œuvre cinématographique**

L'œuvre analysée est une coproduction réalisée en partenariat avec les Etats-Unis. Elle présente la particularité d'être intégralement financée par des ressources américaines. 70% du temps de tournage a été effectué sur le territoire colombien, les 30% restants étant réalisé aux Etats-Unis. Pourtant, les coûts sont répartis équitablement entre les deux pays, soulignant ainsi l'économie substantielle réalisé par la période de tournage en Colombie, et ce alors que paradoxalement les équipes et le matériel techniques en Colombie étaient d'une qualité supérieure à celle des Etats-Unis.

De fait, si la location du matériel en Colombie se pratique à des prix voisins de ceux pratiqués aux USA, des remises substantielles (jusqu'à 75%) sont courantes pour les longs-métrages menant à des prix très avantageux au regard des Etats-Unis. Dans le cadre de ce projet, la location d'une caméra Sony CineAlta 900 HD pour 37 jours de tournage en Colombie a coûté 20 000 \$, alors qu'il faut compter entre \$ 1 200 et \$ 1 500 par jour aux USA (soit entre 44 400 et 55 500 \$ pour 37 jours).

De même, la location de l'ensemble du matériel relatif à l'éclairage pour le tournage en Colombie s'est soldé par un coût de 8 580 \$ (grâce à la remise de 75%), alors que sur la base du taux journalier officiel le poste aurait été budgété à 34 320 \$.

L'ensemble du travail de post-production n'étant pas achevé au moment de la communication des données, cette production devrait afficher un coût de production global de 560 000 \$. Il s'agit donc d'une norme haute au regard du budget moyen des longs-métrages colombiens (entre 100 000 et 200 000 \$ en 2004).

Pourtant, si l'on se concentre, comme c'est le cas au sein de notre présentation, sur les seules dépenses effectuées en Colombie, le coût de production correspond à la moyenne nationale. Il s'élève en effet à 224 791 \$. En ce sens, il reflète parfaitement les conditions de production classiques d'un long métrage colombien plutôt haut de gamme.

D'ailleurs, plusieurs postes dont les dépenses étaient effectuées aux Etats-Unis ont été intégrées sur la base des coûts moyens colombiens. Ainsi, la post-production sonore sera intégralement réalisée à Miami. Pourtant, nous les avons intégré dans le devis du film sur la base des tarifs colombiens : les services d'un studio local (approuvé Dolby et équipé avec des logiciels pro) se chiffre généralement à \$ 10 990. Ce prix comprend la re-synchronisation de tous les dialogues, le montage des bandes sons et le mixage final, suivant les spécifications Dolby et la rémunération de l'ingénieur du son.

Sur ces bases, les dépenses de personnel constituent le principal poste de dépenses avec 28% du devis du film. A ce niveau, la production colombienne se situe dans la norme française. En leur sein, le réalisateur affiche la rémunération la plus conséquente, loin devant le chef opérateur ou devant le directeur de production. A lui seul, il représente près de 30% de l'ensemble des dépenses de personnel. Cette suprématie s'affirme également par rapport aux comédiens.

Le poids de ces derniers dans le devis du film est inférieur de près de trois points à celui de leurs homologues français. Les deux principaux comédiens du film ont ainsi touché 5 000 \$ chacun, soit trois fois moins que le salaire du réalisateur. Surtout, l'écart de rémunération entre les têtes d'affiche et les seconds rôles s'avère modeste. Sur cette base, il semble que, contrairement à la France ou aux Etats-Unis, le marché des comédiens en Colombie ne soit soumis à des phénomènes de superstars (où une poignée d'acteurs concentre la majorité des recettes).

En fait, en Colombie, le marché des comédiens est très peu structuré : il n'existe pas de syndicats, ni de cachet minimum, ce qui limite d'autant leur pouvoir de négociation avec les producteurs. Cette sous-représentation des dépenses de comédiens s'effectue au bénéfice du matériel technique. Celui capte 14,7% du devis, contre 10,8% dans le cas d'un film français, et ce malgré des tarifs largement préférentiels et un tournage en numérique haute définition (alors que l'essentiel des longs-métrages français sont tournés en 35 mm).

Le poste Assurances et divers intègre notamment les dépenses relatives aux décors, accessoires et costumes. Ces dernières constituent les véritables « trous noirs » des budgets

colombiens dans la mesure où il est difficile de vérifier le caractère effectif de ces dépenses. Ainsi, le département costume affiche un montant de dépenses de 8 800 \$, alors que trois marques ont fourni l'essentiel de la garde-robe et que la chaîne Caracol TV a prêté un grand nombre d'habit pour les figurants.

Les dépenses de post-production se limitent au travail sur le son (cf ci-devant). Les coûts de laboratoires ne sont pas intégrés, mais sont par nature limités dans la mesure où le tournage s'est fait en HD. Ils correspondent au final cut intermédiaire numérique, du processus Arrilaser de transfert HD vers le 35 mm (qui sera effectué au Canada) et du tirage des bobines 35 mm. A ce niveau, les tarifs qui s'appliquent pour les productions colombiennes sont les prix mondiaux standards, la Colombie n'ayant pas de laboratoire de duplication. Cette opération s'effectue généralement au Mexique, au Venezuela ou aux Etats-Unis.

Outre l'exploitation traditionnelle en salles, la plupart des films colombiens sont diffusés sur les deux grandes chaînes privées. Ces dernières utilisent un système de barter et échangent des espaces publicitaires gratuits pendant l'exploitation des films en salles contre un droit de diffusion exclusif. Il n'existe donc pas de structure de prix fixe. Cependant, la chaîne gouvernementale, Señal Colombia, paie \$ 1 700 pour 4 diffusions de vieux films colombiens des années 1960.

Par ailleurs, longtemps limitée, voire inexistante, l'édition vidéo des films domestiques commence à se développer. En octobre 2005, la société Circulo de Lectores, spécialisée dans l'édition littéraire, a sorti une collection DVD de 16 grands films colombiens des 20 dernières années. Toutefois, elle représente la seule enseigne de distribution des films domestiques en DVD.

Les dépenses de promotion des longs-métrages colombiens varie entre 15 000 et 150 000\$ selon le potentiel commercial de l'œuvre. La promotion est généralement centralisée par un attaché de presse, dont le salaire peut s'élever de \$ 660 à \$ 1 760 (ce prix inclut les copies des documents de travail, les envois à la presse et aux différents medias, les rendez-vous avec les diffuseurs et les stations radiophoniques, les conférences de presse, l'organisation d'une projection en avant première pour des invites choisis).

La publicité directe dans la presse consiste essentiellement en des achats d'espaces dans le journal El Tiempo. Certains films utilisent des pages publicitaires dans les magazines nationaux comme Semana, Cromos, Cambio, Soho... Le budget classique d'une campagne de presse se situe entre 30 000 et 40 000\$.

### **Les coûts de production de fiction télévisuelle**

Le projet retenu est représentatif des conditions de production d'un soap opéra colombien. Diffusé par RCN à 18h00, il affiche un devis se situant plutôt dans la moyenne basse (en accord avec les ressources publicitaires générées par son heure de diffusion). A ce niveau, les écarts budgétaires entre les différentes productions domestiques sont conditionnés par la célébrité des comédiens et par la présence d'acteurs étrangers (affichant généralement des salaires trois à quatre fois supérieurs à ceux des comédiens domestiques) afin de favoriser la commercialisation internationale.

A la différence des œuvres cinématographiques, les comédiens sont en effet un élément clé du succès potentiel d'une telenovela. Sur ce genre, les relations comédiens/producteurs sont donc largement en faveur des premiers et conditionnées par d'importants phénomènes de superstars.

Cette caractéristique se retrouve dans le poids du poste comédiens dans les dépenses globales (18,6%). Avec 1 648\$ par épisode, les deux principaux comédiens affichent la meilleure rémunération de l'ensemble de l'équipe. Ils devancent le réalisateur et le directeur de production (1 319\$ par épisode).

Le faible poids des moyens techniques révèle le degré d'industrialisation élevé qui sous-tend l'économie de ce genre de programmes. La production et la réalisation sont généralement assurées en interne par le diffuseur ou par un studio de production lié contractuellement au diffuseur. Dans ces conditions, les moyens techniques sont à disposition, les coûts se limitant au processus normal d'amortissement du matériel.

### **Les coûts de documentaires**

Depuis trois ans, la production de documentaires pour la télévision traverse une crise importante en Colombie. Ces difficultés sont en grande partie imputable à la crise de la chaîne culturelle gouvernementale Senal Colombia. Auparavant, elle était le principal diffuseur de ce type de programmes. Elle produisait notamment quatre à cinq heures de documentaires pour une diffusion en prime-time.

Faute de diffuseurs, les documentaires initiés par des producteurs indépendants sont très rares. Dans ces conditions, le projet retenu n'est aucunement représentatif de la production moyenne colombienne. Il s'agit d'une coproduction internationale (Espagne/Colombie) très ambitieuse (destiné à une exploitation en salles) qui affiche un budget supérieur à 1 M\$, soit un montant supérieur au budget moyen d'une œuvre cinématographique colombienne et près de 10 fois

supérieur au budget moyen d'un documentaire français. Par ailleurs, il présente la particularité de comporter des scènes de fiction, recourant ainsi à des dépenses de comédiens.

Les droits artistiques constituent le principal poste de dépenses, loin devant les dépenses de personnel. L'essentiel des dépenses relatives à ce poste relève de multiples voyages entre l'Europe et la Colombie dans le cadre d'opérations de repérage (60 000\$). A cela s'ajoute le versement de droits pour l'utilisation de séquences d'actualités et de films privés (26 150\$). Les dépenses pour la musique originale (6 974\$) correspondent à l'embauche d'un groupe de musique colombien célèbre.

La part des dépenses de transports, défraiements et régies est également anormalement élevée pour un documentaire. Cette anomalie résulte en grande partie des coûts de transports importants (plus de 37 000\$) liés à la diversité internationale des lieux de tournage (Madrid, Washington, Argentine). Les périodes de tournages à l'étranger expliquent également les frais d'hébergement conséquents (13 808\$), et ce malgré une équipe de tournage réduite (le réalisateur, un assistant, un directeur de production, un caméraman, un assistant caméraman et un ingénieur du son).

L'importance des dépenses de pellicules et laboratoires (16,3% du devis) souligne les adaptations nécessaires pour assurer la sortie en salles du projet (elles comprennent les dépenses de transfert Arrilaser en 35 mm estimées à 50 000\$).

### **Les coûts de production du magazine**

Le projet retenu est celui d'un magazine diffusé quotidiennement (15h-16h) sur une chaîne locale. Il s'agit d'un exemple caractéristique des magazines colombiens proposés par les diffuseurs locaux. En raison d'un niveau de ressources limitées, ces derniers font des magazines le cœur de leur programmation.

Le dispositif consiste généralement en un présentateur (une ancienne comédienne de série télévisuelle populaire dans le cadre de notre projet) recevant un invité célèbre en présence d'un public. Le coût d'une émission s'élève ainsi à 4 000\$ (pour une heure de programme). Le poste interprétation correspond à la rémunération de la présentatrice (1 320\$ par mois), du co-présentateur (880\$ par mois), de trois journalistes (527\$ par mois chacun) et de deux danseurs (440\$).

La rémunération de la présentatrice pour une émission (66\$) est très largement inférieure à celui perçu pour un épisode par l'actrice principale du soap étudié précédemment (1 648\$).

Les dépenses de personnels techniques sont intégrées dans les tarifs relatifs à la location du studio de tournage (qui comprend 3 caméras, l'éclairage et une petite grue) et donc au sein du poste Moyens techniques. Ce traitement explique le poids élevé de ce dernier, et de façon symétrique le poids relativement faible de la part des dépenses de personnel.

Toutefois, la faiblesse des niveaux de rémunération pratiquée sur ce genre de programme se traduit par une moindre proportion des dépenses de personnel au regard de la fiction télévisuelle ou des œuvres cinématographiques. Le principal poste de dépenses est constitué par les transports, défraiements et frais de régie. Celles-ci intègrent notamment l'ensemble des frais relatifs à l'invité (notamment la prise en charge du transport et du logement des invités étrangers, pour un budget mensuel de 6 154\$) et la prise en charge du public (80 personnes à chaque émission, pour un coût mensuel de 10 550 \$/mois).

Le magazine n'étant pas diffusé en direct, il supporte des frais de post-production (500\$ de mixage son/mois, 970\$/mois pour le tirage de cassettes).

## II.3. Les coûts de production des œuvres audiovisuelles des pays de la zone Asie

### II.3.1. L'Inde

Tableau 21 : Les coûts de production des oeuvres audiovisuelles indiennes

US \$	Cas 1 : Œuvre cinématographique	Cas 2 : TV Fiction	Cas 3 : Documentaire	Cas 4 : Magazine	Cas 5 : TV Show
Durée du tournage					
Support	35 mm	Beta Cam	DV Cam	Beta Cam	DV Cam
Durée	123 mn	26 mn	29 mn	52*36' 20h30 Mercredi	50*45' 20h00 Vendredi
<b>Coûts de production</b>					
<b>1. Développement du projet</b>					
Scénario	10 000	83	200	-	125
Repérages pour les tournages en extérieur	5 000	83	300	-	-
Autorisations de tournage	30 000	-	-	-	-
Analyse de faisabilité		-	-	-	500 par épisode
Autres dépenses	50 000	-	-	-	-
<b>2. Equipe de production</b>					
Réalisateur	50 000	600	1000	570 par épisode	500 par épisode
Assistant réalisateur / régisseur	8 000	400	100	250 par épisode	125 par épisode
Scénariste	10 000	250	250	250 par épisode	250 par épisode
Directeur de production	15 000	250	-	175 par épisode	500 par épisode
Régie	10 000	150	-	75 par épisode	500 par épisode
Maquilleur	2500	100	-	100 par épisode	100 par épisode
Effets spéciaux	25 000	-	-	-	-
Habilleur - costumier	18 000	400	-	100 par épisode	200 par épisode
Décorateur	4000	400	-	150 par épisode	-
Comptable	2000	100	100	60 par épisode	250 par épisode
Autre personnel de production	60 000	-	200	500 par épisode	-
Generator back up	-	-	-	50 par épisode	-
<b>3. Equipe technique</b>					
Cameraman	15 000	300	650	350 par épisode	350 par épisode
Assistant Cameraman	3 000	200	-	600 par épisode	300 par épisode
Ingénieur du son	5 000	150	500	250 par épisode	250 par épisode
Ingénieur éclairagiste	750	25	-	50 par épisode	50 par épisode
Ingénieurs assistants		125	-	300 par épisode	300 par épisode
Electricien	750	20	-	50 par épisode	50 par épisode
Autre personnel technique	30 000	200	-	-	200 par épisode
<b>4. Interprétation</b>					
Casting	-	500	-	1 000 par épisode	-
Acteurs	75 000	1500	100 (voix)	-	-
<b>5. Matériel</b>					
Caméras	15 000	100	600	800 par épisode	800 par épisode
Matériel d'enregistrement	10 000	Na	350	250 par épisode	250 par épisode
Eclairage	2 000	200	-	300 par épisode	300 par épisode
Sound proof Generator	2 500	-	-	-	-
Machines	2 000	-	-	-	-
<b>6. Logistique</b>					

Chauffeurs	-	25	-	-	-
Frais de déplacements	5 000	25	900	300 par épisode	250 par épisode
Hébergement des équipes	50 000	600	800	-	500 par épisode
Autres frais	15 000	250	500	200	300 food
<b>7. Versement de droits</b>					
Achat / dépôt du copyright	-	-	-	-	-
Achat de séquences / métrage	20 000	-	-	-	-
Droits d'adaptation	-	-	-	-	-
Droits sur le son	-	-	-	-	-
Droits musicaux	-	-	-	-	-
Musique originale	40 000	333	200	1 000	1 000
Autres droits	-	-	-	-	-
<b>8. Autres dépenses</b>					
Assurances	-	125	-	-	-
Communication	5 000	-	-	300	500
Pourboires	2 000	83	-	-	-
Mobilier	-	250	-	-	-
Autres	-	250	-	-	-
<b>9. Post production</b>					
Coût du studio	15 000	150	1 400	400 par épisode	400 par épisode
Cachet du monteur	3 000	300	500	250	250
Mixage du son	30 000	100	100	200	200
Cachet de l'ingénieur du son	-	-	-	-	-
Tirage des copies	-	-	-	-	-
Laboratoire	60 000	-	-	-	-
Doubleage / sous-titrage	11 000	-	-	-	-
<b>Total*</b>	650 000	10 000	8 650	12 000 par épisode	4 000 par épisode

\*Le devis total est celui mentionné par les producteurs, il peut ne pas correspondre à la somme des dépenses mentionnés pour chaque poste. Les pourcentages calculés dans le tableau sur la structure des coûts s'appuient sur le devis obtenu en sommant les différentes dépenses mentionnées.

**Tableau 22 : Structure des coûts de production des oeuvres audiovisuelles indiennes**

	Œuvre cinématographique	Fiction TV	Documentaire	Magazine	TV Show
Droits artistiques <sup>1</sup>	11,5%	5,8%	8,0%	11,3%	8,9%
Personnel	45,3%	46,0%	33,6%	45,3%	54,5%
Interprétation	11,5%	23,2%	1,1%	11,3%	0,0%
Moyens techniques	4,8%	3,5%	10,9%	15,2%	19,1%
Pellicules-laboratoire	15,6%	2,9%	21,9%	8,6%	4,7%
Transports, défraiements, régie	10,2%	10,4%	24,5%	4,9%	11,0%
assurances, divers	1,1%	8,2%	0,0%	3,4%	1,8%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

1. Les droits artistiques intègrent l'ensemble des Versements de droits et les dépenses relatives au développement du projet.

### **Les coûts de production de l'œuvre cinématographique**

Le projet retenu correspond à un long-métrage d'une durée de 123 mn tourné en 35 mm. Le budget global s'élève à environ 650 000\$, soit un montant plutôt supérieur au devis moyen des films indiens mais inférieur à la production haut de gamme. Cette production se distingue,

par l'importance du poids des dépenses de personnel. Celles-ci représentent près de 50% du budget.

L'importance du salaire du réalisateur (50 000\$) contribue pour une large part à cette sur-représentation. Ce niveau élevé de la rémunération s'explique notamment par le fait que le réalisateur est également le producteur du film. A cet égard, l'écart entre le salaire perçu par le réalisateur et les principaux postes de l'équipe de production ou de l'équipe technique est conséquent. Le caméraman touche ainsi 15 000 \$, l'ingénieur du son 5 000 \$, le directeur de production 15 000 \$, le directeur artistique 4 000 \$.

La structure de l'équipe de tournage révèle une main-d'oeuvre importante et une forte spécialisation et division des tâches. Chaque poste mentionné dans le document de référence a ainsi fait l'objet d'une dépense. Ainsi, l'ensemble des principaux postes bénéficie du soutien d'assistants : le réalisateur a reçu l'appui de cinq assistants différents sur une période de trois mois (pour un coût global de 8 000 \$), le caméraman a également été assisté par deux techniciens (3 000 \$).

La dépense de 60 000 \$ mentionnée dans le poste « autres dépenses de production » correspond à la mobilisation de :

- 3 assistants de production (300\$/jour),
- 6 assistants spécialisés sur les tâches subalternes (servir les rafraîchissements, les cafés),
- 6 assistants affectés au soutien de la direction artistique,
- les assistants de l'acteur vedette (son propre maquilleur, son chauffeur et son assistant).

Les « autres dépenses » de personnel technique intègrent également :

- 4 techniciens pour l'équipement caméra (100 \$/jour),
- 2 techniciens spécialisés dans le matériel relatif à la prise de son (50\$/jour)
- 2 assistants directs de l'ingénieur du son (50\$/jour).

Cette mobilisation importante de main-d'œuvre se répercute sur les frais de logistique. Les seules dépenses supportées pour le logement et la prise en charge de l'équipe de tournage s'élèvent ainsi à 40 000\$.

Les dépenses d'interprétation sont également substantielles (11,5% du budget), malgré des salaires inférieurs aux normes du marché. Les trois rôles principaux sont tenus par des vedettes importantes en Inde (un vainqueur d'un Emmy award, un vainqueur d'une récompense nationale). Pourtant, celles-ci ont accepté d'abaisser de moitié leurs prétentions tarifaires pour jouer dans le film : les salaires versées à ces trois acteurs varient ainsi de

10 000\$ à 20 000\$. La charge salariale des autres acteurs s'élève à 10 000\$. A cela s'ajoute les dépenses relatives aux figurants (très nombreux dans les films indiens).

Les frais de laboratoire (60 000 \$) intègrent le traitement des effets spéciaux contenus dans le film.

### **Les coûts de production de la fiction audiovisuelle**

En Inde, le volume annuel de production de fiction audiovisuelle domestique avoisine 6 000 heures pour une valeur d'environ 60 M\$ (soit un coût moyen horaire de 10 000\$). Le projet retenu est une série de 26\*26mn (tourné en Beta cam SP) produite pour la télévision publique. Le coût de production d'un épisode s'élève à 10 000 \$.

Si la taille des équipes de tournage demeure importante (5 assistants pour le réalisateur, 4 personnes pour les costumes, 5 assistants pour le directeur artistique, deux assistants caméraman, 8 techniciens assistant pour l'éclairage, deux assistants de production), les rémunérations sont largement inférieures de celles pratiquées dans le cinéma.

Par ailleurs, les disparités entre les différents niveaux de salaire sont limitées. Au sein de l'équipe de production, le salaire le plus élevé (réalisateur) s'élève à 600\$, contre 100 \$ pour le salaire le plus faible (le comptable). Pourtant, le poste de dépenses de personnel représente près de 50% du budget global. Au total, près de 70% du coût de production est supporté par les salaires (du personnel, des comédiens).

Les dépenses en Moyens Techniques sont très réduites grâce à la location assurée par le diffuseur commanditaire. L'ensemble caméra et équipement est ainsi loué pour 100\$/jour.

### **Les coûts de production du documentaire**

En Inde, comme dans de nombreux pays, il n'existe pas de marché structuré du documentaire. Le manque de débouché explique en grande partie la faiblesse des ressources de financement. Les diffuseurs ne participent que rarement à la production de ce genre de programmes. Ces derniers sont essentiellement initiés par des réalisateurs/producteurs indépendants, répondant parfois à des commandes d'ONG ou d'organisations comme The Public Services Broadcasting Trust (qui commande 52 documentaires de 30mn par an pour une diffusion télévisée). En général, les seules recettes potentielles sont assurées par la vente de copies aux institutions ou librairies.

La faiblesse du budget du projet retenu (8 650 \$) correspond à la norme indienne sur ce genre. L'équipe de production se limite au seul réalisateur/producteur assisté par deux personnes. De

même, l'équipe technique réunit uniquement un caméraman et un responsable du son. Les salaires mentionnés correspondent à une durée de tournage de 10 jours.

Les rémunérations journalières sont donc largement en dessous des niveaux observés dans le cas de la fiction télévisuelle ou du film cinématographique. Le cameraman est ainsi payé 65\$ par jour, l'ingénieur du son 50\$, l'assistant réalisateur 10\$ et le réalisateur 100\$. Pourtant, malgré cette faiblesse, les dépenses de personnel représentent le principal poste du budget (33,6%). Le poids important des dépenses de Laboratoire et Pellicule (22% du devis) concerne la location du studio pour le montage final (table de montage virtuel Avid).

### **Les coûts de production des programmes de plateaux**

Le magazine et l'émission de plateau retenus sont deux programmes produits en interne par le diffuseur. Ces deux projets sont diffusés à 20h00, le premier sur la chaîne Sony Max Television (du bouquet Zee TV), le deuxième sur MTV India. Dans les deux cas, le personnel est salarié par la chaîne productrice. Cette dernière met également à disposition l'ensemble de ses moyens techniques. Les dépenses à ce niveau correspondent donc à la valeur d'amortissement du matériel.

### II.3.2. Le Cambodge

Les programmes au Cambodge sont généralement produits en vidéo (le plus souvent en DV ou Dvcam). Dans ces conditions, les coûts de production technique ne varient guère d'un type de programme à l'autre. Le choix des comédiens vedettes ou la mise en œuvre de dispositions techniques particulières sont les seuls éléments susceptibles d'entraîner des différences budgétaires.

Quelques sociétés (CTN, MCD...) sont en mesure de produire une grille tarifaire cohérente avec les pratiques locales. Ces éléments ont servi à élaborer le tableau de synthèse. Il s'agit de tarifs de prestation pour une production moyenne/haut de gamme de n'importe quel type de programme, sur la base d'une semaine d'utilisation du matériel ou d'embauche du personnel.

#### 1. Développement

Scénariste	50 à 100 \$ / j
Tarif scénario de fiction (petit téléfilm)	A partir de 350 \$
Tarif scénario de fiction (long métrage)	Jusqu'à 5 000 \$
Autorisation de tournage	Officiellement, gratuite jusqu'au 31/12/05

#### 2. Equipe de production

Equipe tournage reportage (réalisateur et caméraman)	Entre 150 et 250 \$
Réalisateur /directeur de production (souvent confondus)	Entre 150 et 350 \$
Assistant réalisateur	30 à 100 \$
Scripte	10 à 40 \$
Régisseur / location manager / directeur de casting	Entre 25 et 50 \$
Maquilleuse / costumière	Entre 10 et 30 \$

Tarifs journaliers. Les prix varient selon qu'il s'agit d'un technicien « local », formé à l'étranger, ou d'un professionnel étranger.

#### 3. Equipe technique

Cameraman	Entre 40 et 100 \$
Tarif cameraman pour un film de long métrage, où souvent le caméraman assiste aussi au montage	3 000 à 5 000 \$
Assistant caméra	10 à 40 \$
Chef éclairagiste / Ingénieur du son	30 à 40 \$
Assistant lumière / son	10 à 20 \$
Electricien / machiniste	Autour de 10 \$

#### 4. Interprétation

Dépenses de casting	Aucune agence de casting, effectué généralement par l'équipe de production
Comédien (voix)	Environ 10 \$
Comédien (petit rôle)	10 à 30 \$
Comédien (rôles principaux)	2 000 à 4 000 \$ jusqu'à 10 000 \$ pour une star

#### 5. Equipement (tarif journalier, dégressif en fonction du projet et de la durée)

Kit Caméra de type DV ou Dvcam (unité de tournage légère avec pied, perche et petit éclairage)	40 à 50 \$
Microphone externe pro	20 \$
Mixette (très peu au Cambodge)	25 \$
TV light set (3X650 W)	80 \$
Interview lighting Kit (2 x 1kw + 500 W)	40 \$
Jungle Kit (2 x 300 W + 100 W)	25 \$

**Studio (cas d'un live show de 3h, sur une journée avec installation et rangement)**

**Tarifs CTN**

Location grand studio	1700 \$
Location petit studio	800 \$
Camion satellite complet	2000 \$
Equipement de production studio (1 caméra + opérateur)	500 \$

### Tarifs MCD

Location studio TV (avec 3 caméras et régie)	700 à 1000 \$
Blue Screen studio	250 \$
Grue (4,5m)	130 \$
Mini-steady Cam (pour DV)	50 \$

### 6. Logistique : transports (location effectuée à partir de Phnom Penh / attention : coût des locations beaucoup plus élevé à Siem Reap)

Location voiture avec chauffeur	20 à 35 \$ / j
Location 4 x 4 avec chauffeur	50 à 100 \$ / j
Location moto	10 à 15 \$

### 7. Royalties

Création musique originale	De 1000 à 3000 \$
----------------------------	-------------------

### 8. Autres dépenses

Tips (police, municipalité, autorités compétentes...)	Systematique sur tous les lieux de tournage, environ 2 à 10 \$/lieu et/jour
---	---

### 9. Post production

Location salle montage Betacam	150 \$
Location salle montage virtuel selon équipement et logiciel (AVID, Adobe Premiere...)	50 à 100 \$
Enregistrement son / doublage	20 à 50 \$
Monteur (local / montage simple)	40 \$
Monteur (professionnel étranger, monteur réalisateur)	250 \$
Montage fiction long métrage pour cinémas	Environ 4 000 \$
Ingénieur du son studio	De 30 à 80 \$

### Effets spéciaux production / post-production (MCD / Mind's eye production)

Technicien effets spéciaux (compositing, création et intégration effets visuels, objets, décors virtuels)	35 \$ / h ou 300 \$/ j
Assistant effets spéciaux	25 \$ / h ou 150 \$ / j
Création de personnage animé	300 \$ + 35 \$ / h
Tarif spot animé 3 minutes	6000 \$

### Fongibles et duplications

Cassette DV 60 min	3 \$
Cassette Dvcam 124 min	25 \$
Tarif copie Dvcam / DV	10 à 15 \$
Copie VHS	2 à 3 \$
Master DVD	15 à 25 \$
Copie DVD	3 à 10 \$

L'ensemble des programmes retenus reflète parfaitement les modes de financement et de production des productions audiovisuelles cambodgiennes :

- le long-métrage de fiction est ainsi intégralement financé par une société de production cambodgienne,
- la série de fiction est produite par une équipe locale s'appuyant sur l'aide d'une coopération étrangère,
- le documentaire est dirigé par un réalisateur / producteur indépendant
- la séquence d'animation est réalisée par une société de production cambodgienne (gérée par des professionnels expatriés) et intégrée à un film documentaire

- le magazine est réalisé par une société de production locale. Son financement est assuré par une ONG cambodgienne (elle même dépendante d'une organisation internationale)

- le Studio show est produit en interne par une chaîne indépendante.

**Tableau 23 : Les coûts de production des oeuvres audiovisuelles cambodgiennes**

US \$	Cas 1 : Œuvre cinématographique	Cas 2 : Fiction TV	Cas 3 : Documentaire	Cas 4 : Magazine	Cas 5 : TV Show
Support	Digital Betacam	DV Cam	DV Cam	DV Cam	BetacamSP
Durée	1h30	100*26', 1 diffusion par semaine	15 mn	30 mn (15 minutes de plateau, 15 minutes de magazine) 1 diffusion / semaine 21h30 le jeudi	2h30, 1 x par semaine, rediffusé le lendemain matin Samedi, 21h30
<b>Coûts de production</b>					
<b>1. Développement du projet</b>					
Scénario	1 000	500 (2a)	-	-	-
Repérages pour les tournages en extérieur	-	100 (2b)	500	-	-
Autorisations de tournage	50 (1a)	50 (1b)	50 (1a)	-	-
Analyse de faisabilité	-	-	-	-	-
Autres dépenses	-	-	-	-	-
<b>2. Equipe de production</b>				(4a)	
Réalisateur	5 000 (1b)	500 (2c)	1 500	250	150 (5a)
Assistant réalisateur / régisseur	3 000 (1c)	200 (2c)	-	175	75
Scénariste	500	120	-	-	-
Directeur de production	(1a)	500	-	300	-
Régie	-	-	-	(4e)	100 (5b)
Maquilleur	2 500 (1d)	200	-	20 (4b)	40 (5c)
Effets spéciaux	-	-	-	-	-
Habilleur - costumier	(1d)	200	-	(4b)	(5c)
Décorateur	-	100	-	-	-
Comptable	-	-	-	-	-
Autre personnel de production	-	-	-	50 x 2 journalistes	-
<b>3. Equipe technique</b>					
Caméraman	5 000	400 (2d)	800	175 plateau (4c) + 30 /j reportage	200 (5d)
Assistant Caméraman		300	240		-
Ingénieur du son	1 000	300	-	(4d)	50
Ingénieur éclairagiste	2 000	300	-	(4e)	50
Ingénieurs assistants	7 000	200	160	(4e)	10
Electricien	Cf. Ci-dessus	-	-	(4e)	-
Autre personnel technique	Cf. Ci-dessus	500	-	20 x 2 ou 3	70
<b>4. Interprétation</b>					
Casting	-	-	-	-	-
Acteurs	40 000	2 000 (2e)	-	65	1 000 (5e)
<b>5. Matériel</b>		(2f)			(5f)
Caméras	-	(2f)	800	30 /j pour reportage 1500 /j studio complet avec 3 caméras + techniciens	(5f)
Matériel d'enregistrement	-	(2f)	200	(4e)	(5f)
Eclairage	-	(2f)	160	(4e)	(5f)

Machines	-	-	-	(4e)	(5f)
<b>6. Logistique</b>					
Chauffeurs	(1e)	-	(3a)	Location voiture avec chauffeur : 400 /mois	-
Frais de déplacements	3 000 (1e)	250	640 (3a)	Cf. Ci-dessus	-
Hébergement des équipes	(1f)	Si tournage en province, voir cas 3	400 (3b)	Frais de mission si tournage en province, voir cas 3	-
Autres frais	-	-	-	-	
<b>7. Versement de droits</b>					
Achat / dépôt du copyright	(1g)	(1g)	(1g)	(1g)	(1g)
Achat de séquences / métrage	(1g)	(1g)	-	(1g)	(1g)
Droits d'adaptation	(1g)	(1g)	-	(1g)	(1g)
Droits sur le son	(1g)	(1g)	-	(1g)	(1g)
Droits musicaux	(1g)	(1g)	-	(1g)	(5g)
Musique originale	(1h)	(1h)	-	(1h)	(5g)
Autres droits	-	-	-	-	-
<b>8. Autres dépenses</b>					
Assurances	(1i)	-	-	-	-
Communication	1000 (1j)	200	100	100	-
Pourboires	500 (1k), (1b)	(1p), (1b)	30	20	-
Mobilier	6 000	100	120	30	-
Autres	-	-	-	-	-
<b>9. Post production</b>					
Coût du studio	-	(2f)	800	(4f)	(5f)
Cachet du monteur	4 000	400 (2g)	400	100	30 (5h)
Mixage du son	-	-	-	-	(5i)
Cachet de l'ingénieur du son	1 000	200	150	-	-
Tirage des copies	Effectués en interne. Tarifs externes : Copie DV : 10 Master DVD : 20 Copie DVD : 5 à 10	-	3 masters : Mini-DV : 40 DVD : 20 VCD : 10	Master : 20	-
Laboratoire	-	-	-	-	-
Doublage / sous-titrage	(1l)	-	150	-	-
<b>Total*</b>	Environ 100 000	Environ 13 000 /épisode	7 500	2 000 par émission	2 500 par émission

\*Le devis total est celui mentionné par les producteurs, il peut ne pas correspondre à la somme des dépenses mentionnés pour chaque poste. Les pourcentages calculés dans le tableau sur la structure des coûts s'appuient sur le devis obtenu en sommant les différentes dépenses mentionnées.

(1a) Le scénariste et le réalisateur étant la même personne, ce tarif comprend l'écriture du scénario, la préparation et l'ensemble du travail de réalisation. Le producteur est aussi directeur de production, et se paye sur les revenus du film.

(1b) Officiellement les autorisations de tournage délivrées par le Département du Cinéma du Ministère de la Culture ne sont pas payantes, mais elles peuvent être « facilitées » par l'octroi de quelques « pourboires », auprès des agents du Ministère de la Culture et des autres autorités dont dépendent les lieux de tournage (ex : Ministère de l'Environnement pour les parcs nationaux...). La corruption touche tous les secteurs au Cambodge, le salaire moyen d'un fonctionnaire étant environ de 30\$. Bien sûr cette information est connue des professionnels locaux, mais niée par le Département du Cinéma.

(1c) L'assistant réalisateur est également le chef décorateur...

(1d) 4 personnes ont été chargées des costumes et du maquillage. Certaines scènes en habit traditionnel nécessitent l'intervention d'une costumière du ballet royal ou de l'école des Beaux-Arts.

(1e) Les salaires des chauffeurs sont généralement inclus dans la location. Ce coût total est une estimation, sachant qu'un van se loue autour de 700 \$ par mois, une voiture entre 20 et 25 \$ par jour (entre 400 et 500 \$ par mois), et que la production dispose par ailleurs de ses propres véhicules.

(1f) Il n'existe pas vraiment de loges en tant que telles, mais dans le cas de grosses productions ou de productions étrangères, il est possible d'aménager des loges dans des bus, selon le tarif suivant :

Bus de 32 places aménagé (pour les costumes, maquillage...) : 1500 \$ / mois

Bus de 24 places aménagé (comédiens) : 1200 \$ / mois.

Pour cette production, seule la vedette semble avoir pu bénéficier d'une vraie loge, installée dans un véhicule ou dans un local selon la configuration du plateau.

(1g) Le producteur dépose le copyright du film auprès du Ministère de la Culture (coût : environ 50\$), mais chacun sait que malgré la loi, ce copyright n'est jamais respecté. En cas de piratage, les producteurs n'ont aucun recours.

(1h) Toute la bande son de ce film a été composée dans les studios de la société de production (spécialisée dans le karaoké), par les techniciens et musiciens permanents. Le monteur du film est aussi le compositeur principal de la musique. A cause des problèmes de

piratage, il n'est pas prévu pour l'instant de sortie de B.O. Généralement la musique d'un film se compose pour environ 1000 ou 1500 \$, le double dans le cas d'un compositeur étranger.

(1i) Aucun producteur ne semble souscrire à une assurance, dont la fiabilité et l'utilité ne sont pas reconnues.

(1j) Ce chiffre est une estimation, car l'essentiel des moyens de communication entre dans le fonctionnement global de la société de production. Des cartes de téléphone à unités sont achetées pour les membres de l'équipe concernés, en fonction des besoins.

(1k) Les producteurs savent rarement estimer le total des pourboires donnés pour les autorisations, l'utilisation de certains lieux publics (municipalité ou ministère concerné), le gardiennage, la police, et pour certains services annexes en plus des droits officiels et des salaires. Ces dépenses passent dans les frais généraux.

(2a) Un pool d'écriture de 5 à 8 très jeunes scénaristes a été formé autour d'un scénariste professionnel. Les rémunérations s'échelonnent de 400 à 600 \$ / mois

(2b) La plupart des scènes sont tournées en studio, quelques-unes ont lieu à l'extérieur (à Phnom Penh et en province). Un régisseur assure avec l'assistant réalisateur la préparation de ces scènes

(2c) Trois réalisateurs assurent la production en alternance, avec 2 à 3 assistants.

(2d) 2 caméramen, 2 caméras sur le plateau

(2e) 14 acteurs se partagent les rôles principaux, et sont payés en moyenne 800 à 1000 \$ par mois

(2f) la structure de production a acquis tout le matériel de tournage et de montage, et loue un emplacement où un studio a été entièrement fabriqué. L'investissement en caméras et ordinateurs de montage s'élève à environ 40 000 \$.

(2g) Un monteur + un assistant.

(3a) Cette somme inclut le salaire du chauffeur

(3b) Pour les tournages en province (4 destinations), des per diem sont attribués aux membres de l'équipe pour couvrir les frais d'hôtel (environ 10\$/jour) et de repas (environ 15\$ par jour).

(3c) Cette somme concerne la fabrication de la voice over, incluant les comédiens, le technicien et le studio.

(3g) Les chaînes de télévision produisent très rarement des documentaires, et habituellement les organisations doivent les payer pour pouvoir diffuser leur film. Dans ce cas, l'organisation a dû payer environ 300 \$ pour une diffusion sur une chaîne.

(4a) Tous les salaires sont payés mensuellement, ramenés ici au coût d'un seul épisode

(4b) La maquilleuse fait également office de costumière

(4c) 2 ou 3 cameramen plateau

(4d) Pas d'ingénieur du son, le caméraman gère la prise de son.

(4e) inclus dans le tarif du studio

(4f) La société de production a acquis le matériel de montage et une partie de l'équipement de tournage pour les reportages (caméra DV et banc de montage Avid)

(5a) Les coûts indiqués correspondent à la production d'un seul épisode, mais il faut savoir que les personnels de ces shows sont mensualisés et travaillent également sur d'autres productions similaires.

(5b) De 4 à 5 personnes gèrent la salle de contrôle, dont les salaires s'échelonnent entre 10 et 50 \$ par émission

(5c) Selon les besoins du show, 2 ou 3 habilleuses-maquilleuses et 1 ou 2 accessoiristes sont recrutés à la journée, au tarif moyen de 10 \$ par jour.

(5d) Quatre cameramen sont sur le plateau, et selon leur compétence sont payés de 100 à 200 \$ par mois (25 à 50 \$ par tournage)

(5e) Chaque émission présente deux vedettes, dont les salaires représentent le plus fort coût de l'émission.

(5f) La production dispose de son propre studio, incluant 4 caméras, tout le matériel d'éclairage et de son, les machines et la régie de contrôle. Pour des productions extérieures, ce studio est loué vide à partir de 800 \$ / jour et jusqu'à 1700 \$ avec le matériel et le personnel de la salle de contrôle.

(5g) Généralement les musiques utilisées sont des musiques « au kilomètre », dont les droits sont négociés à l'achat et pour une utilisation illimitée. Parfois, la production fait appel à des artistes extérieurs, ou les techniciens proposent leurs propres productions. Dans ce cas l'achat de musique dépasse rarement 500 \$, pour des musiques qui seront déclinées et réutilisées à l'infini.

(5h) Très peu de montage ou de remontage est effectué sur cette émission, qui donne au maximum l'illusion du direct. Les monteurs qui assurent cette finalisation simple (qui prend moins d'une journée) sont souvent parmi les moins qualifiés – et les moins rémunérés – de la production.

(5i) Pas de post-production son, le son final est celui de la prise directe.

(5j) Pour l'instant, les seules restrictions portent sur le contenu des programmes : les chaînes sont invitées par le Ministère de l'Information à diffuser un maximum de programmes sur la culture traditionnelle cambodgienne, à bannir les programmes d'expression étrangère et surtout à « respecter la tradition et ne pas choquer la morale ». Régulièrement, des programmes musicaux se voient interdits car des chanteuses y sont apparues en tenue trop légère.

**Tableau 24 : Structure des coûts de production des oeuvres audiovisuelles cambodgiennes**

	Œuvre cinématographique	Fiction TV	Documentaire	Magazine	TV Show	Animation
Droits artistiques <sup>1</sup>	1,3%	13,0%	11,4%	1,6%	1,4%	4,3%
Personnel	37,5%	26,1%	34,2%	32,8%	21,2%	74,4%
Interprétation	48,5%	15,7%	0,0%	2,1%	28,4%	2,2%
Moyens techniques	0,0%	23,6%	16,6%	55,3%	49,0%	0,0%
Pellicules-laboratoire	0,0%	17,2%	19,3%	0,0%	0,0%	0,0%
Transports, défraiements, régie	3,6%	2,0%	14,9%	3,3%	0,0%	0,0%
assurances, divers	9,1%	2,4%	3,6%	4,9%	0,0%	19,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

1. Les droits artistiques intègrent l'ensemble des Versements de droits et les dépenses relatives au développement du projet.

## **Les coûts de production de l'œuvre cinématographique**

L'œuvre retenue s'impose comme la plus grosse production effectuée au Cambodge en 2005. Elle a nécessité un budget global de 100 000\$ environ et plus d'un an et demi de travail : près d'un an pour l'écriture et la préparation, 50 jours de tournage et près de 6 mois de post-production (3 mois de montage et 3 mois pour les effets et la fabrication de la bande son).

Près de 70% des dépenses correspondent au versement de salaires. A ce niveau, la rémunération des comédiens occupe un poids considérable (48,5% de l'ensemble du budget, contre 11,5% dans le cas des productions cinématographiques françaises).

Ce niveau étonnant s'explique par le fait que le premier rôle du film est tenu par une vedette cambodgienne. Son cachet n'a pas été dévoilé par la production, mais il peut être estimé à environ 10 000 dollars, ce qui constitue un record. Les autres rôles importants touchent également des salaires confortables (3 000 à 5 000 dollars), ce qui les place quasiment au même niveau de rémunération que le réalisateur. La rémunération des petits rôles varie de 10 à 30 dollars par jour. Les figurants cambodgiens touchent de 0,25 \$ (pour une « foule » à la campagne) à 5 ou même parfois 10\$ par jour (en ville).

Les dépenses de personnel représentent près de 30% du budget global. L'équipe technique s'appuie sur des techniciens polyvalents. Le caméraman est ainsi responsable de la prise de son (même s'il y a un ingénieur du son) et des effets spéciaux. Il assure également la continuité du processus de création de l'œuvre (participation active au montage) et de l'étalonnage. Il est le technicien le plus qualifié de l'équipe. Pour ce film, 3 caméramen (dont un principal), ont été embauchés et ont travaillé par équipe, voire ensemble pour quelques scènes complexes.

Par ailleurs, 20 « assistants » ont été employés pour la lumière, les décors, et accessoirement comme figurants ou pour effectuer les castings de figurants. Il s'agit généralement de personnes non qualifiées, embauchées à la journée et payées chacune entre 5 et 10 dollars par jour.

L'absence de dépenses en moyens techniques et en post-production s'explique par l'utilisation du matériel du studio de production. Celui-ci dispose de l'ensemble des moyens techniques nécessaire au tournage et à la post-production. Ce matériel, acquis pour l'essentiel à Singapour (en raison d'une meilleure compétitivité-prix) sert également à réaliser des vidéo-clips de karaoké. Les seules dépenses réelles en matière de post-production sont intégrées dans les dépenses de personnel : il s'agit des rémunérations du monteur et de l'ingénieur du

son. Au Cambodge, très peu de sons sont enregistrés en direct, l'essentiel des dialogues étant post-synchronisé. La bande-son est donc créée en studio. Toutefois, le travail sur les sons d'ambiance demeure largement perfectible.

### **Les coûts de production de la fiction télévisée**

L'exemple retenu est une série de 100 épisodes de 26mn. Il illustre parfaitement ce que l'on peut réaliser avec des moyens humains cambodgiens, sur la base d'un soutien financier et technique d'une organisation internationale. Une telle production (13 000\$/épisode) ne serait pas rentable dans le contexte cambodgien actuel. Les coûts mentionnés ne tiennent pas compte des salaires des intervenants étrangers (1 storyliner, 2 réalisateurs, 1 producteur... qui ont suivi tout ou partie du projet).

La production communique un coût total du projet à plus de 5 millions de dollars sur deux ans et pour 100 épisodes, cette somme incluant les salaires et missions des intervenants étrangers : ceux-ci ont été présents sur des durées variables, en fonction de l'autonomisation des équipes cambodgiennes pour chaque poste. Toutefois, l'efficacité avérée de la méthode pourrait servir d'exemple pour de futures productions haut de gamme.

L'équipe cambodgienne constituée autour de ce projet (scénaristes, techniciens...) était entièrement non professionnelle. Les responsables étrangers de cette production ont recruté près de 70 personnes, souvent très jeunes, qui ont été intégralement formées sur place par des professionnels étrangers. Le manque de compétence originel s'est d'abord traduit par un rallongement de la durée de tournage, entraînant ainsi des coûts additionnels importants. Toutefois, une fois l'expérience acquise, le projet a trouvé sa cohérence pour aboutir à un niveau de qualité guère éloigné des standards internationaux.

Aujourd'hui, 12 à 14 scènes sont tournées pour chaque épisode, en 2-3 jours de tournage. Deux jours sont nécessaires au montage et 1 journée pour la finalisation, les génériques et le travail sur le son. Le budget total est d'environ 13 à 15 000 \$ pour un épisode de 26 minutes. Pour ce tarif, une société de production cambodgienne réalise habituellement une fiction unitaire d'assez bonne qualité de 52 minutes, dans des conditions similaires mais avec moins de personnel.

Les salaires sont réglés mensuellement. Les dépenses indiquées correspondent à la production d'un seul épisode, sur la base d'une moyenne calculée pour l'ensemble de la série. De fait, les salaires ont évolué au cours de la production, ce qui a permis de fidéliser l'équipe. L'importance relative des dépenses de Moyens techniques (26,1% du budget) et de Pellicule-

Laboratoire (17,2% du budget) s'explique par la prise en compte de l'achat par la structure de production de l'ensemble des moyens techniques (l'investissement en caméras et ordinateurs de montage s'élève à environ 40 000 \$). Dans une phase d'amortissement normal de cet équipement, il est intéressant de noter que la répartition des coûts serait sensiblement similaire à celle observée dans le cas des productions françaises.

### **Les coûts de production du documentaire**

Le film retenu a nécessité 8 jours de tournage dans plusieurs villes du pays, et 8 jours de montage. Comme la majeure partie des documentaires cambodgiens, il s'agit d'un projet commandé par une ONG locale, financée par une organisation internationale. Son budget total s'élève à environ 7 500 dollars. Certes, il existe des productions plus importantes. Toutefois, elles sont généralement assurées par des équipes étrangères commanditées par les ONG, et ne sont pas représentatives de la production locale.

Le Département du Cinéma produit également entre 8 et 10 films documentaires par an sur des financements uniquement cambodgiens (en provenance du Ministère de la Culture). Il s'agit de films à très petits budgets (entre 500 et 1000 dollars pour 15 minutes) destinés à une diffusion sur la télévision nationale.

Les chaînes de télévision produisent très rarement des documentaires, et habituellement les organisations doivent les payer pour pouvoir diffuser leur film. Dans le cas du projet retenu, l'organisation a dû payer environ 300 \$ pour une diffusion télévisée.

Les dépenses de personnel représentent le principal poste du devis (34,2% du devis). L'équipe de production est pourtant réduite. Elle se limite au seul réalisateur, également scénariste et producteur du film. Son salaire (1 500\$) couvre ces trois fonctions ainsi que les repérages et l'écriture du script. L'équipe technique se limite également à une portion congrue : 1 caméraman (800\$), 1 assistant (240\$). Généralement, le caméraman gère l'éclairage et la prise de son avec l'assistant. A eux s'ajoutent des assistants (160\$ au total) souvent non qualifiés qui gèrent l'installation, l'électricité, parfois les transports ou d'autres tâches annexes, toujours sous la direction du caméraman.

### **Les coûts de production d'un magazine**

Comme la plupart des émissions haut de gamme, le financement du magazine retenu est assuré par une ONG. Quelques magazines sont produits en interne par les chaînes.

Généralement, il s'agit de productions de qualité réduite, réalisées avec des moyens très modestes.

### **Les coûts de production d'un Studio shows**

Deux types de studio shows se sont imposés avec succès au Cambodge. Les shows musicaux et les shows sportifs (notamment le Kickboxing) réalisent ainsi les meilleures audiences de la télévision cambodgienne. Qu'il s'agisse de musique ou de sport, le programme se structure de la même façon : 2 à 3 heures de spectacle présentant 2 ou 3 stars et quelques autres artistes moins connus, autour de deux animateurs vedettes et d'un public souvent constitué de lycéens ou d'étudiants.

La plupart des émissions de ce type sont directement produites par les chaînes de télévision. Certaines sont sponsorisées (par des marques de bière, des éditeurs de karaoké,...). Quelques programmes sont produits par des organisations internationales ou par le biais de coopérations diverses. Leur mode de production est alors similaire à celui des magazines.

Chaque émission nécessite une journée complète de studio, incluant la préparation et le rangement. Le studio est mis à disposition par la chaîne.

Dans le cadre de notre exemple, les coûts indiqués correspondent à la production d'une seule émission. Toutefois, les personnels de ces programmes sont mensualisés et travaillent également sur d'autres productions similaires.

Le principal poste de dépenses concerne les Moyens Techniques (49% du budget de l'émission). Il s'agit de dépenses virtuelles dans la mesure où la production dispose de son propre studio (incluant 4 caméras, tout le matériel d'éclairage et de son, les machines et la régie de contrôle). La valorisation de ces dépenses correspond au coût d'opportunité de ne pas louer ce studio à une production extérieure (1700 \$ avec le matériel et le personnel de la salle de contrôle).

En fait, les seules dépenses réelles sont les rémunérations du personnel, des animateurs et des deux invités. Ces derniers constituent d'ailleurs le principal coût de l'émission (environ 1 000\$). L'équipe de production se compose de 4 à 5 personnes qui gèrent la salle de contrôle. Leurs salaires s'échelonnent entre 10 et 15\$ par émission. A cela s'ajoutent, selon les besoins du programme, 2 ou 3 habilleuses et 1 ou 2 accessoiristes. Ces personnels sont recrutés à la journée au tarif moyen de 10\$ par jour.

L'équipe technique se compose de 4 cameramen de plateau. Leur rémunération varie, selon leur compétence, entre 100 et 200\$ par mois (25 à 50\$ par tournage). Le montage ou remontage sur cette émission est très modeste, et ce afin de donner l'illusion du direct. Les monteurs qui assurent cette finalisation simple (qui prend moins d'une journée) sont souvent parmi les moins qualifiés – et les moins rémunérés (30\$) – de la production.

## II.4. Les coûts de production des programmes audiovisuels dans la zone Afrique

### II.4.1. Le Burkina Faso

Au Burkina Faso, il existe des tarifs officiels pour chaque prestation. Homologuée par la direction de la cinématographie Nationale (DCN), cette grille tarifaire est depuis mars 2002. Tous les acteurs de l'audiovisuel s'y conforment.

Dans ce contexte, les tarifs pratiqués et la structure des coûts sont ainsi largement conditionnés par la nature de la production. Par rapport à la grille de tarifs officiels, des écarts substantiels apparaissent selon que l'œuvre est produite en interne à la RTB, selon qu'elle relève d'un producteur indépendant ou encore selon qu'elle est produite en interne à la RTB mais ne constitue pas un produit propre à la chaîne. Par ailleurs, dans le cadre des co-productions avec la Direction de la cinématographie Nationale (DCN), les techniciens du Ministère de la culture des Arts et du tourisme se voient proposer une rémunération (forfait de 28\$/jour) différente de la grille sous prétexte qu'ils sont déjà salariés de l'Etat.

*Tableau 25 : la grille des tarifs officiels des prestations*

US \$	Techniciens Cinéma		Technicien Vidéo	
	jour	semaine	jour	semaine
1. Réalisateur	212,3	1061,7	141,6	566,2
2. Directeur	195,4	976,8	130,2	521,0
3. Directeur de la production, Chef décorateur	192,7	963,7	128,5	514,0
5. Chef opérateur du son	135,8	679,0	90,5	361,4
6. Cadreur ou caméraman	122,7	613,5	81,8	327,2
7. Chef monteur	108,5	542,4	72,3	289,3
8. Régisseur général, 1 <sup>er</sup> assistant réalisateur	103,4	516,9	68,9	275,7
9. 1 <sup>er</sup> Assistant décorateur –Ensembleur	100,2	500,9	66,8	267,1
10. 1 <sup>er</sup> Assistant caméraman, administrateur	95,1	475,6	63,4	253,6
11. Chef maquilleur	92,0	459,8	61,3	245,2
12. 2 <sup>e</sup> Assistant caméraman, chef costumier, script, régisseur d'extérieurs, tapissier, décorateur exécutant, 2 <sup>e</sup> Assistant décorateur	91,2	456,2	60,8	243,3
13. Assistant son	88,9	444,4	59,2	237,0
14. Photographe de plateau, accessoiriste	88,5	442,5	59,0	236,0
15. Chef machiniste, chef électricien, chef peintre	87,6	438,0	58,4	233,6
16. 2 <sup>e</sup> Assistant Réalisateur, monteur, adjoint-régisseur, administrateur adjoint	73,9	369,6	49,3	197,1
17. Costumier	73,5	367,3	49,0	195,9
18. Groupman	70,9	354,3	47,2	189,0
19. Conducteur de groupe	70,2	351,0	46,8	187,2
20. Machiniste – Electricien	66,2	330,8	44,1	176,4
21. Secrétaire de production	66,0	329,9	44,0	175,9
22. Habbilleuse	57,3	286,5	38,2	152,8
23. Chauffeur de production	52,5	262,7	35,0	140,1
24. Agent de liaison	45,4	227,1	30,3	121,1
25. Stagiaire	30,7	153,3	-	-

**Tableau 26 : Les coûts de production des œuvres audiovisuelles burkinabées**

US\$	Œuvre cinématographique	Fiction télévisuelle	Documentaire
Durée	90 mn	26 mn	26 mn
Support	-	-	DV
<b>1. Développement du projet</b>			
Scénario	2 825	11 339,8	938,8
Repérage	-	-	1800,6
autorisation de tournage	-	-	0,0
étude de faisabilité	-	-	0,0
autres frais	-	-	0,0
<b>2. Equipe de Production</b>			
Réalisateur	17 227	20 416,6	657,2
réalisateur reportage	0	4 538,4	-
Assistant réalisateur	244	6 807,6	394,3
Script	-	-	-
Directeur de production	17 227	13 609	394,3
producteur exécutif	6 068	38 564	-
Régisseur général	4 808	5 673	-
Maquillage	1 413	-	-
Effets spéciaux	-	-	-
Costumier	4 592	-	-
Décorateur	3 618	-	-
Main-Œuvre décors	-	-	-
Comptable	5 650	-	-
Autres	5 718	-	-
<b>3. Equipe Technique</b>			
Directeur photo	9 907	7 936	394,3
Cameraman	7 741	-	394,3
Assistant Cameraman	0	5 673	0,0
Ingénieur du Son	4 045	5 673	394,3
Ingénieur lumière	0	-	394,3
Assistant	0	-	0,0
Electricien	0	-	0,0
Autres membres du staff technique	20 342	-	67,6
<b>4. Interprétation</b>			
Coût du casting	-	-	-
Acteurs	16 002	47 634,6	844,9
Journaliste	-	3 403,8	-
<b>5. Equipement</b>			
Equipement caméra	12 368	34 025	3567,4
Matériel d'enregistrement	6 797	Cf ci-dessus	-
Equipement lumière	40 796	Cf ci-dessus	-
Machines	21 947	Cf ci-dessus	-
Décor	10 137	5 666,8	-
studio de tournage	-	-	-
<b>6. Logistique</b>			
Chauffeurs	-	-	281,6
Coût du transport	25 670	18 153,6	1 877,6
Hébergement des équipes	11 089	-	469,4
Autres	5 650	36 294	187,8
<b>7. Royalties</b>			
Achat / dépôt du copyright	-	-	-

Achat de séquences / métrage	-	-	-
Droits d'adaptation	-	-	563,3
Droits sur le son	-	-	0,0
Droits musicaux	-	-	0,0
Musique originale	-	-	563,3
Autres droits	-	-	938,8
<b>8. Autres frais</b>	-	-	-
Assurances	780	2 269,2	-
Communication	-	-	-
Conseil	-	-	-
Matériels	-	-	-
Autres	23 078	56 615,4	1 173,5
<b>9. Post production</b>			
Montage	7 278	-	-
Coût du studio	-	56 705	1 877,6
Frais d'édition	-	-	0,0
Mixage du son	-	-	93,9
monteur fiction	6 684	12 474,4	-
monteur documentaire	-	4 538,4	-
Frais d'ingénierie du son	-	-	-
Coût de duplication	-	-	93,9
Frais de labo	-	-	-
Doublage/sous-titrage	-	-	-
<b>Total*</b>	292 423 (dépenses au Burkina Faso), coût définitif du film : 747 203	404 922 pour 1 épisode	18 559,9

\*Le devis total est celui mentionné par les producteurs, il peut ne pas correspondre à la somme des dépenses mentionnés pour chaque poste. Les pourcentages calculés dans le tableau sur la structure des coûts s'appuient sur le devis obtenu en sommant les différentes dépenses mentionnées.

**Tableau 27 : Structure des coûts de production des œuvres audiovisuelles burkinabées**

	Œuvre cinématographique		Fiction TV	Documentaire	Magazine TV show
	Dépenses BF	Dépenses totales			
Droits artistiques <sup>1</sup>	1,0%	5,0%	2,9%	26,2%	0,0%
Personnel	39,2%	32,5%	31,6%	18,4%	7,0%
Interprétation	5,4%	2,7%	12,4%	4,6%	0,0%
Moyens techniques	31,3%	24,2%	8,9%	19,4%	77,1%
Pellicules-laboratoire	2,5%	13,7%	14,8%	11,2%	15,9%
Transports, défraiements, régie	12,5%	8,7%	14,2%	13,8%	0,0%
assurances, divers	0,6%	1,9%	6,8%	6,4%	0,0%
Divers	7,5%	11,3%	8,5%	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100%</b>

1. Les droits artistiques intègrent l'ensemble des Versements de droits et les dépenses relatives au développement du projet.

### **Les coûts de production de l'œuvre cinématographique**

Le projet retenu est une coproduction majoritaire française. Son budget est modeste, il s'élève à 747 203\$, dont 292 423\$ ont été dépensés au Burkina Faso. Les apports burkinabés représentent 20,2% du devis, ils sont assurés pour l'essentiel par la DCN. La part française est

constituée à plus de 80% par des aides sélectives (dont l'avance sur recettes, le Fonds sud, l'AIF).

L'essentiel du tournage a eu lieu au Burkina Faso, la post-production étant assurée dans son intégralité en France. Les dépenses de personnel et les moyens techniques sont donc naturellement sur-représentés dans le cas des dépenses opérées au Burkina Faso. Ces deux postes concentrent ainsi plus de 70% des dépenses sur le territoire burkinabé. La rémunération des producteurs et du réalisateur représentent près de 30% de l'ensemble des dépenses de personnel.

Le poids des rémunérations des comédiens est relativement faible. L'ensemble du poste correspond à un coût de 16 000\$, soit un montant inférieur à la rémunération des producteurs ou du seul réalisateur. Ce faible poids des dépenses d'interprétation (2,7% du devis global du film) est l'une des différences notoires avec la structure moyenne des coûts de production des longs-métrages français (11,5%).

Une partie des coûts techniques correspond à des coûts fixes qui, en proportion, ont un impact plus important sur les films à petits budgets (dépenses incompressibles, absence d'économies d'échelle). Ainsi, les dépenses en Moyens Techniques captent 24,2% du devis global du film et 31,5 % de la part du devis imputable au tournage au Burkina Faso (contre 10,8% en moyenne pour un long-métrage français). De même, les dépenses en Pellicule-laboratoire s'élèvent à 13,7% du devis total (contre 5,1% en moyenne pour un long-métrage français).

Par ailleurs, la distribution en salles du film a entraîné des frais d'édition de 33 272\$. Près de 70% de ces dépenses correspondent au tirage de 4 copies 35 mm (8 ont été prises en charge par le CNC) et le sous-titrage de ces 12 copies. Les frais de promotion sont limités à une campagne d'affichages (2 647\$).

### **Le coût de production d'une fiction télévisuelle**

Le projet retenu est une série télévisée coproduite avec le Bénin. Chaque épisode dure 26mn et mélange fiction et reportage. S'agissant d'une production externe à la RTB, les tarifs applicables sont les tarifs officiels homologués. A ce niveau, les techniciens fonctionnaires préfèrent généralement être sollicités directement par le réalisateur privé plutôt que d'être réquisitionnés par la DCN. Ce recrutement leur permet en effet de négocier un niveau de rémunération plus conséquent que les perdiems payées par leur structure de tutelle.

Les dépenses de personnel représentent plus de 30% du budget global. A ce niveau, la rémunération du réalisateur s'avère conséquente, notamment par rapport à la grille tarifaire

officielle. Son salaire est ainsi supérieur à celui perçu par le réalisateur du long-métrage cinématographique. Les dépenses relatives aux salaires des producteurs (délégués et exécutifs) sont également importantes (52 173\$). L'ensemble de ces dépenses représente ainsi près de 60% des dépenses de personnel.

Dans ces conditions, l'équipe technique est pour le moins réduite : un assistant réalisateur, un preneur de son, un chef-opérateur, un cadreur, un régisseur, un monteur reportage et un réalisateur reportage. Le salaire perçu par le régisseur est équivalent à celui du cadreur, ce qui traduit un écart par rapport à la grille de tarifs officiels. Ce type de divergence concerne également les niveaux de rémunérations respectifs du monteur et du réalisateur reportages.

La production en externe à la RTB se traduit par des coûts en Moyens-Techniques et en Post-production conséquents (respectivement 34 025\$, 8,9% du budget et 56 705\$, 14,8% du budget).

L'importance des postes Assurances et divers, et Divers correspondent aux frais financiers (4 136\$), aux Loyers et charges (8 268\$), aux impôts et taxes (2 260 \$), aux frais généraux du producteur Burkinabé (6 591 \$) et aux frais généraux du producteur béninois (18 023 \$).

Dans le cas des fictions télévisuelles produites en interne par la RTB (et appartenant à la RTB), la chaîne met à disposition le matériel et le personnel technique. Les autres tarifs de prestations s'alignent toutefois sur les tarifs officiels, d'où la nécessité pour les producteurs de compter sur les financements extérieurs pour obtenir des budgets convenables (*Enquêtes de routine*", série de épisodes, 26mn, DVCAM de Missa HEBIE, réalisateur à la RTB).

### **Le coût de production d'un documentaire**

Le documentaire retenu (26 mn, en DVCAM) est un projet produit à la demande de la direction de la RTB avec une approche thématique précise. Le tournage des documentaires burkinabés se déroule généralement en extérieur, impliquant des dépenses spécifiques (guide traducteur, « facilitateur », personnes ressources pour les besoins de restitution des faits ...). Cependant, ces postes sont généralement rétribués par des compensations en nature (un repas ou un rafraîchissement organisé, un cadeau symbolique). Le tournage du documentaire retenu s'est ainsi déroulé à Béguédo, Dori, Bobo, Ouagadougou et Lomé. Le tournage à Lomé s'est traduit par un coût de 1 155\$ (6,2% du budget total) : billet d'avion du réalisateur (413\$), location caméra sur place (188\$), perdiems pour trois techniciens (197\$), cachet des artistes-comédiens (94\$) et frais de mission du réalisateur (263\$).

Sur les documentaires, les réalisateurs/producteurs sont toujours confrontés à des montants budgétaires très réduits, ce qui les amène à user d'une grande ingéniosité pour pouvoir contenir les charges et livrer un produit *consommable*. Le projet étudié reflète parfaitement ces difficultés. Son budget de tournage fut évalué à près de 113 000\$, soit un montant largement supérieur aux 18 000\$ effectivement mobilisés.

Malgré une prévision fictive de 41% (apports Producteur et apports de la RTB en matériel et personnel technique) destiné à convaincre les décideurs et autres financeurs, sur les 59% restant, seulement 30% à 40% des ressources ont pu être mobilisés, obligeant à un remodelage du budget.

Cette refonte s'est notamment traduite par le versement de rémunérations inférieures aux tarifs officiels. Ainsi, le salaire journalier perçu par le réalisateur pour 12 jours de tournage s'élève à 54,7\$, soit près de trois fois moins que la norme officielle (141,6\$). La plupart des postes de personnel vérifient cette caractéristique. D'ailleurs, les principaux postes de personnel (réalisateur, assistant-réalisateur, directeur de production) et de techniciens (directeur photo, éclairagiste, caméraman, ingénieur du son) ont été rémunéré sur la même base de 54,7\$/jour.

### **Le coût de production des programmes de flux (animation plateau, magazine, émission de plateau)**

Ces programmes étant réalisés en interne au sein de la RTB, ils mobilisent le matériel d'équipement et les techniciens du groupe public. Les techniciens étant des fonctionnaires de l'Etat, leur désintéressement se présente sous forme de perdiems, à raison de 15 000 FCFA par personne et par jour, sans distinction de corps de métier sauf pour les chauffeurs qui perçoivent 7 000 FCFA. Pour le matériel et les autres prestations, les tarifs officiels sont retenus pour élaborer le budget. Ces prestations durent généralement deux jours à une semaine maximum.

Dans le cadre d'une émission de plateau (un animateur et son invité ou ses invités), il n'y a pas de charges concernant les invités. Ces derniers viennent discuter avec l'animateur de l'actualité de la semaine.

Le magazine peut être totalement réalisé en interne (image d'archives avec commentaires) ou totalement externe (type grand reportage nécessitant des missions sur le terrain pour les enquêtes). Parfois, il s'impose comme un mixte des deux formules (*Santé MAG*, *DVCAM*).

Pour la production sur plateau studio, le déplacement du car groupe nécessite environ 3 000 000 FCFA de carburant. En cas de tournage extérieur à Ouagadougou, une majoration est effectuée en fonction de la distance à parcourir.

Généralement, l'élaboration des budgets tient compte de l'amortissement du matériel (estimé à 18% du budget de production).

Les réalisations sont en DVCAM, le BTACAM étant en voix de disparition, le numérique prenant le pas sur l'analogique. Toutefois, des copies BTA sont faites en post production.

**Tableau28 : Budget prévisionnel d'une émission de plateau burkinabée**

US\$	Animation plateau Magazine Studio show
Equipement (studio de tournage, caméra, éclairage, car régie...)	6 947
Personnel	633,7/ 1 140
Post-production	1 427
<b>Total</b>	<b>9 008/9 514</b>

Décor : 1126 \$

Location studio de tournage (+ caméra, éclairage...) : 1 126 \$

Location table de montage pour ½ journée : 1 126 \$

Prise en charge d'un minimum de 45 personnes (personnel technique du diffuseur) :

- émission produite en intérieur : 633,7 \$

- émission commanditée : 1 140 \$

Cassettes BTA de 90mn (2) : 188 \$

Enregistrement en DVCAM : 112,6 \$

Location du car groupe : objet d'accords par une convention avec le co-producteur pour la prise en charge du personnel technique, de l'achat des cassettes, de la prise en charge du carburant en cas de déplacement du car. Forfait variant de 1 878 \$ à 9 388 \$.

## II.4.2. Le Sénégal

Tableau 29 : Les coûts de production des œuvres audiovisuelles sénégalaises

US \$	Cas 1 : Œuvre cinématographique	Cas 2 : Œuvre cinématographique	Cas 3 : Documentaire	Cas 4 : Magazine
Support	HD		HD	Betacam
Durée	90 mn		26mn	45 mn, 1 fois/15 jours
<b>1 Développement du projet</b>				
Scénario	-		949	-
Repérage	-	474	-	-
autorisation de tournage	-	-	-	-
étude de faisabilité	-	-	-	-
autres frais	24 454	1420	569	-
<b>2 Equipe de Production</b>				
Réalisateur	3 792	2 082	1 517	96
Assistant réalisateur	3 412	1 250	759	-
Script	949	-	-	-
Directeur de production	1 517	-	-	151
Régisseur général	1 517	-	-	-
Maquillage	759	378	-	-
Effets spéciaux	-	-	-	-
Costumier	759	-	-	-
Décorateur	1517	-	-	-
Comptable	-	-	-	-
Autres	-	568	2 465	-
<b>3 Equipe Technique</b>				
Cameraman	3 792	947	-	190
Assistant Cameraman	949	625	-	96
Ingénieur du Son	2 843	727	-	-
Assistant	-	378	-	-
Electricien	5 687	1 326	-	-
Autres membres du staff technique	-	-	380	-
<b>4. Interprétation</b>				
Coût du casting	-	-	1 896	-
Acteurs	27 487	2 840	-	-
<b>5 Equipement</b>				
Equipement caméra	-	1 893	-	190
Matériel d'enregistrement	-	-	-	-
Equipement lumière	-	-	-	-
Machines	-	-	1 896	-
<b>6 Logistique</b>				
Chauffeurs	284	-	-	-
Coût du transport	663	2 177	949	161
Hébergement des équipes	-	1 326	-	-
Autres	-	-	-	-
<b>7. Royalties</b>				
Achat / dépôt du copyright	-	-	-	-
Achat de séquences / métrage	-	-	-	-
Droits d'adaptation	-	-	-	-
Droits sur le son	-	-	-	-
Droits musicaux	-	-	-	-
Musique originale	2 843	-	-	-
Autres droits	-	-	-	-

<b>8 Autres frais</b>				
Assurances	1 896	-	-	-
Communication	949	-	-	-
Conseil	-	-	-	-
Matériels	2 370	-	-	-
Autres	24 074	-	-	-
<b>9 Post production</b>				
Coût du studio	3 792	1 951	1 517	96
Frais d'édition	-	-	-	-
Mixage du son	949	-	-	38
Frais d'ingénierie du son	-	947	1 137	151
Coût de duplication	-	-	-	-
Frais de labo	-	568	-	-
Doubleage/sous-titrage	-	-	-	-
<b>Total*</b>	<b>131 555</b>	<b>19 795</b>	<b>14 034</b>	<b>1 170</b>

\*Le devis total est celui mentionné par les producteurs, il peut ne pas correspondre à la somme des dépenses mentionnés pour chaque poste. Les pourcentages calculés dans le tableau sur la structure des coûts s'appuient sur le devis obtenu en sommant les différentes dépenses mentionnées.

**Tableau 30 : Structure des coûts de production des œuvres audiovisuelles sénégalaises**

	Cas 1 : Œuvre cinématographique	Cas 2 : Œuvre cinématographique	Court- métrage	Documentaire	Magazine
Droits artistiques <sup>1</sup>	23,0%	9,6%	8,0%	10,8%	0,0%
Personnel	25,0%	31,3%	32,0%	44,6%	46,0%
Interprétation	23,0%	14,3%	13,0%	13,5%	0,0%
Moyens techniques	0,0%	9,6%	22,0%	13,5%	16,0%
Pellicules-laboratoire	3,0%	17,5%	12,0%	10,8%	23,0%
Transports, défraiements, régie	1,0%	17,7%	13,0%	6,8%	15,0%
assurances, divers	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

1. Les droits artistiques intègrent l'ensemble des Versements de droits et les dépenses relatives au développement du projet.

### **Les coûts de production des œuvres cinématographiques**

Deux projets de long-métrage ont pu être retenus grâce aux informations disponibles. Ces deux œuvres ont été tournées sur support vidéo. A cet égard, elles reflètent une évolution récente de la production cinématographique sénégalaise : le recours croissant à la vidéo. Ainsi, chaque année, une vingtaine de films sont produits en vidéo numérique, et ce avec des financements intégralement sénégalais. Le prix de ces productions varie généralement entre 15 000 et 25 000 euros.

Ce développement s'accompagne d'ailleurs d'un effort de formation conséquent axé sur la vidéo numérique. Les qualifications sont d'ordre technique (prise de vue, prise de son, montage virtuel) et reposent sur un objectif de polyvalence des professionnels formés. Barlet (2005) relativise pourtant la portée de ces avancées : « le problème reste entier dans la mesure où, pour que le secteur prenne vraiment son envol, il faut former proportionnellement des

producteurs, des distributeurs et des critiques pour un développement équilibré de la chaîne cinématographique ».

Le long-métrage 2 reflète parfaitement les conditions de production de ce nouveau type d'œuvres. Le projet n°1 présente un coût plus important, et ce d'autant plus que le budget mentionné n'intègre pas les dépenses en moyens techniques (pour des raisons inconnues).

Par rapport au projet 1, l'équipe de tournage du projet 2 est beaucoup plus restreinte. Pour des raisons économiques, les postes de script, directeur général, régisseur, décorateur, costumier, sont ainsi supprimés.

Par ailleurs, les écarts de rémunération sont probants. A ce niveau, le plus grand écart concerne le salaire du caméraman (3 792\$ pour le cameraman du projet 1, contre 947\$ pour le caméraman du projet 2 et 7 741 pour le cameraman du projet burkinabé tourné en 35 mm). Les seules dépenses d'Interprétation du projet 1 (plus de 27 000\$) dépassent le budget global du projet 2.

### **Les coûts de production d'un court métrage**

Faute d'informations sur un projet de fiction télévisuelle, le détail des coûts de production nous a été proposé pour un court-métrage de 12 mn. Il s'agit d'un court-métrage relativement onéreux. Le budget global s'élève ainsi à 22 820 \$, soit un montant supérieur au budget global du projet de long-métrage 2 présenté précédemment. La mention de la durée du tournage relative à chaque dépense permet notamment une comparaison avec la grille tarifaire officielle du Burkina Faso (cf. Tableau 31). Les rémunérations des principaux personnels techniques sont supérieures aux normes burkinabées. En revanche, les rémunérations convergent fortement sur les « postes annexes ».

**Tableau 31 : Comparaison des coûts de production du court-métrage sénégalais avec la grille des tarifs burkinabée**

DESIGNATION	Durée	Coût (\$)	Tarif/semaine	Tarif semaine Burkina Faso
<b>I/ PREPARATION</b>				
Traitement de texte+duplication.scénario		462,48		
Droits scénario		939,72		
Repérage (une semaine)	1 semaine	469,86		
<b>II/ EQUIPE TECHNIQUE</b>				
Réalisateur	Forfait	2 065,17		
Assistant Réalisateur + Directeur de Production	Forfait	0		
Chef Opérateur	2 semaines	939,72	469,86	327,2
Assistant Caméra	2 semaines	618,69	309,34	253,6
Scripte	2 semaines	563,34	281,67	243,3
Preneur de son	2 semaines	720,78	360,39	237
Chef électromachiniste	2 semaines	563,34	281,67	233,6
Perchman	2 semaines	375,15	187,57	nd
Machiniste	2 semaines	375,15	187,57	176,4
Electricien groupman	2 semaines	375,15	187,57	189
Maquilleuse	2 semaines	375,15	187,57	245,2
<b>III/EQUIPE ARTISTIQUE</b>				

Personnages principaux	10 jours	1878,21
Personnages secondaires	05 jours	469,86
Troupe théâtrale	Forfait	469,86
REGIE TOURNAGE		0
1 mini Car	10 jours	469,86
1 voiture BERLINE	10 jours	281,67
1 Camion Machinerie/Grpe	10 jours	563,34
Carburant	30 jours	845,01
Repas	10 jours	845,01
Branchement SENELEC /Grpe	Forfait	469,86
MATERIEL TOURNAGE +BANDES		0
Caméra BETACAM+accessoires	10 jours	1 878,21
Matériel d'éclairage	20	1 314,87
BANDES		1 503,06
Bandes de tournage	20	113,16
Bandes de montage	01	0
MONTAGE		0
Location banc de montage		1 878,21
Monteur	10 jours	939,72
Régie montage	10 jours	56,58
<b>TOTAL GENERAL HTVA</b>		<b>22 820,19</b>

### **Les coûts de production du documentaire**

Sur ce genre, les coûts présentés sont ceux du budget prévisionnel d'un projet de documentaire qui serait tourné en HD. Il s'agit donc de montants indicatifs susceptibles d'être modifiés à la baisse au cas où la recherche de financement n'aboutissait pas. Le budget prévisionnel semble relativement élevé, et ce d'autant plus que les dépenses techniques n'intègrent pas l'essentiel des équipements requis (sans qu'il soit possible de déterminer si cela signifie que le réalisateur en est propriétaire).

Certes, l'équipe de tournage est réduite à sa plus simple expression : le réalisateur et un assistant, auxquels s'ajoutent quelques autres techniciens et personnels de production dont le nombre et la fonction ne sont pas précisés.

Pourtant, malgré cet effectif limité, les dépenses de personnel captent 44,6% d'un budget non négligeable (14 034 \$). A ce titre, la rémunération du réalisateur n'est guère éloignée de celle perçue par le metteur en scène du projet cinématographique 1.

### **Les coûts de production d'un magazine**

Les coûts présentés correspondent au budget prévisionnel d'un projet de magazine culturel de 45 mn pour la télévision. Diffusé tous les quinze jours, ce magazine vise à informer les téléspectateurs sur le processus de fabrication des téléfilms et pièces de théâtre diffusés à la télévision. Il s'appuie sur la réception d'invités censés partager leur savoir, leur expérience et les péripéties qui jalonnent leurs parcours.

### II.4.3. Le Nigeria

Dans le cas du Nigeria, la plupart des coûts mentionnés correspondent à des données moyennes renvoyant aux tarifs généralement pratiqués. Seul les dépenses d'interprétation relatent précisément la réalité de la production retenue. Le budget total mentionné renvoie au budget effectif du projet retenu. Cette diversité de la nature des dépenses rend impossible une présentation synthétique de la structure des coûts.

Pour l'ensemble des genres, l'application des coûts journaliers mentionnés au prorata de la durée de tournage aboutit à des montants budgétaires beaucoup plus élevés que les devis réels (de l'ordre du double dans le cas du long-métrage). Cet écart souligne que les coûts mentionnés constituent des fourchettes hautes et que la réalité du tournage implique de substantielles économies par rapport à cette norme.

A cet égard, les dépenses mentionnées pour l'ensemble des personnels techniques et de production correspondent à des tarifs semaine nettement plus élevés que ceux, pourtant conséquents, de la grille officielle du Burkina Faso (cf. Supra). Dans ces conditions, l'analyse des données présentées ne peut se limiter qu'à une appréhension des rémunérations des comédiens au regard du budget global ainsi qu'à une comparaison horizontale (entre les différents genres).

**Tableau 32 : Les coûts de production des œuvres audiovisuelles nigérianes**

US \$	Cas 1 : Œuvre cinématographique	Cas 2 : Documentaire	Cas 3 : Magazine	Cas 4 : TV Show
Durée du tournage	3 semaines	7 jours	-	-
Support	DV Cam	DV Cam	DVCam	-
Durée	120mn	90mn	30 mn 36 épisodes en 2004 20h.30, dimanche	45mn 42 diffusion/an 20h00, mercredi
<b>1. Développement du projet</b>				
Scénario	2 500	2 000	-	-
Repérages pour les tournages en extérieur	1 500	1 000	-	-
Autorisations de tournage	2 000	2 000	-	-
Analyse de faisabilité	-	1 500	-	2 500
Autres dépenses	-	-	-	-
<b>2. Equipe de production</b>				
Réalisateur	4 000	2 500	600 par épisode	500
Assistant réalisateur / régisseur	2 000	1 500	-	200
Scénariste	1 500	1 500	200	100
Directeur de production	2 000	1 500	150 par semaine	200
Régie	-	-	-	-
Maquilleur	200 par jour	200 par jour	100	70
Effets spéciaux	3 500	--	--	-
Habilleur - costumier	200 par jour	200 par jour	100	70
Décorateur	1 500	1 500	150	-

Comptable	1 300	1 000	Equipe permanente - 4500 par an	Equipe permanente - 4500 par an
Autre personnel de production	-	-	-	-
<b>3. Equipe technique</b>				
Caméraman	2 000	670	250	250
Assistant Caméraman	1 000	333	150	150
Ingénieur du son	2 500	830	300	300
Ingénieur éclairagiste	2 500	830	300	300
Ingénieurs assistants	1 500	500	150	150
Electricien	150 par jour	150 par jour	100	100
Autre personnel technique	-	-	-	-
<b>4. Interprétation</b>				
Casting	Pas d'agences de casting	-	-	-
Acteurs	Pour les acteurs principaux : 4 000- 10 000. Pour les autres acteurs : 1 000 and 3 000.	4 000	En moyenne 2 000 par semaine	
<b>5. Matériel</b>				
Caméras	350 par jour	350 par jour	350 par jour	350 par jour
Matériel d'enregistrement	300 par jour	300 par jour	300 par jour	300 par jour
Eclairage	300 par jour	300 par jour	300 par jour	300 par jour
Machines	200 par jour	200 par jour	200 par jour	200 par jour
<b>6. Logistique</b>				
Chauffeurs	150 par jour	100 par jour	100	100
Frais de déplacements	4 000	1 400	Min. 300 par enregistrement	Min. 300 par enregistrement
Hébergement des équipes	9 000	2 600	Min. 800 par semaine	Min. 800 par semaine
Autres frais	-	-	-	-
<b>7. Versement de droits</b>				
Achat / dépôt du copyright	2 000	2 000	2 000	2 000
Achat de séquences	2 000-5 000	2 000-5 000	2 000-5 000	2 000-5 000
Droits d'adaptation	2 000	2 000	2 000	2 000
Droits sur le son	1 000	1 000	1 000	1 000
Droits musicaux	1 000	1 000	1 000	1 000
Musique originale	2 500-5 000	1 500	1 500	1 500
Autres droits				
<b>8. Autres dépenses</b>				
Assurances	Rare	Rare	Rare	Rare
Communication	3 500	1 500	Min. 500	1 500
Pourboires	1 500	500	150 par semaine	500
Mobilier	2000	750	50 par semaine	750
Autres	-	-	-	-
<b>9. Post production</b>				
Coût du studio	200 par jour	200 par jour	200 par jour	200 par jour
Cachet du monteur	1 500	1 500	150 par semaine	150 par semaine
Mixage du son	1 000	1 000	150	150
Cachet de l'ingénieur du son	1 000	1 000	750	750
Tirage des copies	-	-	-	-
Laboratoire	-	-	-	-
Doublage / sous-titrage	400	250	-	-
<b>Total*</b>	55 000	35 000	10 000/ émission	10 000/émission

\*Le devis total est celui mentionné par les producteurs, il peut ne pas correspondre à la somme des dépenses mentionnés pour chaque poste. Les pourcentages calculés dans le tableau sur la structure des coûts s'appuient sur le devis obtenu en sommant les différentes dépenses mentionnées.

### **Les coûts de production d'un long-métrage vidéo**

L'œuvre retenue illustre la singularité de la production vidéo nigériane, singularité particulièrement forte au regard des coûts et des conditions de production prévalant au Sénégal ou au Burkina Faso. En termes de devis (55 000 \$), ce long-métrage se situe dans la fourchette haute de la production nigériane. Généralement, le coût de production moyen d'une vidéo nigériane s'élève autour de 19 000 \$, le respect de certaines exigences qualitatives imposant selon Tunde Kelani un coût plancher de 49 000 \$.

Pourtant, malgré ce positionnement haut de gamme de l'œuvre étudiée, la comparaison de son coût de production minute avec ceux des longs-métrages burkinabé et sénégalais est explicite. Le film nigérian affiche un coût de 458,3 \$/minute, contre 1 462 \$ pour le projet 1 du Sénégal et 3 249 \$ pour le long-métrage burkinabé.

La comparaison avec le Sénégal est intéressante dans la mesure où le film y est également tourné en vidéo. La cherté relative de l'œuvre sénégalaise révèle la persistance de normes, de pratiques tarifaires héritées de la production cinématographique traditionnelle, et ce malgré l'usage du support vidéo.

Ces caractéristiques sont confirmées par l'étude des 36 dossiers reçus en 2003 par le Fonds Sud Télévision effectuée par Barrot (2005). Sur la base des budgets prévisionnels rapportés à la minute produite, Barrot constate que : *« le projet le plus cher vient du Burkina Faso : 10 769 euros par minute... Le projet le moins cher vient du Nigeria : 222 euros par minute...Le réalisateur Burninabé qui a le budget le plus élevé est alors un inconnu. Le réalisateur nigérian... est, quant à lui, considéré comme le plus grand réalisateur en activité dans son pays : Tunde Kelani, 57 ans, diplômé de la London Film School, honoré dans de nombreux festivals<sup>10</sup> »*.

La faiblesse relative des coûts de production des vidéos nigérianes contraste avec les recettes potentielles du marché domestique. Le niveau de recette moyenne par film nigérian varierait selon les sources entre 75 000 \$ et 33 000 \$ (cf. Barrot, 2005, p. 41). Une recette d'autant plus impressionnante qu'elle n'est imputable qu'au seul segment de la vidéo. En effet, seule une poignée de films (ceux en Yoruba) sont projetés dans les salles, via des projecteurs vidéos, avant leurs sorties en DVD. Par ailleurs, les recettes provenant de la diffusion télévisuelle se

---

<sup>10</sup> Cf. Barrot (2005), p. 14.

limitent à celles versées par la chaîne câblée sud-africaine AfricMagic (700 \$ pour un film nigérian).

Ces données illustrent le haut niveau de rentabilité de la production vidéo nigériane. Face à cette perspective de profits élevés, le secteur s'est rapidement structuré autour du phénomène de vedettariat bénéficiant en premier lieu aux comédiens. Les rémunérations des comédiens(nes) les mieux payés sont ainsi rentrées dans le domaine public. On parle d'ailleurs des « big five » pour les cinq plus grandes comédiennes et des « big six » pour leurs équivalents masculins. Pour ces « stars », les chiffres avancés font état d'une rémunération plancher de 5 800 euros par film (pour l'actrice Omotola Lalade-Ekeinde), et de cachets pouvant atteindre 17 500 euros (Geneviève Nnaji).

Cette montée en puissance des comédiens a contribué à contester le pouvoir, jusqu'alors absolu, des producteurs/distributeurs dans la captation des rentes importantes générées par le secteur. En 2004, ces derniers ont tenté de protéger leur pouvoir de marché en boycottant les comédiens les mieux payés et les plus exigeants.

La structure du coût de production du film référencé illustre le pouvoir de marché détenu par les comédiens. Le cachet des acteurs principaux varie ainsi entre 4 000 et 10 000 \$. Avec 10 000\$, l'acteur vedette est la personne la mieux rémunérée du tournage. Son cachet est plus de deux fois supérieur à celui du réalisateur. Surtout, la rémunération des premiers rôles égale quasiment l'ensemble des dépenses d'interprétation du film burkinabé pourtant cinq fois plus cher (cf.Supra). Par ailleurs, sur la base d'une hypothèse minimale d'un casting de 4 comédiens (1 comédien à 10 000\$, 1 à 4 000 \$, 1 à 1 000 \$, 1 à 3 000\$), les dépenses d'interprétation s'élèveraient à 18 000 \$, soit près de 33% du budget total.

### **Les coûts de production des autres programmes**

Généralement, les mêmes professionnels travaillent sur les long-métrages, les fictions et les documentaires. En théorie, les rémunérations globales sont donc conditionnées par la durée du tournage et les perspectives de recettes conditionnées par le support d'exploitation de l'œuvre (marché de la vidéo, diffusion télévisuelle, réseau ONG).

Pourtant, les tarifs mentionnés traduisent une certaine déconnexion entre les coûts et les conditions d'exploitation propres à chaque genre. Seule la durée de tournage paraît influencer sur le montant du devis global. Ce résultat incite à considérer les données mentionnées avec prudence. A ce niveau, la rémunération/semaine du réalisateur du documentaire supérieure à celle pourtant relativement élevé du réalisateur du long-métrage est surprenante.

Certes, l'économie du documentaire nigérian est largement conditionnée par la commande publique ou para publique. En 2004-2005, le gouvernement nigérian a ainsi commandé un certain nombre de documentaires (15 000\$ par documentaire) pour soutenir son projet *Heart of Africa*. Des agences internationales comme l'USAID, l'UNDP et des ONG spécialisées sur les problèmes du SIDA sont également des commanditaires actifs. Cette intrusion peut contribuer à structurer les pratiques tarifaires vers les normes mentionnées.

Les émissions de flux sont produites par des structures indépendantes des diffuseurs. Toutefois, ces sociétés fonctionnent comme des structures intégrées : elles disposent d'équipes salariés à l'année, du matériel technique...

## II.5. Les coûts de production des œuvres audiovisuelles des pays du Moyen-Orient

### II.5.1. L'Égypte

Tableau 33 : Les coûts de production des oeuvres audiovisuelles égyptiennes

US \$	Cas 1 : Œuvre cinématographique	Cas 2 : Documentaire	Cas 3 : Magazine	Cas 4 : TV Show
Support	35mm	DV Cam	DV Cam	DV Cam
Durée	90mn	15 mn	30 -50 mn hebdomadaire, 48 épisodes/an	45 mn, hebdomadaire, 48 épisodes/an
<b>Coûts de production</b>				
<b>1. Développement du projet</b>				
Scénario	8 000	1 000	350 par épisode	350 par épisode
Repérages pour les tournages en extérieur	1 600	5 000	300-500	750 par épisode
Autorisations de tournage	2 000	1 000	350	200 par épisode
Analyse de faisabilité	2 000	-	100	-
Autres dépenses	2 000	5 000		
<b>2. Equipe de production</b>				
Réalisateur	20 000	2500	750 par épisode	750 par épisode
Assistant réalisateur / régisseur	3 000	500	375 par épisode	375 par épisode
Scénariste	6 000	500	-	350 par épisode
Directeur de production	6 000	500	350 par épisode	1000 par épisode
Régie	4 000	500	350 par épisode	750 par épisode
Maquilleur	4 000	500	200 par épisode	750 par épisode
Effets spéciaux	2 000	500	-	-
Habilleur – costumier	4 000	500	-	75 par épisode
Décorateur	4 000	500	-	200 par épisode
Comptable	6 000	1000	200 par épisode	200 par épisode
Autre personnel de production	5 000	-		
<b>3. Equipe technique</b>				Par épisode
Caméraman	8 000	2 000	350 par épisode	3* 200= 600
Assistant Caméraman	4 000	500	200 par épisode	3*40=120
Ingénieur du son	4 000	1 000	200 par épisode	250
Ingénieur éclairagiste	4 000	500	200 par épisode	200
Ingénieurs assistants	2 000	500	100 par épisode	3*50=150
Electricien	2 000	500	100 par épisode	4*100=400
Autre personnel technique	2 000	500		3*60=180
<b>4. Interprétation</b>				
Casting	10 000	500		600 par épisode
Acteurs	200 000	500	1200 par épisode	Présentateur 750 par épisode
<b>5. Matériel</b>				2000-3000
Caméras	5 000	1 000	200 par jour	
Matériel d'enregistrement	1 000	1 000	200 par jour	
Eclairage	2 000	1 000	100 par jour	
Machines	2 000	-	200-400 par jour	
<b>6. Logistique</b>				
			350 par épisode (intègre les rubriques qui suivent)	350 par épisode (intègre tout ce qui suit)
Chauffeurs	1 000	500	Cf. devant	Cf. devant

Frais de déplacements	1 000	1000	Cf. devant	Cf. devant
Hébergement des équipes	1 000	-	Cf. devant	Cf. devant
Autres frais	1 000	-	Cf. devant	Cf. devant
<b>7. Versement de droits</b>			Cf. devant	Cf. devant
Achat / dépôt du copyright	1 000	200	200 par épisode	200 par épisode
Achat de séquences / métrage	3 000	-	750 par épisode	750 par épisode
Droits d'adaptation	1 000	-	Compris dans le copyright	Compris dans le copyright
Droits sur le son	1 000	-	Compris dans le copyright	Compris dans le copyright
Droits musicaux	1 000	-	Compris dans le copyright	Compris dans le copyright
Musique originale	1 000	-	-	-
Autres droits		-		
<b>8. Autres dépenses</b>		1000		
Assurances	10 000	-	750 par épisode	750 par épisode
Communication	1 000	-	200 par épisode	200 par épisode
Pourboires	1 000	-	350 par épisode	350 par épisode
Mobilier	2 000	-	-	-
Autres	2 000	-		
<b>9. Post production</b>				
Coût du studio	8 000	3 000	750 par jour	750 par jour
Cachet du monteur	7 000	-	300 par jour	300 par jour
Mixage du son	5 000	-	200 par jour	200 par jour
Cachet de l'ingénieur du son	5 000	-	20 par jour	20 par jour
Tirage des copies	6 000	-	-	-
Laboratoire	6 000	-	-	-
Doublage / sous-titrage	1 000	-	-	-
<b>Total*</b>	391 600 385 600, hors frais de tirage des copies	34 700	10 195 par épisode	15 370 par épisode

\*Le devis total est celui mentionné par les producteurs, il peut ne pas correspondre à la somme des dépenses mentionnés pour chaque poste. Les pourcentages calculés dans le tableau sur la structure des coûts s'appuient sur le devis obtenu en sommant les différentes dépenses mentionnées.

**Tableau 34 : Structure des coûts de production des oeuvres audiovisuelles égyptiennes**

	Œuvre cinématographique	Documentaire	Magazine	TV Show	Animation
Droits artistiques <sup>1</sup>	6,1%	35,2%	16,1%	14,7%	7,5%
Personnel	27,0%	38,9%	37,6%	43,0%	48,5%
Interprétation	54,5%	2,9%	8,6%	8,8%	0,0%
Moyens techniques	2,6%	8,6%	8,6%	16,3%	28,0%
Pellicules-laboratoire	4,9%	8,6%	12,6%	7,3%	3,7%
Transports, défraiements, régie	0,8%	2,9%	3,1%	1,7%	2,2%
assurances, divers	4,1%	2,9%	13,4%	8,2%	10,1%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

1. Les droits artistiques intègrent l'ensemble des Versements de droits et les dépenses relatives au développement du projet.

### **Les coûts de production d'une œuvre cinématographique**

Depuis 2001, la filière cinématographique égyptienne s'est profondément modifiée. De nombreuses restructurations ont permis l'émergence de grands groupes intégrés verticalement et contrôlant de fait l'ensemble des segments de la filière, notamment le marché des salles. Ce

renforcement de la concentration des moyens de production et la maîtrise des débouchés par les firmes de production se sont accompagnées par un affaiblissement du pouvoir des réalisateurs et une fragilisation des petites structures indépendantes.

En revanche, cette rationalisation de la filière a contribué au renforcement du pouvoir de négociation des comédiens et à l'affirmation du Star System. La principale dépense de l'œuvre cinématographique retenue concerne ainsi le poste Interprétation. Les rémunérations des comédiens captent plus de la moitié du budget. D'une valeur globale de 210 000 \$, elles sont deux fois plus importantes que le total des salaires versés à l'ensemble du personnel (103 000\$). A ce niveau, le réalisateur s'impose de loin comme le poste le mieux rémunéré (20 000\$).

Les rémunérations des autres postes de personnel sont relativement homogènes : 8 000\$ pour le caméraman à 1 000 \$ pour le chauffeur. Par contraste, les dépenses d'équipements sont modestes : 29 000 \$ en intégrant les moyens techniques relatifs au montage.

### **Les coûts de production du documentaire**

En Egypte, la production de documentaires est très rare. Les principaux diffuseurs en programment très peu. En fait, seules les chaînes publiques usent de ce genre de programmes, il s'agit alors d'une activité non rentable. Certains réalisateurs peuvent bénéficier d'un financement s'inscrivant dans le cadre d'une coproduction (notamment avec la France). Dans la plupart des cas, les thèmes traités sont d'ordre biographique ou historique.

En dépit d'une durée limitée et de l'utilisation du support vidéo, le budget de l'œuvre retenue est conséquent. Il s'élève ainsi à 34 700 \$, soit un coût par minute produite de 2 313 \$ finalement guère éloigné de celui du long-métrage pourtant tourné en 35 mm (4 273 \$/minute, hors frais de tirage copies).

De fait, le tournage a bénéficié d'une équipe de production et d'une équipe technique quasi-complètes. L'ensemble des postes sont ainsi valorisés. Au total, les dépenses de personnel s'imposent comme le principal poste du devis (38,9%). A l'exception du réalisateur (2 500\$), du comptable (1 000 \$), du caméraman (2000 \$) et de l'ingénieur du son (1 000\$), l'ensemble du personnel est traité de façon uniforme (500 \$).

La phase de préparation du tournage a également entraîné des dépenses substantielles. Elle représente l'intégralité des dépenses inscrites en Droits Artistiques (35,2% du devis). A ce titre, 10 000 \$ ont été consacrés à des frais de recherche et à des repérages pour les tournages en extérieur et à des frais de recherche.

### **Les coûts de production des émissions de plateaux**

En Egypte, le concept du magazine n'existe réellement que depuis cinq ans. Il occupe désormais une place importante dans la programmation des diffuseurs et s'impose comme un genre populaire. Malgré une place importante au sein des grilles de programmes, les Studio Shows ne sont guère populaires. Le seul véritable succès est celui de « Who will win the million » présenté par un présentateur libanais.

Le budget de production de ces programmes est généralement peu élevé, les principales dépenses (et variations dans le montant du devis) étant celles du présentateur (selon son taux de notoriété) et du producteur (selon les recettes potentielles du programme et donc son heure de programmation). Dans notre exemple, le présentateur du magazine perçoit ainsi le plus gros salaire de l'ensemble du personnel (1 200 \$ par émission), soit près de 12% du devis total. A l'inverse, le producteur bénéficie d'une rémunération modeste (350 \$/émission, soit un salaire équivalent à celui du caméraman). Ce rapport de forces est inversé dans le cas du Studio Show retenu.

## II.5.2. La Jordanie

Tableau 35 : Les coûts de production des oeuvres audiovisuelles jordaniennes

US \$	Cas 1 : Œuvre cinématographique	Cas 2 : Fiction TV	Cas 3 : Documentaire	Cas 4 : Magazine	Cas 5 : TV Show
Support	HD	HD	HDV	DigiBeta	-
Durée	na	90 mn	na	Na	Na
<b>Coûts de production</b>					
<b>1. Développement du projet</b>					
Scénario	1000		1000	500 - 700	500 - 700
Repérages pour les tournages en extérieur	150/ jour	100-150/jour	150/jour	100 - 150/jour	100 - 150/jour
Autorisations de tournage	0	0	0	0	0
Analyse de faisabilité	0	0	0	0	0
Autres dépenses	0	0	0	0	250-1000/jour
<b>2. Equipe de production</b>					150 – 300/jour
Réalisateur	200/ jour	250-1000/jour	180/jour	250 - 1000/jour	250 - 1000/jour
Assistant réalisateur / régisseur	80/jour	150 - 300/jour	70/jour	150 - 300/jour	150 - 300/jour
Scénariste	-	100-200/jour	50/jour	100 - 200/jour	100 - 200/jour
Directeur de production	180/jour	300-550/jour	150/jour	300 – 550/jour	300 – 550/jour
Régie	-	400/jour	-	400/jour	400/jour
Maquilleur	100/jour	200-300/jour	80/jour	200 - 300/jour	200 - 300/jour
Effets spéciaux	150/jour	600/jour	100/jour	600/jour	600/jour
Habilleur - costumier	100/jour	200-300/jour	80/jour	200 - 300/jour	200 - 300/jour
Décorateur	120/jour	300-500/jour	100/jour	300 - 500/jour	300 - 500/jour
Comptable	50/jour	500-600/semaine	50/jour	500 - 600/semaine	500 - 600/semaine
Autre personnel de production	-	-	-	-	-
<b>3. Equipe technique</b>					
Caméraman	150/jour	90-250/jour	100/jour	90 - 250/jour	90 - 250/jour
Assistant Caméraman	50/jour	50 - 150/jour	35/jour	50 - 150/jour	50 - 150/jour
Ingénieur du son	50/jour	50-100/jour	50/jour	50 - 100/jour	50 - 100/jour
Ingénieur éclairagiste	50/jour	50-100/jour	50/jour	50 - 100/jour	50 - 100/jour
Ingénieurs assistants	50/jour	25 - 50/jour	35/jour	25 50/jour	25 50/jour
Electricien	35/jour	240 - 420/semaine	50/jour	240 - 420/semaine	240 - 420/semaine
Autre personnel technique	50.jour	-	-	-	-
<b>4. Interprétation</b>					
Casting	variable	200/jour	-	200/jour	200/jour
Acteurs	30 - 150/jour	150-400/jour	150/jour	150 – 400/jour	150 - 400/jour
<b>5. Matériel</b>					
Caméras	150/jour	150/jour	100-200/jour	150/jour	150/jour
Matériel d'enregistrement	Nd	100/jour	50/jour	100/jour	100/jour
Eclairage	100/jour	Nd	40 - 100/jour	Nd	Nd
Machines	200/jour	Nd	nd	Nd	Nd
<b>6. Logistique</b>					
Chauffeurs	30/jour	35/jour	25/jour	35/jour	35/jour
Frais de déplacements	120/jour	120/jour	nd	120/jour	120/jour
Hébergement des équipes	25/jour	70-100/jour	20-60/personne/nuit	70 - 100/jour	70 - 100/jour
Autres frais	125/jour	nd	nd	Nd	Nd
<b>7. Versement de droits</b>					

Achat / dépôt du copyright	nd	200 – 1 000	Nd	200 - 100	200 - 100
Achat de séquences / métrage	<b>100 - 600 / hour From Jordan TV</b>				
Droits d'adaptation	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd
Droits sur le son	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd
Droits musicaux	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd
Musique originale	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd
Autres droits	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd
<b>8. Autres dépenses</b>					
Assurances	72.5/ personne/ semaine	nd	72.5 /personne/mois	72.5/personne/mois	72.5/personne/mois
Communication	10 cent/minute	Nd	Nd	Nd	Nd
Pourboires	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd
Mobilier	1500	Nd	Nd	Nd	Nd
Autres	nd	Nd	Nd	Nd	Nd
<b>9. Post production [Voir le commentaire (II)]</b>					
Coût du studio	700 - 1500/jour	700 - 1500/jour	700 - 1500/jour	700 – 1500/jour	700 - 1500/jour
Cachet du monteur	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd
Mixage du son	715 - 3000/projet				
Cachet de l'ingénieur du son	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd
Tirage des copies	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd
Laboratoire	360/jour with operator				
Doublage / sous-titrage	Nd	Nd	Nd	Nd	Nd
<b>Total*</b>	-	-	-	-	-

Les coûts de production mentionnés dans le cas de la Jordanie correspondent pour chaque poste aux tarifs moyens pratiqués. A l'exception du documentaire, une fourchette de prix est proposée. Elle illustre la volatilité des tarifs en fonction du potentiel commercial (et de sa position au sein de la grille de programmes de diffuseur) du projet, élément clé du montant budgétaire de l'œuvre. Ils ne renvoient donc pas à la structure de coûts propre à une œuvre précise. Il n'existe plus de production cinématographique en Jordanie. Les tarifs indiqués pour ce genre sont donc purement hypothétiques, calculés sur la base des pratiques tarifaires propres à la fiction télévisuelle.

Généralement produits en interne par les diffuseurs sur la base des salariés et des moyens techniques de la chaîne, les fictions télévisuelles, les magazines et les TV Shows se structurent selon une grille de rémunération commune. Le montant du devis d'un programme est donc conditionné par la durée de tournage et par sa position au sein de la grille de programmes (qui conditionne le montant des normes hautes et basses des rémunérations de chaque poste).

Selon la nature du projet, le salaire du réalisateur peut ainsi varier de 250 \$ à 1000 \$/jour. La rémunération des autres postes semble plus rigide à la hausse : la gamme de salaires du

directeur de production s'étend de 300 \$ à 550 \$, celle des comédiens de 100 à 400 \$, celle du caméraman de 90 à 250 \$.

L'économie des principaux contenus audiovisuels jordaniens semble donc valoriser le réalisateur comme le principal input susceptible d'influer sur la qualité d'ensemble du projet et son succès potentiel. Pour un projet donné, les écarts de rémunération entre les différents postes sont relativement restreints. Dans le cas d'un projet doté d'un devis restreint, les salaires des personnels de l'équipe technique et de l'équipe de production varient entre 25\$ pour les assistants à 300\$ pour le directeur de production.

Sur un projet haut de gamme, le réalisateur se distingue avec un salaire de 1 000\$/jour, soit 450\$ de plus que le directeur de production (deuxième salaire de l'ensemble du personnel). Toutefois, en dehors de ce poste, la gamme des salaires reste étroite : elle s'étend de 50 \$ à 550 \$.

Au regard de ces programmes internes aux diffuseurs, l'économie du documentaire jordanien révèle des moyens beaucoup plus restreints. Par rapport aux normes basses de la fiction télévisuelle, le niveau des rémunérations des personnels du documentaire est divisé par deux. Cette caractéristique est particulièrement avérée dans le cas du personnel de production : - 53% pour le salaire journalier de l'assistant réalisateur, - 28% pour le réalisateur, -50% pour le directeur de production et le scénariste, -60% pour le maquilleur, -70% pour le directeur artistique.

En revanche, la base de rémunération des équipes techniques est plus en phase avec les pratiques de la fiction télévisuelle. Sur le documentaire, le salaire horaire du caméraman est même supérieur à celui pratiqué sur une fiction télévisuelle bas de gamme.

## II.6. Les coûts de production des programmes audiovisuels en Lettonie

Tableau 36 : Les coûts de production des oeuvres audiovisuelles lettones

US \$	Cas 1 : Œuvre cinématographique	Cas 2 : Fiction TV	Cas 3 : Documentaire	Cas 4 : Magazine
Support	Super 16, gonflé en 35 mm	Beta SP	Digi Beta	Beta SP
Durée	90 mn	7*52'	52 mn	26 mn, Lundi-vendredi : 18h30, Direct
Pays coproducteur	aucun	aucun	France	Aucun
<b>Coûts de production</b>				
<b>1. Développement du projet</b>				
Scénario	15 444	550	1 557	223
Repérages pour les tournages en extérieur	13 647	476	-	-
Autorisations de tournage	-	-	10 749	-
Analyse de faisabilité	-	-	21 838	-
Autres dépenses	7 297	-	5 716	-
<b>2. Equipe de production</b>				
Réalisateur	25 740	1 601	10 768	165
Assistant réalisateur / régisseur	3 064	976	4 102	-
Scénariste	2 076	238	-	-
Directeur de production	9 576	659	6 153	-
Régie	-	-	-	-
Maquilleur	3 830	612	586	13
Effets spéciaux	-	147	-	-
Habilleur – costumier	-	863	-	6
Directeur artistique	12 870	965	3 296	7
Assistant directeur artistique	2 297	-	-	-
Accessoiriste	1 946	-	-	-
Costumier	3 830	-	-	-
Assistant Costumier	2 189	-	-	-
Comptable	3 907	604	659	-
Autres dépenses	-	659	-	141
<b>3 Equipe technique</b>				
Cameraman	15 444	769	5 219	97
Assistant Cameraman	5 186	445	3 736	-
Ingénieur du son	4 309	528	-	64
Assistant Ingénieur du son	2 189	-	-	-
Ingénieur éclairagiste	2 083	343	-	42
Ingénieurs assistants	2 083	-	-	-
Electricien	-	-	-	-
Photographe de plateaux	2 681	-	-	-
Machiniste	1 946	-	-	-
Autre personnel technique	-	-	-	42
<b>4. Interprétation</b>				
Casting	-	-	-	73
Acteurs	51 480	5 092	1 612	-
Extras	6 895	-	-	-
<b>5. Matériel</b>				
Caméras	43 642	-	16 254	46
Matériel d'enregistrement	6 895	-	1 582	39
Eclairage	18 987	-	1 593	(included in the set of camera equipment)
Machines	11 855	-	-	-
<b>6. Logistique</b>				
Chauffeurs	-	550	-	35
Frais de déplacements	6 950	733	962,05	37
Hébergement des équipes	4 921	4 009	3 076	-
Autres frais	955	-	1 443	123

<b>7. Versement de droits</b>				
Achat / dépôt du copyright	The film is an adaptation of a theatre play made by the author of the play		3 479	39
Achat de séquences / métrage	-	37	-	-
Droits d'adaptation	-	-	-	-
Droits sur le son	-	-	-	-
Droits musicaux	-	-	-	-
Musique originale	-	227	-	-
Autres droits	-	-	-	-
<b>8. Autres dépenses</b>				
Assurances	1 432	55	2 992	-
Communication	6 131	366	-	31,13
Pourboires	-	-	-	-
Mobilier	-	6 777	-	-
Autres	11 043	-	2 344	-
<b>9. Post production [Voir le commentaire (II)]</b>				
Coût du studio	16 065	-	-	-
Cachet du monteur	-	-	-	73,26
Mixage du son	13 899	-	-	-
Cachet de l'ingénieur du son	-	-	-	43,96
Tirage des copies	-	-	-	-
Laboratoire	-	-	-	-
Doublage / sous-titrage	-	-	-	-
<b>Total*</b>	<b>344 784</b>	<b>23 189</b>	<b>77 129</b>	<b>1 340</b>

\*Le devis total est celui mentionné par les producteurs, il peut ne pas correspondre à la somme des dépenses mentionnés pour chaque poste. Les pourcentages calculés dans le tableau sur la structure des coûts s'appuient sur le devis obtenu en sommant les différentes dépenses mentionnées.

**Tableau 37 : Structure des coûts de production des oeuvres audiovisuelles lettones**

	Œuvre cinématographique	Fiction TV	Documentaire	Magazine	Animation
Droits artistiques <sup>1</sup>	10,6%	4,5%	13,8%	19,6%	2,7%
Personnel	31,1%	33,3%	44,8%	54,4%	82,4%
Interprétation	16,9%	18,0%	2,0%	5,5%	2,3%
Moyens techniques	23,6%	0,0%	25,2%	6,3%	9,4%
Pellicules-laboratoire	8,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Transports, défraiements, régie	3,7%	18,7%	7,1%	11,9%	0,0%
assurances, divers	5,4%	25,5%	6,9%	2,3%	3,2%
Total	100,0%	100,0%	99,8%	100,0%	100,0%

1. Les droits artistiques intègrent l'ensemble des Versements de droits et les dépenses relatives au développement du projet.

### **Les coûts de production d'une œuvre cinématographique et d'une fiction télévisuelle**

Le film retenu est un bon exemple des conditions de production des longs-métrages lettons. Son budget est légèrement supérieur à la moyenne de la production nationale (205 623 \$ en 2003). Par ailleurs, le soutien public apporté par le National Film Centre of Latvia constitue sa principale source de financement (78,3%), Media Plus Development apportant 2,87% du devis.

La rémunération de l'ensemble des personnels (y compris les comédiens) représente plus de 50% du devis. A ce niveau, le poids des dépenses d'Interprétation est particulièrement élevé (16,9% du devis, contre 11,5% en moyenne dans le cas de la production cinématographique

française). Avec un montant total de 51 480 \$, la rémunération globale des acteurs excède de près de plus de 60% celle de l'ensemble technique.

Les rémunérations de l'équipe technique sont relativement homogènes selon les postes. En dehors du salaire du caméraman qui est plus élevé (deuxième salaire de l'ensemble du personnel en dehors des comédiens), les rémunérations s'échelonnent entre 5186 \$ (assistant caméraman) et 1 946 \$ (machiniste). Cette caractéristique se vérifie également dans le cas de l'équipe de production, en dehors des rémunérations du réalisateur (premier salaire à 25 740 \$) et du directeur de production (troisième salaire à 9 576 \$).

La production de la fiction télévisuelle retenue est assurée en interne par le diffuseur commanditaire. A ce niveau, l'utilisation des Moyens Techniques et du matériel de post-production du diffuseur n'ont pas été valorisés dans le budget du film. Même en l'absence de données précises sur les durées de tournage, l'écart entre la valeur des dépenses de personnel du long-métrage et de la fiction télévisuelle est tel (vingt fois moins pour le caméraman, 15 fois moins dans le cas du directeur de production, seize fois dans le cas du réalisateur, 12 fois moins dans le cas de l'assistant caméraman, 8 fois moins dans le cas de l'ingénieur du son) qu'il semble avéré de conclure que l'économie d'ensemble de la production de la fiction télévisuelle est largement plus précaire que celle de la production cinématographique. La faiblesse des ressources de la télévision lettonne et l'absence d'un système d'aide équivalent à celui du cinéma (cf. Section I) expliquent pour une grande partie des pratiques tarifaires bien en deça des normes cinématographiques.

### **Les coûts de production d'un documentaire**

Le documentaire retenu est une coproduction majoritaire française. Son financement s'appuie essentiellement sur le soutien public (près de 70% du devis) et sur le pré-achat d'une chaîne française. En Lettonie, le financement du documentaire repose pour une large part sur le soutien public (qui couvre en moyenne 55% du coût de production).

Une part importante du coût de production du projet étudié est captée par des dépenses relatives au poste Droits artistiques (près de 14% du devis). La plus grosse partie de ces dépenses est liée à la phase de pré-production avec un travail important de recherche et de documentation (21 837 \$) et le paiement de droit de tournage dans les musées de Lettonie et de Russie (10 749,2 \$).

En revanche, le tournage s'est appuyé sur une équipe technique très réduite : le caméraman et son assistant. L'équipe de production est plus conséquente (elle comprend notamment un

directeur artistique). Surtout, les rémunérations des principaux postes sont relativement élevées, au regard notamment des niveaux observés dans le cas de la production cinématographique : 10 767\$ pour le réalisateur (207,1 \$/minute produite, contre 286\$/minute produite dans le cas du long-métrage cinématographique), 4 101\$ pour son assistant (3 064 \$ dans le cas du cinéma), 6 153 \$ pour le directeur de production (soit un coût/minute produite de 118,3 \$, contre 106,4 \$ dans le cas du long-métrage). Ces tarifs expliquent le poids important des dépenses de personnel dans le devis (44,8%).

### **Les coûts de production d'un magazine**

Le magazine retenu est diffusé en direct, il est entrecoupé de reportages. L'importance des dépenses en Droits Artistiques reflète les coûts de préparation de l'émission (223,4 \$). Les dépenses de personnel concentrent près de 60% du devis. A ce niveau, le journaliste chargé des reportages est le mieux rémunéré (82,4 \$ par émission). Il devance le présentateur (73,3 \$ par émission) et le producteur (73,3 \$ par émission). Ces trois postes captent près de 20% du budget de l'émission.

Le poste Autres dépenses de production intègre le salaire de l'administrateur (36,6 \$), celui du consultant (18,3 \$), celui du chargé de communication (3,66 \$) et du journaliste responsable des reportages. Par ailleurs, le poste relatif au caméraman comprend la rémunération des trois caméramen studio et celle du caméraman chargé des reportages.

## II.7. La production d'animation : un processus de fabrication spécifique

La fabrication des œuvres d'animation s'appuie sur un processus spécifique au regard de la production des autres œuvres audiovisuelles. Cette singularité révèle une complexité et une lourdeur d'ensemble. La phase de pré-production intègre la conception et la préparation : l'écriture, la création des différents modèles de *design*<sup>11</sup> *graphique*, le *story-board*<sup>12</sup>, le *lay-out*<sup>13</sup>. L'écriture se décompose en synopsis, séquencier (qui reprend l'histoire scène par scène) et scénario (décrit plan par plan l'action, le décor, en associant le dialogue).

La fabrication s'appuie alors sur un enchaînement d'étapes complexes. Elle commence par le transfert du *lay-out* par le décorateur. Il le met en couleurs en respectant les règles de raccord et de continuité. Le travail d'animation s'opère en trois temps. En premier lieu, intervient la concrétisation du mouvement à partir du *lay-out*. L'animateur réalise ainsi les dessins clés, indique le nombre de dessins intermédiaires et la cadence. Ces dessins sont repris et exécutés aux normes, selon les *model-sheets*.

La mise au net des dessins des animateurs permet alors d'éliminer les taches et autres traces non désirées. Les dessins réalisés manuellement sont ensuite scannés, préalable à la mise en couleurs informatiques. A ce niveau, le recours à l'informatique permet des gains de productivité considérable au regard de la mise en couleur manuelle traditionnelle. Par ailleurs, l'image numérisée permet des interventions autrefois impossibles : correction d'erreurs, ajouts d'effets, modification de cadrages, intégration d'autres images issues d'autres sources (vues réelles, 3D). Le compositing se substitue alors aux vérifications finales traditionnelles.

La post-production débute une fois que les éléments sonores et visuels sont achevés. La chaîne du son de l'animation comprend l'enregistrement des voix définitives qui peut donner lieu à plusieurs versions linguistiques, l'enregistrement de la musique et des bruitages. Le mixage combine les différentes bandes-son afin d'obtenir la bande-son définitive. Il consiste également à assembler les plans et le son. Cependant, l'animation ne permet pas les mêmes interventions au montage que la prise de vues réelles, le découpage étant arrêté à l'étape du *story-board*<sup>14</sup>.

---

<sup>11</sup> Le *design* regroupe l'ensemble des documents graphiques de référence.

<sup>12</sup> Le *story-board* est un descriptif graphique du film. Il combine scénario et éléments de design en une succession de vignettes. Celles-ci illustrent le déroulement de l'action plan par plan. Le *story-board* peut être enregistré sur une bande-dialogues afin de créer une maquette visuelle, et ce dans le but de vérifier la correction du minutage et la pertinence des raccords. La feuille d'exposition synthétise tous les éléments de chaque plan et les actualise au fur et à mesure de leur création.

<sup>13</sup> Le *lay-out* s'effectue à partir des différentes feuilles de modèle, du *story-board* et des données consignées dans la feuille d'exposition. Ils s'agit de dessins, en taille réelle, représentant chaque scène du *story-board* en version animée. Cette étape permet de préparer chaque plan avec le bon cadrage en vue de l'animation et du tournage.

<sup>14</sup> Le développement récent de la 3D apporte quelques évolutions dans le processus de production. Celui-ci intègre trois phases : modélisation, animation et rendu. La modélisation d'un personnage vise à créer un squelette animable et des textures. L'animation consiste à positionner les éléments animés à un moment précis, c'est à dire à une image précise, et à sauvegarder une clé de cette pose. En 3D, le rendu

La multiplication et le fort degré de spécialisation des tâches expliquent le niveau de cherté des œuvres d'animation. En 2004, les œuvres d'animation française (à destination de la télévision) affichent ainsi un coût de production par minute produite de 9 808 € guère inférieur à celui de fictions télévisuelles (14 454 €) pourtant grevé par les phénomènes de star-system qui caractérisent les rémunérations des comédiens.

Un niveau d'autant plus élevé que les œuvres d'animation françaises sont destinées à des créneaux publicitaires moins porteurs en termes tarifaires que ceux de la fiction télévisuelle. Surtout, la fabrication d'œuvres d'animation nécessite une main-d'œuvre qualifiée en phase avec une évolution technologique permanente. Elle est ainsi largement conditionnée par l'existence de formations adaptées.

Dans ces conditions, le développement de la production d'animation est très limité dans de nombreux pays. Sur les 10 pays de notre étude, seuls trois ont fourni des informations à ce niveau. Encore pour un d'entre eux, celles-ci concernent la production d'inserts animés de courte durée parfois intégrés au sein de programmes classiques.

Le programme cambodgien correspond à ce cas de figure. Il reflète la réalité de la production d'animation locale. Celle-ci consiste généralement en de petites séquences animées dans des spots publicitaires. Toutefois, l'exemple mentionné a été produit par une société figurant dans le haut de gamme de la production cambodgienne. Son coût de production (6 000 \$ pour 3 minutes) est le double de celui pratiqué en moyenne sur ce segment (6 000 \$ pour un spot de six minutes).

La réalisation de la séquence a nécessité l'intervention d'un technicien étranger spécialisé dans les effets spéciaux. Celui-ci, assisté d'un ou deux techniciens cambodgiens pour l'animation, le storyboard et le compositing, a assuré les rôles de réalisateur, dessinateur et directeur artistique. Il concentre ainsi l'essentiel des dépenses de personnel. Le salaire du directeur de production est également conséquent. Il n'est pas mentionné car il est intégré dans les frais administratifs du projet dans lequel s'insère la séquence animée. Généralement, sa rémunération s'élève à 15% du budget global.

Seule la Colombie et la Lettonie attestent d'une activité plus conséquente. Par ailleurs, le premier long-métrage d'animation nigérian est actuellement en production, son devis global

---

de textures s'effectue au moment de la modélisation. Après l'animation, une phase de préparation des lumières, d'ajustement des plans affine la lumière pour garantir la cohérence de la séquence et des effets. Lorsque le plan est complet, il peut être calculé. Une fois que les images finales sont stockées sur le support désiré (fichier informatique, bande-vidéo ou 35 mm), la post-production d'une œuvre 3D est similaire à celle d'une œuvre 2D.

est estimé à 40 000 \$ (pour une durée de 100 mn). La production d'animation est très limitée en Egypte, la plupart des programmes diffusés étant importés. Toutefois, au cours des cinq dernières années, deux séries domestiques ont connu un succès important sur les chaînes publiques.

### **Le programme d'animation colombien**

L'exemple colombien est une exception qui ne reflète guère la réalité de la production d'animation domestique. Il s'agit en effet du seul programme entièrement animé de l'histoire de la télévision colombienne. Produit par le principal studio d'animation du pays, il a été retiré de la programmation au bout de deux ans en raison de son coût élevé, de critiques mitigés et d'un manque d'intérêt relatif du public. En plus des dépenses mentionnées, ce projet a nécessité des investissements de structure conséquents : 10 945 \$ pour l'acquisition d'équipements neufs, 2 500 \$ de meubles et d'accessoires et 440 \$ de matériel artistique, soit l'équivalent d'une dépense par épisode de 534 \$. A cela s'ajoutent des frais administratifs importants (évalués à 1 280 \$ par épisode).

En dehors de cet exemple, il n'existe pas de programmes réguliers d'animation sur les chaînes colombiennes. De même, un seul long-métrage d'animation a été produit pour le cinéma. Toutefois, aucune donnée budgétaire n'est disponible sur ce film qui a été réalisé par une structure semi professionnelle et semi scolaire. Selon notre contact, le projet a engagé très peu de frais généraux et les coûts étaient très bas. Les seules dépenses conséquentes ont été le transfert de la vidéo en bobine film réalisé au Etats-Unis et le tirage des copies 35 mm.

En réalité, la principale utilisation des travaux d'animation est assurée par la publicité télévisée. Il s'agit néanmoins d'un débouché non négligeable qui permet l'existence d'un tissu de plus d'une centaine de petites firmes hautement spécialisées (notamment sur la 3D).

### **Le programme d'animation letton**

Historiquement, l'animation s'est toujours imposée comme un genre central de la production audiovisuelle lettonne. En 1965, Arnolds Burovs fondait le studio d'animation de marionnettes letton. Après une période de creux dans les années 80, l'essor du studio Riga a permis de relancer l'animation lettone dans le cadre notamment d'un partenariat avec les sociétés françaises Tiramisu et les Armateurs. Le Studio a ainsi activement collaboré à la réalisation de Kirikou et des Triplettes de Belleville (notamment sur les intervalles, les décors et l'élaboration des personnages de figuration).

Parallèlement, de nouveaux talents ont émergé. Le réalisateur Nils Skapâns perpétue la tradition des films d'animation de marionnettes avec une véritable reconnaissance internationale. Son film Lidojam a reçu le Glass Bear au Festival du film pour enfants de Berlin (1995). Son dernier film (Redzi, Trusi?.. Tētis brauc uz Londonu!) a fait parti de la sélection officielle du Festival international du Film de Berlin (2005).

De même, le réalisateur Vladimirs Leščovs (au sein du Studio Riga) se distingue au niveau international. Son premier film (Vectēva medus, 2003), réalisé au moyen d'une technique très particulière (la peinture d'huile sur verre), a ainsi reçu des prix dans plusieurs festivals internationaux. Son deuxième film (Bezmiēgs, 2004, 7 mn) réalisé grâce à la technique des pastels participe également avec succès à de nombreux festivals.

L'animation constitue la principale activité des studios locaux de production cinématographique. Selon IMCA (2004), la production issue de la trentaine de studios de production lettons se composerait en 2002 de 2 longs-métrages, 6 courts-métrages, 10 documentaires et 6 films d'animation. La plupart des sociétés de prestation audiovisuelle lettones sont également spécialisées dans le secteur de l'animation.

L'œuvre d'animation retenue est une coproduction majoritaire estonienne destinée à une exploitation en salles. Son budget est près de deux fois supérieur à celui du long-métrage traditionnel letton. Il affiche ainsi un coût/minute produite de 7 667 \$, contre 3 831 \$ pour l'œuvre cinématographique traditionnelle. En raison de cette cherté relative, une coproduction internationale est indispensable pour assurer la faisabilité financière du projet.

Les dépenses de personnel captent près de 85% du devis, contre 35,5% dans le cas de l'œuvre cinématographique. A ce niveau, la rémunération des deux réalisateurs représente de loin la principale dépense : 80 098 \$, soit près de 14% du devis de production. Le montant global des rémunérations relatives aux postes Animateurs (126 968 \$), Coloristes des arrière-plans (110 488) laisse à deviner l'importance en nombre des personnels affectés à ces tâches.

**Tableau 38 : Les coûts de production des oeuvres d'animation**

US \$	Colombie	Lettonie	Cambodge
Format	2D	35 mm	2D
Durée	26 épisodes de 30 mn	75 mn	3 mn, inclus dans un film documentaire éducatif
<b>Coûts de production</b>	Par épisode		
<b>1. Développement du projet</b>			
Scénario	440	8 770	(1a)
Analyse de faisabilité	-	-	-
Autres dépenses	-	-	-
<b>2. Equipe de production</b>			
Réalisateur	600	80 098	1500 (1b)
Assistant réalisateur	-	16 779	-
Directeur de production	500	7 076	(1c)
Assistant de production	-	19 816	-
Production designer	350	16 417	(1b)
Décorateur	350	-	(1b)
Dessinateur	-	-	-
Dessinateur des personnages	350	1 438	500 pour un personnage, ou 75 /j
Dessinateur des arrière-plans	350	21 942,1	35 /h ou 75 /j
Coloriste	-	-	-
Responsable du storyboard	-	-	-
Storyboardeur	250	3 474	30 /h ou 75 /j
Responsable de la maquette	-	-	-
Maquettiste	250	16 400	-
Directeur de l'animation	-	18 656	30 /h ou 75 /j
Animateur	250	126 968	-
Animateur des effets spéciaux	-	-	-
Coloriste des arrière-plans	250	110 488	-
Responsable de la colorisation numérique	-	-	-
Coloristes numériques	-	-	-
Responsable de la composition numérique	-	-	500
Compositeur	-	48 566	-
<b>3. Equipe technique</b>			
Ingénieur du son	350	-	500 (1d)
Ingénieur assistant	-	-	-
Ingénieurs informaticiens	-	-	-
Autre personnel technique	-	-	-
<b>4. Interprétation</b>			
Casting	-	-	-
Voix	2 000	-	100
<b>5. Matériel</b>			
Caméras	-	-	-
Equipement informatique	-	48 566	-
Equipement pour la maquette et l'animation	-	-	-
Matériel d'enregistrement	-	-	-
Matériel d'éclairage	-	-	-
Machines	-	-	-
<i>Autres (matériels studio)</i>	-	7 250	-
<b>6. Logistique</b>			
Chauffeurs	-	-	-

Frais de transports	-	-	-
Hébergement pour les équipes	-	-	--
Autres frais	-	-	--
<b>7. Versement de droits</b>			
Achat / dépôt du copyright	-	-	--
Achat de séquences / métrage	-	-	--
Droits d'adaptation	-	-	--
Droits sur le son	-	-	--
Droits musicaux	-	-	--
Musique originale	-	3 290	(1d)
Autres droits	-	-	-
<b>8. Autres dépenses</b>			900 (1c)
Assurances	-	3 629	-
Communication	-	15 441	-
Pourboires	-	-	-
Mobilier	-	-	-
Autres	-	-	-
<b>9. Post production]</b>			
Coût du studio	-	-	-
Monteur	400	-	-
Mixage du son	-	-	-
Ingénieur du son	-	-	-
Tirage des copies	-	-	-
Laboratoire	-	73 032	-
Doublage / sous-titrage	-	10 999	-
<b>Total*</b>	10 000 par épisode	659 095, hors tirage copie : 575 064	6 000

\*Le devis total est celui mentionné par les producteurs, il peut ne pas correspondre à la somme des dépenses mentionnés pour chaque poste.

(1a) L'écriture de la séquence animée est incluse dans le script du documentaire éducatif pour lequel elle a été produite. Au total, ce script a coûté 1000 \$.

(1b) Cette séquence a nécessité l'intervention d'un technicien étranger spécialisé dans les effets spéciaux : il assure alors les rôles de réalisateur, dessinateur et directeur artistique, et est assisté d'un ou deux techniciens cambodgiens pour l'animation, le storyboard, le compositing...

(1c) Le salaire du directeur de production, également producteur, est compris dans les frais administratifs, représentant en moyenne 15 % du budget global. Ces frais servent aussi à couvrir d'autres dépenses comme les pourboires ou les communications. A noter que de plus en plus, les producteurs prévoient une petite somme dans les « imprévus », en prévision de l'application de la loi sur le copyright ou en cas de création d'une taxe particulière sur ce type de revenus, ce qui pourrait très bien survenir subitement dans ce pays.

(1d) Ce tarif inclut la création de la bande son et de la musique

## Bibliographie

Barlet O., (2005), *Les tendances du marché audiovisuel : perspectives africaines*, Rapport, Unesco, Mimeo

Barrot P., (2005), *Nollywood, Le phénomène vidéo au Nigéria*, L'Harmattan, Paris

CNC (2005), *Les coûts de production des films en 2004*, Etude, Centre National de la Cinématographie, Paris

Cocq E., Lévy F., (2005), *Les Marchés Audiovisuels dans les pays en développement- Bilan statistique centré sur 11 pays*, Rapport, Unesco, Mimeo

Cocq E., Kohler P., (2003), « Une caractérisation des contraintes pesant sur le secteur de l'audiovisuel en Europe », *La préparation du Doha Round : le cas des services*, chapitre 3, Contrat de recherche, Groupe d'Economie Mondiale pour le Commissariat Général du Plan, Paris

Creton L., (1994), *Economie du cinéma*, Nathan Université, Paris

Ghoneim A. F., (2005), « Audio-Visual Policies and International Trade: The Case of Egypt », in P. Guerrieri, L. Iapadre, G. Koopmann, (editors), *Competition, Cultural Variety and Global Governance : The case of the Global Audio-Visual System*, Edward Elgar, Londres

Henderson D., (1999), *The MAI Affair : A Story and its Lessons*, Melbourne Business School et Groupe d'Economie Mondiale, Melbourne et Paris

IMCA (2004), *Paysage audiovisuel et politiques publiques des pays candidats dans le secteur audiovisuel*, Etude DG EAC/59/02, Commission Européenne

Mato D., (2003), *The Telenovela Industry in the Production of Markets, and Representations of Transnational Identities*, document de travail, Université du Venezuela

Mukherjee A., (2005), « Audio-Visual Policies and International Trade: The Case of India », in P. Guerrieri, L. Iapadre, G. Koopmann, (editors), *Competition, Cultural Variety and Global Governance : The case of the Global Audio-Visual System*, Edward Elgar, Londres

Nielson J., Taglioni D., (2004), *Libéralisation des échanges de services : identification des possibilités et des avantages*, document de travail, Groupe de travail du Comité des échanges, OCDE, Paris

Noam E.M., (1991), « La déréglementation de la télévision va-t-elle renforcer la domination d'Hollywood ? Une critique économique d'un raisonnement traditionnel », *Réseaux*, n° 50, CNET, Issy-les-Moulineaux, pp. 159-172

Rey G., (2005), *Trends and Prospects in the Audiovisual Market of three countries in Latin America*, Rapport, Unesco

Rouet F., (2000), *Le soutien aux industries culturelles dans l'aire francophone- Modalités, Enjeux et Incidences*, document de travail, Agence Intergouvernementale de la Francophonie, Paris

Schmitt A.-C., (1992), *Aides à la production et à la distribution cinématographiques en Europe et au Canada*, CNC, Paris

UNESCO (2002), *Réunion d'experts sur les services audiovisuels : améliorer la participation des pays en développement*, document de travail préparé par le Secrétariat de l'UNESCO, Paris

UEMOA (2004), *Projet d'orientation d'une politique sectorielle commune de l'image au sein des Etats membres de l'UEMOA*, rapport de synthèse, Union Economique et Monétaire Ouest Africaine

### Annuaire Statistiques

CNC (2005), *La production audiovisuelle aidée*, CNC Info, n° 295, Paris

Idate., (2005), *Le marché mondial de la télévision*, Montpellier

Médiamétrie., (2005), *L'année de télévision dans le monde*, Paris

OMSYC., (2005), *The World Audiovisual Market*, Paris

Screen Digest., (2005), *Global Film Production and Distribution*, Londres

Screen Digest., (2005), *Global Cinema Exhibition Markets*, Londres

