

## ***Les nouvelles pratiques du cinéma en Afrique Sub-saharienne***

L'arrivée des technologies numériques a considérablement modifié les techniques de production, de diffusion et de promotion du cinéma. A l'instar, de leurs homologues européens ou américains, les artistes du continent africain se tournent désormais vers de nouveaux modes de financement de leurs œuvres. Les réalisateurs Cheick Fantamady Camara, Dani Kouyaté, David Constantin ont initié ce mouvement sur le continent africain, soutenus par le développement d'Internet et de la téléphonie mobile. Ces outils modifient la façon de produire, de diffuser et de promouvoir des films en Afrique Sub-saharienne, offrant aussi au public la possibilité de développer une culture cinématographique par le recours au visionnage en différé (« streaming » ou vidéo à la demande) et de s'entretenir directement avec les artistes. Quelles sont ces nouvelles pratiques et quel impact ont-elles sur la création africaine ? Ont-elles permis d'accroître le nombre de productions cinématographiques sur le continent en favorisant l'indépendance économique et artistique des réalisateurs ? Quelles sont les nouvelles stratégies de diffusion et de promotion des films africains ? Entraînent-elles une fermeture des salles de cinéma ou, au contraire, la réduction des écrans ouvre-t-elle des espaces de réception plus larges ?

Avant de proposer des pistes de réponses à ces questions, il convient d'abord de définir le champ de recherche proposé ici. Tout d'abord l'expression « cinémas africains » sera considérée comme l'ensemble des films produits sur le continent ou par des réalisateurs du continent, diaspora incluse. A ces éléments géographiques s'ajoute aussi une dimension anthropologique liant les films africains par des similitudes dans leurs conditions de production et de diffusion. Par ailleurs, l'expression « nouvelles technologies de communication et d'information (NTIC) » désigne « l'ensemble des nouveaux supports et techniques de communication, de production, de diffusion et de consommation de l'information » (Ossama 2001 : 19). Ces « nouveaux supports » sont Internet, le réseau de la téléphonie mobile, les satellites et les outils élaborés en vue de leur émission (téléphones portables, ordinateurs, caméras numériques, écran de télévision, etc.). La « nouveauté » dans l'expression « nouvelles technologies » n'est pas tant dans le caractère récent de ces supports mais dans leur utilisation et dans toutes leurs possibilités de « réappropriation » au sens de Michel de Certeau (1980), c'est-à-dire de « tactiques » élaborées pour faire sien ces outils.

La littérature sur le thème des NTIC en Afrique Sub-saharienne est très fournie et peut se diviser en trois courants. Le premier est constitué par des études sur des outils numériques en particulier (Chéneau-Loquay, 2001 ; Southwood, 2009). Le second regroupe des analyses socio-économiques sur l'impact des dispositifs numériques dans le quotidien des populations africaines (Bruijn et al., 2009 ; Bourgault, 1995). Enfin, le dernier courant se compose d'études sur les problématiques d'accès aux nouvelles technologies (Rallet et Rochelandet, 2004 ; Tudesq, 1999). Concernant les relations entre les outils numériques et le cinéma en Afrique, les recherches restent encore peu nombreuses et globales (Barlet, 2012 ; Hoefert de Tureganoier, 2005). Elles se focalisent principalement sur des aires géographiques précises comme, par exemple, le Nigéria (Barrot 2005), Madagascar (Blanchon 2009) ou le Cameroun (Coulon, 2011). Ces textes procèdent davantage à l'analyse sémiotique des films africains et font moins état des nouvelles formes cinématographiques nées avec les NTIC (modification de la taille des écrans, des méthodes de financement et d'apprentissage aux métiers du cinéma, mise en réseau des professionnels africains, etc.). Or, le développement des nouvelles pratiques de cinéma est intimement lié à l'essor des outils numériques, qui eux-mêmes dépendent de contraintes économiques (achat d'un ordinateur, d'un téléphone portable, abonnement), de contraintes politiques (installation de relais, de supports numériques nationaux, importation de matériels informatiques) et de contraintes culturelles (savoir-faire technique et linguistique). En Afrique, les connexions internet ont dépassé les 683 millions et devraient atteindre 935 millions en 2017, même si seulement 9,6 % de la population du continent, a accès à internet depuis son ordinateur. A cela, il convient d'ajouter les 700 millions d'Africains qui ont accès à un téléphone portable (Netexplo ; UNESCO, 2013).

Le premier axe de questionnement de cet article considère les problématiques économiques du cinéma en Afrique Sub-saharienne. Comment était financé le cinéma africain avant le développement des nouvelles technologies sur le continent ? Son financement en est-il modifié désormais et, si oui, comment ? La seconde question s'intéresse aux relations entre pouvoir et cinéma africain. Les gouvernements africains pouvaient exercer un contrôle sur les images produites localement et, à l'occasion, les censurer ou les protéger par des lois anti-piratage. Avec les outils numériques, comment les états africains réglementent-ils l'accès aux images diffusées sur une multitude d'écrans ? Enfin, le troisième volet de réflexion analyse les « réappropriations » culturelles de ces outils numériques. Les films locaux sont-ils devenus plus accessibles ou mettent-ils en évidence un accroissement des disparités sociales ?

Cet article analyse donc les forces et les faiblesses de ces nouvelles pratiques de cinéma en Afrique Sub-saharienne, en se focalisant dans un premier temps sur les dispositifs de production cinématographique en Afrique, puis sur les nouvelles pratiques de diffusion et de promotion de ces œuvres. L'objectif est de démontrer comment les métiers de l'industrie cinématographique sur le continent africain ne sont plus seulement complémentaires mais de plus en plus interchangeables, car avec les NTIC, le réalisateur devient un homme-orchestre, endossant le rôle de producteur, qui lui-même se transforme en diffuseur et en promoteur d'un film. Les réseaux sociaux, les plateformes de téléchargements, les

sites de financement participatif modifient alors progressivement le paysage cinématographique en Afrique, lui offrant une visibilité mondiale et simultanée jusque-là inédite.

## Nouvelles pratiques de financement

Faire un film nécessite toujours de trouver des moyens financiers. Ce rôle échoit généralement au producteur qui sollicite des fonds nationaux ou internationaux d'aides au cinéma. En France, il s'adresse notamment au Centre National de la Cinématographie (CNC). Plusieurs gouvernements africains ont tenté de mettre en place des systèmes imitant le fonctionnement de cette institution française, avec plus ou moins de réussite.

Le Burkina Faso, par exemple, a été l'un des premiers pays d'Afrique francophone à mettre en place une politique d'aide à la production cinématographique avec, dès 1969, une dotation présidentielle de 200 000 Fcfa (environ 300 euros). Si son fonds de Développement aux Activités Cinématographiques existe toujours aujourd'hui, il voit son montant décroître d'année en année. Au Bénin, à Madagascar, en Namibie ou au Zimbabwe, des subventions pour la production cinématographique nationale existent aussi depuis plusieurs années avec une dotation variant entre 3 500 et 300 000 euros. Toutefois, ces pays font figure d'exception sur le continent car ailleurs comme au Cameroun, au Gabon ou au Kenya, les aides pour le cinéma sont distribuées de façon aléatoire. La situation est encore plus compliquée au Burundi, en République du Congo, en Côte d'Ivoire, au Ghana, au Sénégal ou au Togo, où des fonds existent en théorie mais ne sont pas actifs. Enfin, à Djibouti, en Ethiopie, en Guinée Conakry, en Mauritanie, au Mozambique, en Ouganda, au Rwanda, en Tanzanie, ou encore au Tchad, aucune structure pérenne d'aide au cinéma n'est en place. Ces subventions, quand elles existent, se déclinent sur trois modèles: le don (monétaire ou matériel), le prêt (monétaire ou matériel, avec ou sans intérêt) et le succès en salle. Ces ressources financières sont en majorité destinées à la production de films mais certaines sommes peuvent être attribuées à la promotion ou à la formation et, plus rarement à la diffusion, notamment par le biais d'aides aux festivals de cinéma. Les gouvernements ont tout pouvoir pour décider du montant de ces fonds. D'une façon générale, les porteurs de projet ne peuvent solliciter qu'une aide maximum représentant un quart du budget total de leur production. De plus, rares sont les professionnels de cinéma qui connaissent l'existence même de ces aides dans leur pays car les gouvernements communiquent très peu ou, en tout cas pas assez, sur les moyens dont ils disposent, alimentant ainsi les rumeurs de corruption. En effet, les gouvernements définissent les conditions d'attribution de ces aides, ce qui permet d'exercer une censure plus discrète sur des projets et provoque également une autocensure de la part des demandeurs qui, pour obtenir un financement, peuvent édulcorer leurs scénarii.

Pour compléter ces aides, les producteurs de films africains s'adressent aussi à des institutions internationales. Toutefois, les dotations de ces fonds sont également en net recul malgré les promesses réitérées à chaque festival de Cannes. Ainsi, le Fonds d'aide aux « Cinémas du Monde » a été doté en 2012 de six millions d'euros pour la totalité des demandes émanant du monde entier. Qu'ils soient nationaux ou internationaux, tous ces fonds ont en commun une lourdeur et une lenteur dans l'examen des dossiers, avec des commissions qui ne se réunissent qu'une à deux fois par an. Alors, puisque les moyens manquent et que les ressources financières nationales et internationales décroissent, l'activité du producteur se voit suppléée par le réalisateur lui-même qui sollicite directement le porte-monnaie de ses spectateurs, aidé en cela par l'essor des NTIC. Ce système, appelé « crowdfunding » ou « financement par la foule » ou bien encore « financement participatif » n'est pas nouveau pour le cinéma. En effet, déjà en 1958, le réalisateur américain John Cassavetes avait lancé une levée de fonds pour son film *Shadows*. Mais ce type de financement a pris véritablement de l'ampleur depuis le milieu des années 2000 avec l'essor d'Internet. Des sites ont vu le jour, mettant en relation des porteurs de projets (artistes, réalisateurs, créateurs, etc.) avec des bailleurs de fonds, souvent des particuliers souhaitant investir quelques dizaines d'euros. En échange de sa contribution, le bailleur reçoit une contrepartie, plus ou moins importante en fonction de la somme investie et qui est négociée au préalable de l'investissement. Le financement participatif repose sur le lien social et sur l'entraide car le porteur de projets se charge de promouvoir lui-même son idée et de la faire connaître auprès de son réseau. En France, ce système a généré quatre-vingts millions d'euros en 2013, chiffre qui devrait doubler d'ici à 2020 (Denis, 2013, 27). Le financement participatif permet de créer des entreprises, de publier des ouvrages, de faire des concerts, et aussi de produire des films. En 2012, le *Crowdfunding Industry Report* recensait plus de quatre-cent cinquante plateformes de financement participatif dans le monde, dont une vingtaine sur le continent africain, tous dans des pays anglophones (sept en Afrique du Sud, un au Gabon, trois au Nigeria, cinq au Kenya, deux en Ouganda, un en Zambie et deux au Ghana). Ces sites de « crowdfunding » africains sont essentiellement destinés au financement d'entreprises (ce que l'on appelle le *crowdsourcing*), au financement de projets écologiques (comme le site *wildlifedirect*), et plus rarement au financement de projets culturels (le site *needabeat* aide à la production de musique et le site généraliste *fezah* promeut des projets artistiques).

Pour l'instant, les artistes du continent africain ont le plus souvent recours à des sites participatifs basés en Europe (*Touscoprod* ; *Ulule*) ou aux Etats-Unis (*Kickstarter* ; *Kisskissbankbank*). Ces derniers requièrent d'avoir une adresse aux Etats-Unis ou dans un des pays du Commonwealth. Là aussi, la majorité de ces sites sont généralistes et proposent le financement de projets artistiques, humanitaires, éducatifs ou encore technologiques. Le site le plus ancien qui a développé des projets cinématographiques est *Indiegogo*, fondé en 2007. Le site américain *Kisskissbankbank* a quant à

lui, permis de financer six cent quarante et un films ou vidéos depuis sa création en 2010, dont *The Revolution won't be televised* de la sénégalaise Rama Thiaw et *L'oiseau des blancs* de l'Association sénégalaise Nature Communautés Développement. Le réalisateur ghanéen Eddie Edwards s'est, pour sa part, adressé à *Kickstarter* pour la production de son film *Rollaball* consacré aux exploits d'une équipe de footballeurs handicapés.

Depuis le rachat du site *People for Cinema* par *Ulule* au début de l'année 2014, il ne reste plus qu'un seul site entièrement consacré au financement d'œuvres cinématographiques : *Touscoprod*. Lancé le 20 janvier 2009, cette plateforme fonctionne sur le principe du don contre une récompense non financière. Le porteur du projet est soutenu avant son dépôt sur le site puis accompagné tout au long du processus de financement qui ne dépasse pas trois mois. Le site se rémunère à hauteur de 10% du montant total récolté, la demande moyenne étant de 8 000 euros contre 3 000 euros sur les autres sites généralistes. Avec une fréquentation moyenne de 100 000 visiteurs par mois, *Touscoprod* a contribué à la production de 265 films depuis sa création, dont la moitié rien qu'en 2013 et une majorité de documentaires. Le site estime que 52% des projets déposés aboutissent et le chiffre passe à 67% de réussite quand les porteurs de projet ont suivi les ateliers de formation dispensés par *Touscoprod*<sup>1</sup>. La méthode a donc séduit une dizaine de réalisateurs du continent africain. Ainsi, du 23 juillet au 23 novembre 2012, le réalisateur guinéen Cheick Fantamady Camara a, par exemple, réunis 10 510 euros via ce site pour la postproduction de sa dernière fiction intitulée *Morbayassa*. En échange de leur soutien financier qui varie de cinq à 500 euros, ses 58 coproducteurs se sont vus remettre, en fonction du montant de leur aide, une affiche, un DVD du film ou des invitations pour l'avant-première. Le réalisateur burkinabé Dani Kouyaté a également eu recours à ce site pour récolter plus de 17 000 euros afin de rémunérer les salariés et fournisseurs de son film *Soleils* qu'il co-réalise Olivier Delahaye. En raison de sa spécificité, *Touscoprod* est de plus en plus sollicité par les réalisateurs d'Afrique francophone.

Le financement participatif fait écho aux flux d'argent qui circulent entre les migrants et leur pays d'origine estimés à plus de quarante milliards de dollars en 2010 selon la Banque Africaine de Développement. Ces transferts d'argent sont destinés au soutien familial mais permettent aussi la construction d'écoles et le financement de projets communautaires. Les réalisateurs africains se réapproprient donc cette pratique grâce aux nouvelles technologies qui facilitent et élargissent cette entraide à un niveau mondial et transversal.

Pour autant, la renommée du réalisateur et son engagement dans le processus de financement sont certes importants mais ne gagent pourtant pas de sa réussite. Le recours aux réseaux sociaux comme *Facebook* ou *Twitter* s'avère nécessaire pour susciter des visites sur la page du projet mis en ligne sur un site de financement participatif. Après dix ans d'existence, *Facebook* se targue d'avoir plus de 54 millions d'utilisateurs sur le continent africain, notamment en Egypte, en Afrique du Sud, au Maroc et au Nigeria (Duhem, 2014). La fréquentation d'une page *Facebook* peut se mesurer au nombre de « like » cliqués sur chaque page. Les plus populaires en Afrique sont celles des opérateurs de télécommunications comme Orange par exemple. Quelques minutes suffisent aux réalisateurs pour créer leur page ou celle de leur film, sur lesquelles ils peuvent déposer des bandes annonces et communiquer directement avec leurs spectateurs, comme ce fut le cas pour le film *Malagasy Mankany* d'Hamniniaina Ratovoarivony, « likée » 849 fois, ou encore la dernière œuvre de Dani Kouyaté, *Soleils*, « likée » 349 fois. Si certaines œuvres n'auraient sans doute jamais pu voir le jour sans ce genre de sites, d'autres trouvent dans ce système un moyen de s'affranchir des instances internationales et d'un cinéma africain trop souvent qualifié de « subventionné ». Le réalisateur Cheick Fantamady Camara loue ainsi le « côté social et humain » de ce système qui « permet aux gens de comprendre les difficultés des cinéastes indépendants ». Le réalisateur malgache Lova Nantenaina, qui a, lui aussi, eu recours au site *Touscoprod* pour la postproduction de son film intitulé *Ady Gasy* ajoute qu'il s'agit d'un « moyen formidable pour faire connaître le film avant même sa sortie tout en permettant au financement privé de participer à sa production. Ce financement permet d'aller au bout d'une intuition artistique ». Son film a ainsi été sélectionné au Festival International de Films de Fribourg (FIFF) en Suisse et aux Hot Docs, le festival international du film documentaire de Toronto au Canada.

Le financement participatif se décline aujourd'hui aussi sur les téléphones portables, outil qui offre encore plus de proximité entre les porteurs de projets et les coproducteurs. Ainsi, le réalisateur camerounais Thierry Ntamack a eu l'idée de lancer une souscription locale pour financer le deuxième volet de son film intitulé *Le Blanc d'Eyenga* en demandant à des bailleurs d'envoyer un minimum de 500 Fcfa (soit environ 0.7 euros) de crédit téléphonique à un numéro de téléphone. Ce crédit est alors revendu à un propriétaire de cabines publiques qui remet cet argent au réalisateur qui mise sur le succès commercial de son premier film pour toucher directement ses spectateurs. Il est pour l'instant le seul du continent à avoir utilisé ce type de financement participatif via le téléphone portable pour produire un film.

Toutefois, ce système a ses limites car les films ne sont plus seulement financés par des professionnels mais aussi par des amateurs. Ainsi, un porteur de projets qui arriverait à mobiliser ses relations pourraient parvenir à produire son film, sans pour autant que cela soit un gage de qualité. De plus, il suffit de comparer le nombre de films coproduits grâce au

---

<sup>1</sup> Chiffres recueillis auprès de M. Nicolas Bailly, directeur de *Touscoprod*.

financement participatif avec le nombre total de productions pour constater que ce système est encore balbutiant, tant en Europe qu'en Afrique. Ainsi par exemple, sur 37 films sortis au Sénégal en 2013, deux seulement ont eu recours à un financement participatif. Les sites de financement participatif avouent d'ailleurs ne pas chercher à concurrencer le système de production classique mais bien à offrir un tremplin pour faire connaître les projets et un complément dans leur aboutissement car la majorité des aides demandées interviennent en phase de postproduction.

Ainsi, face à l'émiettement des subventions, le *crowdfunding* se démocratise et gagne en notoriété en Afrique subsaharienne, facilité en cela par les NTIC qui contribuent aussi à élargir la diffusion des œuvres produites.

## Nouvelles pratiques de diffusion

Dans le long processus cinématographique, la distribution puis l'exploitation sont tout aussi importantes que la production. La distribution est généralement allouée à un distributeur qui se charge d'assurer la programmation et la promotion des œuvres, ce que font exemple les sociétés Fox, Warner Paramount aux Etats-Unis, ou encore Gaumont et Pathé UGC en France. Etape clé de la filière cinématographique (Gras, 2005), cette phase précède celle de l'exploitation qui enregistre le nombre d'entrée en salle (Forest, 2002 ; Creton, 1997).

Les films cinématographiques sont, par essence, voués à être diffusés dans des salles spécifiquement équipées. Or, sur le continent africain, faute d'investissements pour les entretenir et de renouvellement de la programmation, la plupart de ces lieux de projections a fermé. Il n'en reste plus que quelques unes en activité dans les grandes villes comme au Kenya ou à Madagascar. En avril 2006, le premier sommet du film africain de Tshwane en Afrique du Sud a bien essayé de garantir une meilleure diffusion des productions africaines dans une Déclaration panafricaine des professionnels du cinéma et de l'audiovisuel, appelée Déclaration Tshwane, mais elle est restée à l'état de déclaration de bonnes intentions. En effet, le tirage des copies pour une diffusion en salle est onéreux (environ 1 000 euros la copie) et cette étape est rarement subventionnée. Toutefois, comme le souligne Rombes (2009), avec les NTIC les images deviennent de plus en plus mobiles, et avec les sites de diffusion en ligne, elles deviennent accessibles, partout, tout le temps et à tout le monde simultanément. En Afrique aussi, les NTIC ont permis d'élargir l'espace de diffusion des œuvres africaines tout en réduisant la taille des écrans car la diffusion en numérique coûte beaucoup moins cher et ne nécessite plus d'envoyer les bobines à l'étranger afin de les faire développer.

Dans un premier temps, la démocratisation de la télévision à partir des années 1990 n'a fait qu'accroître encore la désertification des salles de cinéma. Désormais de plus en plus équipés, les foyers des grandes villes africaines reçoivent des chaînes du monde entier via les satellites. Les producteurs de cinéma ont donc dû s'adapter en créant des supports pour rendre les films accessibles aux populations locales. Ainsi est né le VCD, une sous-version du DVD sans chapitre et moins cher. Au Nigeria par exemple, l'industrie cinématographique s'est ainsi considérablement développée grâce à ce support (Barrot 2005). Puis, avec l'installation de réseaux de fibres optiques et l'Internet haut débit, le cinéma s'est invité à la maison par le biais de la Vidéo à la demande (VOD), système qui permet de voir des vidéos sur son écran d'ordinateur ou sur son téléphone portable. Les diffuseurs traditionnels et les chaînes de télévision ont créé leurs propres plateformes de VOD, comme *tv5mondeplusafrique* qui propose un visionnage en ligne gratuit de l'ensemble de son catalogue.

Si le site le plus populaire pour visionner des films reste *Youtube*, d'autres plateformes ont vu le jour pour diffuser des vidéos africaines. La plupart de ces sites sont généralistes et proposent des films du monde entier. Une dizaine d'entre eux dispose d'un catalogue d'œuvres africaines comme *universciné*, *vidéo volonté*, *filmtv*, etc., pour des tarifs oscillant entre quatre et quatorze euros le téléchargement. *Iminéo* est, par exemple, une plateforme de téléchargement légal qui propose une vingtaine de films africains, dont la série comique *les Bobodiouf* réalisée au Burkina Faso ou le long métrage burkinabé *Sofia* de Boubakar Diallo, en location pour moins de deux euros ou en téléchargement pour moins de cinq euros. Pour un réalisateur, mettre un film sur une plateforme de téléchargement lui permet de continuer à faire vivre son film même longtemps après sa sortie et d'accroître sa visibilité.

De plus, chaque téléchargement lui rapporte de l'argent. Selon les sites, les cinéastes peuvent percevoir jusqu'à 50% des revenus sans cession exclusive des droits, même si la moyenne des droits perçus oscillent plutôt autour des 2%. Ces sites vivent surtout des recettes engendrées par la publicité. Des entrepreneurs africains ont vite réagi à ces nouvelles possibilités de diffusion offertes par les outils numériques en créant des plateformes dédiées pour vendre ou louer exclusivement des films africains. Le plus important en terme d'offres est le site *AfricaFilms.tv*. Il est administré par la société sénégalaise SOON SA dont le siège social est à Dakar. En 2014, il a signé un partenariat avec le Festival de Cinéma Africain de Tarifa (Espagne) pour établir un catalogue de 500 films africains disponibles en téléchargement. Au Nigeria, face à l'explosion de la production annuelle de films, *Iroko TV* a été créée en 2010 pour mettre en ligne des films locaux. Les abonnés peuvent ainsi les visionner pour moins d'un euro par mois ou 3,5 euros sans abonnement. Ce système est rentable économiquement grâce aux revenus publicitaires et compte plus de deux mille abonnés.

Ailleurs sur le continent, des plateformes plus modestes ont aussi vu le jour. Ainsi, au Burundi, le réalisateur Léonce Ngabo a créé *Udala media*, une agence spécialisée dans la vente électronique des films africains. A Madagascar, le site *tsenabeshopping* propose, en plus de vendre de l'artisanat local, une dizaine de films malgaches en VOD pour moins de

trois euros, dont le film *Andavabiby* de Thierry Andrianasolo.

Les sites de financement participatif se mettent également à la diffusion. Ainsi, *Touscoprod* impose à ses porteurs de projets financés une diffusion en VOD sans publicité. Le porteur de projet reste néanmoins libre de choisir la durée de la mise en ligne de son film. Le site *Fairpie* joue quant à lui le rôle de diffuseur plus traditionnel en mettant en relation directement les réalisateurs de films documentaires indépendants avec les spectateurs.

Mais le téléchargement de films n'est pas sans poser quelques problèmes. En effet, la première réserve souvent émise à leur rencontre est celle de la protection des œuvres. Si tous les sites de téléchargement revendiquent un cryptage de leurs fichiers pour éviter la diffusion de copies illégales, le fait est que le piratage s'est accru avec les NTIC. Les gouvernements africains ont bien tenté de mettre en place des systèmes pour endiguer ce phénomène en instituant des offices du droit d'auteur. Toutefois, la plupart de ces institutions sont des coquilles vides ne disposant d'aucun moyen de poursuivre les fraudeurs et sont souvent accusés par les artistes de détourner l'argent des droits. Néanmoins, au Burkina Faso, le Bureau Burkinabé du Droit d'Auteur (BBDA) dit avoir reversé plus de 242 millions de FCFA (environ 360 000 euros) à ses membres en 2011. La même année, l'Office Malgache des Droits d'Auteurs a entrepris d'apposer un hologramme sur tous les supports de diffusion des œuvres, CD et VCD. Depuis, le nombre de films piratés a légèrement baissé. Même si les vidéo-gargotes qui diffusaient ces copies illégales ont peu à peu disparu avec l'arrivée massive de lecteurs importés de Chine à prix cassés, le piratage a quand même obligé les professionnels du cinéma du continent à modifier leurs pratiques de commercialisation. Ainsi, à Madagascar par exemple, pour la sortie d'un nouveau volet du film *Malok'ila*, le réalisateur Mamitiana Razafimandimby a organisé une vente du VCD en tenant un stand sur l'artère principale de la capitale pendant une demi-journée seulement. Cet événement avait été annoncé par la biais de publicités radiophoniques, télévisuelles et avec des voitures sillonnant la ville avec des haut-parleurs. En additionnant tous les supports (projections, Internet, VCD et télévision), les neuf premiers volets de cette saga *Malok'ila* ont ainsi été vus par près de 900 000 spectateurs depuis 2006 (Rivelo, 2010). Les producteurs se vantent même de vendre plus de 50 000 VCD par épisode (Rindra, 2010), sachant qu'un VCD se vend 5 000 Ariary environ (1,5 euros) pour un budget moyen par film d'environ 60 millions d'Ariary soit environ 20 000 euros (Rindra, 2011).

La seconde limite que pose la diffusion via les NTIC est la nécessité d'avoir une connexion haut débit et bien sur un équipement adéquat, ce qui n'est pas toujours le cas sur le continent. Ainsi, une « fracture » se creuse entre les populations africaines pour l'accès à la culture (Chéneau-Loquay, 2001). Ce phénomène peut se définir comme un ensemble « d'inégalités » (Rallet et Rochelandet, 2004 ; Tudesq, 1999) ou « d'écarts » (Ben Youssef 2004) à la fois économiques, sociaux, politiques, inter ou intra-nationaux. A Madagascar par exemple, en 2012, seulement 0,04% de la population était abonnée à une connexion haut débit (Banque Mondiale, 2012). Les inégalités dans l'accès aux films sont aussi liés à des critères géographiques car, si les salles de cinéma étaient éparpillés partout à l'intérieur des pays, les connexions haut débit sont, elles, majoritairement réservées aux grandes agglomérations. Pour voir un film en VOD, il faut donc aussi maîtriser l'utilisation de ces nouveaux outils. De fait, les abonnés aux sites de téléchargements sont, en Afrique, des jeunes urbains de moins de trente ans, ou appartiennent aux diasporas africaines.

Là est aussi une autre limite de ces sites de téléchargement qui doivent, pour être rentables, attirer un grand nombre d'internautes, à l'instar d'une salle de cinéma traditionnelle. Les NTIC contribuent d'ailleurs parfois à la rénovation de ces lieux de projection ou relancent les projections itinérantes grâce à du matériel facilement transportable. Ainsi, en octobre 2013, la réalisatrice d'origine ghanéenne Akosua Adoma Owusu a demandé aux internautes de financer la réhabilitation du cinéma « Le Rex » d'Accra via le site *Kickstarter*. Son projet, soutenu par 185 donateurs, a reçu un peu moins de 9 000 euros sur les 8 000 demandés. La salle rénovée a été inaugurée le sept décembre 2013 et propose depuis des places à moins de deux euros pour voir des films indépendants. Par ailleurs, le Cinéma Numérique Ambulant (CNA), qui s'est principalement développé en Afrique de l'Ouest, permet aux populations rurales de voir des films africains dans le cadre de projections gratuites en plein air (Lelievre, 2010).

Enfin, les NTIC offrent un espace de liberté d'expression plus grand et peuvent dénoncer les actes de censure faits à l'encontre des films africains et de leurs réalisateurs. Ainsi au Cameroun, Jean-Pierre Békolo a, par exemple, dénoncé la censure de son film intitulé *Le Président* en mai 2013 par le biais de sa page *Facebook*. Quelques mois plus tard, le même réseau a été utilisé pour fustiger l'atteinte à la liberté d'expression faite au critique de cinéma algérien Samir Ardjoum. Les artistes s'approprient donc ces outils pour en faire des porte-voix dépassant les censeurs de leur pays et leur permettant de montrer leurs films en ligne. Pour mener à bien tant leur projet de production que de diffusion, les professionnels du cinéma en Afrique ne peuvent désormais plus faire abstraction des NTIC.

## Des pratiques pérennes ?

De nouvelles pratiques de production, de diffusion et de promotion se sont donc développées avec les NTIC. Compléments de financement, ouvertures vers des publics inaccessibles auparavant, dépassements des frontières de la censure, les apports de ces nouveaux outils pour les cinématographies africaines sont nombreux. Les réalisateurs du continent se sont aussi réappropriés ces technologies en sollicitant directement leurs spectateurs, se soustrayant ainsi aux frais demandés par les plateformes de financement ou de téléchargement en ligne ou utilisent des plateformes nationales.

Les NTIC ont contribué à relancer un marché de la production et de la diffusion qui étaient en sommeil sur le continent africain et ont aussi démocratisé les pratiques de production, de diffusion et de promotion des films africains.

Toutefois, que ce soit pour la production, la diffusion ou la promotion, tous ces nouveaux moyens à la disposition des cinéastes nécessitent un investissement régulier en temps pour animer les pages et communiquer avec les spectateurs, faisant des réalisateurs des commerciaux et plus seulement des artistes. Enfin, l'évolution des pratiques cinématographiques n'est pas seulement liée aux nouvelles technologies mais aussi aux évolutions de ces sociétés africaines qui entrent de plus en plus dans ce que McLuhan appelait, le « village global » (1964), ce monde en réseaux.

## Bibliographie

Ba A. (2003), *Internet, Cyberspace et usages en Afrique*, Paris, L'Harmattan, 286 pages.

Barlet O. (2012), *Les cinémas d'Afrique des années 2000. Perspectives critiques*, Paris, L'Harmattan, 441 pages.

Barrot P. (2005), *Nollywood: le phénomène vidéo au Nigéria*, Paris, L'Harmattan, 175 pages.

Ben Youssef A. (2004), « Les quatre dimensions de la fracture numérique », *Réseaux*, n° 127-128, 183-209.

Blanchon K. (2009), *Les cinémas de Madagascar (1937-2007)*, Paris, L'Harmattan, 224 pages.

Bourgault L. (1995), *Mass Media in Sub-Saharan Africa*, Bloomington, Indiana University Press, 294 pages.

Bruijn, M et al. (eds). (2009), *Mobile phones : The new talking drums of everyday Africa*, Leiden, African Studies Center/Langaa, 184 pages.

Certeau de M. (1980), *L'invention du quotidien 1 : Arts de faire et 2 : Habiter, cuisiner.*, Paris, Gallimard, 349 pages.

Chéneau-Loquay A. (2001), « Les territoires de la téléphonie mobile en Afrique », *Networks and Communication studies (NETCOM)*, V 15, N° 1-2, 121-132.

Crowdsourcing. (2012) *Crowdfunding Industry Report*, en ligne : <http://www.crowdsourcing.org/document/crowdfunding-industry-report-abridged-version-market-trends-composition-and-crowdfunding-platforms/14277>

Coulon F. (2011). « Une histoire du cinéma camerounais, cheminement vers l'indépendance de la production », *Afrique contemporaine*, N° 238, 91-105.

Creton L. (1997), *Cinéma et Marché*, Paris, Armand Colin, 256 pages.

Denis J. (2014), « Tous producteurs », *Le Monde diplomatique*, mars, 27.

Duhem V. (2014), « Facebook: l'Afrique terre d'avenir », *Jeune Afrique*, 02 février 2014, en ligne:

<http://www.jeuneafrique.com/Article/ARTJAWEB20140203095248/internet-facebook-mark-zuckerberg-reseaux-sociaux-web-facebook-l-afrique-terre-d-avenir.html>

Forest C. (2002), *L'argent du cinéma*, Paris, Belin, 238 pages.

Forest C. (2011) « L'industrie du cinéma en Afrique », *Afrique contemporaine*, V° 2, N° 238, 59-73.

Gras P. (2005), *Economie du cinéma*, Paris, Cahiers du Cinéma, 96 pages.

Hoefert de Turegano T. (2005), "Sub-Saharan African Cinemas: The French Connection", *Modern and Contemporary France*, V° 13, N 1, février 2005, 71-83.

Lelièvre S. (2010), « Diffuser des films africains en Afrique », *Études Océan indien. Images contemporaines dans les sociétés de l'Océan Indien Occidental*, N° 44, 227-241.

McLuhan M. (1964), *Pour comprendre les médias. Les prolongements technologiques de l'Homme*, Montréal, HMH, 110 pages.

Netexplo, UNESCO (eds). (2013), *Voyage dans la société numérique : 25 innovations qui changent notre vie*, Paris, UNESCO Publishing, 210 pages.

Ossama F. (2001), *Les nouvelles technologies de l'Information. Enjeux pour l'Afrique subsaharienne*, Paris, L'Harmattan, 194 pages.

Rallet A ; F Rochelandet. (2004), « La fracture numérique : une faille sans fondement ? », *Réseaux*, N° 127-128, 21-54.

Rindra R. (2010), « Cinéma malgache : Scoop Digital vend plus de 200 mille vcd par an par ». *Le courrier de Madagascar*, 22 Octobre 2010, en ligne, [http://www.courrierdemada.com/mg/index.php?option=com\\_content&view=article&id=10184:cinema-malgache--scoop-digital-vend-plus-de-200-mille-vcd-par-an&catid=37:culture&Itemid=63](http://www.courrierdemada.com/mg/index.php?option=com_content&view=article&id=10184:cinema-malgache--scoop-digital-vend-plus-de-200-mille-vcd-par-an&catid=37:culture&Itemid=63)

Rindra R. (2011), « Scoop Digital : Le tiers des Malgaches suit la saga Malok'ila », *Le courrier de Madagascar*.

[http://www.courrierdemada.com/mg/index.php?option=com\\_content&view=article&id=13472:scoop-digital--le-tiers-des-malgaches-suit-la-saga-malokilaq&catid=37:culture&Itemid=63](http://www.courrierdemada.com/mg/index.php?option=com_content&view=article&id=13472:scoop-digital--le-tiers-des-malgaches-suit-la-saga-malokilaq&catid=37:culture&Itemid=63)

Rivelo, H. (2010), « Malok'ila 7 projeté en salle », *L' Express de Madagascar*, 4 mars 2010.  
Rombes N. (2009), *Cinema in the digital age*, London, Wallflower Press, 171 pages.  
Southwood R. (2009), *Less walk more talk: How Celtel and the mobile phone changed Africa*, New York, John Wiley & Sons, 236 pages.  
Tudesq A-J. (1999), *Les médias en Afrique*, Paris, Ellipses, 160 pages.

Sites internet

<http://www.socialbakers.com>

<http://data.worldbank.org>