

Vers une Stratégie pour le Développement de la Coopération Audiovisuelle Euro-Méditerranéenne

Document de travail proposé par le Groupe de Réflexion Euromed Audiovisuel

Le programme Euromed Audiovisuel II a souhaité associer institutions et professionnels européens et méditerranéens à une réflexion sur le futur des politiques communes dans le domaine de la coopération audiovisuelle. Le document qui suit est issu de ces travaux.

Karl Baumgartner (Allemagne, producteur, Pandora)
Ahmed Bedjaoui (Algérie/Jordanie)
Mahmoud Ben Mahmoud (Tunisie, Réalisateur)
Béchir Ben Trad (Tunisie, Directeur de la Direction du Cinéma, Ministère de la Culture)
Luciana Castellina (Italie, Journaliste)
Michel Demopoulos (Grèce, Conseiller cinéma à l'ERT et ancien directeur du Festival International du Film de Thessalonique).
Amos Gitai (Israël, réalisateur)
Sandra den Hamer (Pays-Bas, Directrice du Musée du Film d'Amsterdam)
Michel Khleifi (Autorité palestinienne/Belgique, Réalisateur)
Marianne Khoury (Egypte, productrice, Misr International Films)
Giacomo Mazzone (Italie, Adjoint du Secrétaire général EBU)
Xavier Merlin (France, Directeur des Affaires internationales et européennes, CNC)
Katriel Schory (Israël, Directeur Général de l'Israël Film Fund et producteur)
Hubert Toint, (Belgique. Producteur, Saga Films)
Bengt Toll (Suède, Président de Cine-Regio et directeur du Festival du Film de Göteborg)
Ceyda Tufan (Turquie, Directrice de Pi Film, distribution et production)
Hala Y. Zureikat (Jordanie, Directrice, Jordan Radio and Television Corporation)

Vers une Stratégie pour le Développement de la Coopération audiovisuelle Euro-méditerranéenne

Document de travail proposé par le Groupe de Réflexion Euromed Audiovisuel

Version 3

Avril 2008

Vers une Stratégie pour le développement de la coopération audiovisuelle euro-méditerranéenne

Table des matières

Note de synthèse (Executive summary)

I CONTEXTE	4
1. Audiovisuel, culture, dialogue, trois éléments indissociables.	7
Un vecteur essentiel d'expression et de diffusion de l'identité culturelle	7
Un élément de garantie du respect de la diversité culturelle	8
Le rapprochement des peuples à travers le processus de Barcelone	9
2. Un secteur conjuguant culture et industrie	10
Un bassin d'emplois important nécessitant une main d'œuvre hautement qualifiée et des conditions de formation adéquates.	10
Un secteur de production immatérielle où le contexte juridique est d'une importance extrême.	11
Un marché nécessitant des outils financiers spécifiques.	12
3. Panorama du secteur audiovisuel dans la région	13
Un marché jeune et fragmenté mais très prometteur	13
Une industrie encore fragile	14
Vers un développement durable	17
4. Les actions de coopération existantes	18
Au niveau de l'Union européenne	18
Au niveau des organisations internationales	21
II LES ENJEUX	22
III ORIENTATIONS STRATEGIQUES	25
1. Les objectifs	25
1.1 Objectifs généraux	25
1.2 Objectifs spécifiques	25
2. Recommandations d'actions	26
Conclusion	
A - FICHE THEMATIQUE CINEMA	31
B - FICHE THEMATIQUE TÉLÉVISION	
C - FICHE THEMATIQUE EMERGENCE DE MARCHES DES PRODUITS CULTURELS AUDIOVISUELS	
D - FICHE THEMATIQUE CADRE JURIDIQUE	35
E - FICHE THEMATIQUE MISE A NIVEAU DES PERSONNELS ET DES RESEAUX PROFESSIONNELS	

Vers une Stratégie pour le Développement de la Coopération audiovisuelle Euro-méditerranéenne 2

Document de travail proposé par le Groupe de Réflexion Euromed Audiovisuel

Version 3

Avril 2008

F - FICHE THEMATIQUE ACTIONS CITOYENNES

***G - FICHE THEMATIQUE PRESERVATION DE LA MEMOIRE AUDIOVISUELLE
DE LA REGION MEDITERRANEENNE***

<i>ANNEXE I</i> _____	<i>51</i>
HISTORIQUE DE L'EVOLUTION DES MEDIAS AUDIOVISUELS _____	51
<i>ANNEXE II</i> _____	<i>52</i>
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES ET SOURCES _____	52
<i>ANNEXE III</i> _____	<i>54</i>
EXEMPLES D' ACTIONS DE COOPERATION DES ETATS MEMBRES DE L'UNION EUROPEENNE _____	54
<i>ANNEXE IV</i> _____	<i>61</i>
EXEMPLES D' ACTIONS DE COOPERATION DES ORGANISATIONS INTERNATIONALES _____	61

Note de synthèse

Le présent document est le fruit de discussions menées en 2007 par un groupe d'experts (institutions et professionnels) européens et méditerranéens sur le futur des politiques communes dans le domaine de la coopération audiovisuelle.

Le partenariat euro-méditerranéen est au centre du grand dialogue entre les peuples qui se déroule depuis des millénaires autour de la Méditerranée, berceau de tant de cultures. Aujourd'hui, les médias audiovisuels sont au cœur de tous les échanges et ils s'affirment, surtout depuis la « révolution numérique », comme des vecteurs privilégiés du dialogue interculturel et de la diversité culturelle car ils apportent à la fois la connaissance de l'autre, le partage et la proximité avec des univers différents.

Dans les pays méditerranéens en particulier, émerge un marché très prometteur, porté par une population très jeune qui pourrait aussi trouver dans l'audiovisuel des perspectives d'emploi ; ce marché produit aussi des films et des programmes qui commencent à s'affirmer au niveau international. Il faut consolider cette émergence car c'est bien cette circulation, des œuvres comme des professionnels qui garantira la meilleure connaissance de l'autre et le renforcement des échanges entre l'Europe et la Méditerranée.

Depuis le milieu des années 90, des politiques et des programmes régionaux culturels en Méditerranée ont été développés, notamment dans le cadre du volet social et culturel du processus de Barcelone. Cette action s'est, entre autres, exprimée dans la mise en place de deux programmes dédiés au secteur audiovisuel, les programmes Euromed Audiovisuel I et II, qui se sont inscrits en complémentarité avec les nombreuses actions des Etats membres et des organisations internationales.

Il est nécessaire de prendre aujourd'hui des mesures pour que ce potentiel soit valorisé et que les politiques et les résultats des programmes précédents soient incorporés dans une stratégie commune de coopération dans le bassin Méditerranéen, d'autant que l'audiovisuel est aussi un secteur où la culture et l'industrie se rejoignent et où les perspectives de développement sont très importantes.

Pour faire face à ces enjeux, les objectifs identifiés sont :

- **le renforcement et la diversification d'un marché régional méditerranéen** des produits audiovisuels comme des consommateurs, ce marché devant être en mesure de valoriser les produits européens et méditerranéens, d'en bénéficier et **d'encourager ses pôles distribution et exploitation** ; cette démarche doit être accompagnée par une meilleure connaissance des marchés nationaux et leur renforcement
- **la rationalisation d'une industrie culturelle créatrice d'emplois**, passant par la promotion et le développement de ressources humaines spécialisées mieux adaptées à l'internationalisation de même que par un partage des technologies et

des savoir-faire, en particulier sur les nouveaux marchés (l'internet comme les autres nouvelles plateformes de distribution) ;

- **le soutien à la création et la réalisation d'œuvres** et de moyens de communication partagés renforçant l'identité régionale, en encourageant en particulier la coopération entre les producteurs, les distributeurs et les autres opérateurs audiovisuels au niveau euro méditerranéen de même que les coproductions multilatérales ;
- **la sauvegarde et l'exploitation du patrimoine audiovisuel et cinématographique** de la région
- **l'harmonisation des cadres législatifs et des pratiques professionnelles** dans l'audiovisuel, ainsi que l'amélioration de la sécurité juridique.

Pour mettre en œuvre ces objectifs, trois axes d'actions sont recommandés :

- **la formation**, comme socle fondamental de culture, de qualification et de partage. Les actions recommandées concernent tout autant la **formation initiale** (écoles de cinéma) que **l'éducation à l'image** et la **formation professionnelle**, celle-ci devant permettre la création de cadres d'échanges entre les professionnels (en y incluant les personnels administratifs) et leur mise en réseau ;

- **la production**. Il s'agit ici de renforcer la structure et l'infrastructure des industries audiovisuelles dans les pays méditerranéens et leur internationalisation, notamment via les co-productions. Pour ce faire il est recommandé de mettre en place un **mécanisme de soutien financier aux productions et co-productions**, d'encourager une assistance professionnelle, **la mise en place d'incitations fiscales** et de **commissions du film** et enfin de promouvoir une **adaptation du cadre juridique** facilitant les co-productions, par exemple l'adoption autonome de la part des pays méditerranéens de la convention de co-production du Conseil de l'Europe ;

- **la diffusion** dans toutes ses composantes (distribution et exploitation en salles et par les techniques numériques, diffusion télévisée, diffusion d'informations) est un secteur où les nouvelles technologies permettent une segmentation plus complète du marché, tout en redéfinissant le public pour tous les produits. Un **soutien financier à l'installation de nouveaux équipements** (projecteurs numériques par exemple) pourrait être envisagé comme levier pour favoriser les contenus nationaux et/ou régionaux de même que la mise en réseau des salles ainsi équipées. **La télévision doit aussi être encouragée à devenir un partenaire** pour la production indépendante, comme pour la diffusion de programmes à base d'archives, complétant la **diffusion du patrimoine audiovisuel**, via les cinémathèques. Pour lutter contre une piraterie endémique, des modèles de diffusion légale doivent être encouragés par **une révision de l'environnement juridique et réglementaire**. Enfin, il est primordial **d'encourager la collecte de données statistiques dans le secteur** au niveau national, et à terme l'harmonisation au niveau régional pour améliorer les échanges et la transparence.

Enfin, ces pistes d'action sont illustrées dans ce document stratégique par des fiches thématiques qui reviennent en détails sur les actions en les appliquant à

différents secteurs : cinéma, télévision, cadre juridique, archives, actions citoyennes, formation des personnels et mise en réseau, appui à l'émergence de marchés. Dans chaque cas, des solutions innovantes sont proposées : par exemple, dans le domaine juridique, la mise en place d'un système de "**licences d'utilisation privée**" qui pourraient être acquises indépendamment des œuvres auxquelles elles se rapportent, auprès des sociétés de gestion de droits méditerranéennes, pour chaque œuvre acquise en dehors du marché légal. Ce système constituerait d'une part un moyen de lutte efficace contre la piraterie, d'autre part une incitation forte à la consolidation des marchés nationaux. Dans le domaine du cinéma, c'est un **fonds de soutien à la co-production** qui est décrit, ce fonds pouvant devenir le moteur de coopérations accrues tant au sein des pays méditerranéens qu'avec l'Europe.

Ce document de travail se veut une porte ouverte à la discussion sur le futur de la coopération audiovisuelle dans la région méditerranéenne, qu'elle se développe au niveau régional, bilatéral, ou transfrontalier. Il a été conçu comme une base de réflexion pour développer un document de stratégie qui serve ensuite de référence à tous les pays du partenariat Euromed mais également aux actions de coopération menées par les Etats membres ou par l'Union européenne.

I CONTEXTE

La Méditerranée, écrivait Fernand Braudel, c'est « ...mille choses à la fois. Non pas un paysage mais d'innombrables paysages. Non pas une mer, mais une succession de mers. Non pas une civilisation, mais plusieurs civilisations superposées... La Méditerranée est un carrefour antique. Depuis des millénaires, tout conflue vers cette mer, bouleversant et enrichissant son histoire... ».

Au moment où se construit une nouvelle Europe, à l'heure de la « révolution numérique » qui offre de nouvelles perspectives aux consommateurs de médias et qui accroît les possibilités de communication directe entre individus, il apparaît indispensable de renforcer des politiques d'échange et de coopération tournées vers la Méditerranée, « berceau de l'Europe ».

Seuls l'échange et la coopération peuvent assurer le succès d'un dialogue culturel pérenne et enrichissant pour tous.

1. Audiovisuel, culture, dialogue, trois éléments indissociables

Un vecteur essentiel d'expression et de diffusion de l'identité culturelle

Les produits audiovisuels (cinéma, télévision, produits on-line) constituent des moyens d'apprentissage, d'acquisition de connaissances, d'éducation, de stockage de savoirs et de loisirs. Ils font partie intégrante de nos structures sociales et induisent nombre de comportements collectifs : du « film-culte » à la télé-réalité et aux jeux vidéo en passant par YouTube et Second Life, aucune des activités intellectuelles et artistiques qui caractérisent nos sociétés, sérieuses ou ludiques, n'y échappe. Ce phénomène touche évidemment en premier lieu les jeunes, à la recherche de modèles et de produits représentatifs

Le cinéma et la télévision sont déjà reconnus comme des moyens de connaissance et d'appropriation du monde de l'autre qui permettent de l'appréhender par le truchement d'un regard, du partage des sensations et des émotions, de la distance critique, du travail de la pensée.

L'audiovisuel, vu sous l'angle de sa fabrication, est aussi traditionnellement un champ de collaboration artistique et de création collective où coexistent le son, l'image et l'écriture, où, sur un plateau, des techniciens de la lumière, des menuisiers ou des maquilleurs par exemple collaborent pour l'élaboration d'un programme télévisé ou d'un film. Il est par essence un outil de dialogue et de communication au-delà des frontières nationales ou linguistiques.

L'explosion du numérique et la convergence des médias¹ entraînent déjà dans notre vie quotidienne des bouleversements sensibles mais ils constituent surtout une opportunité unique de partage accru.

L'Europe et le Bassin méditerranéen sont déjà intimement liés par un réseau de signaux de télécommunications qui ont bâti des ponts durables d'échanges entre civilisations. A une communication qui auparavant était seulement Nord-Sud (les signaux des chaînes européennes reçus sur la Rive Sud et au Moyen Orient), se sont ajoutées une communication Sud-Nord importante (les signaux des chaînes du Sud reçus au Nord par les communautés immigrées), ainsi qu'une communication Sud-Sud, grâce à la diffusion croissante des chaînes satellitaires, favorisée par l'existence de la langue commune arabe.

Si les capacités de réseau à haut débit sont encore limitées dans certains pays du Sud, en revanche, les téléphones portables sont, eux, largement répandus. L'évolution technologique et les services offerts permettent dès lors à chaque individu d'être à la fois un « récepteur », objet des sollicitations les plus diverses, et un « émetteur » doté de sa propre personnalité et capacité d'inventer ou d'enrichir une relation à l'autre.

L'interactivité que le numérique introduit est à double tranchant : elle permet un dialogue créatif encore plus fort mais aussi une pénétration très poussée d'images de flux dont la qualité et le message peuvent être sujets à caution. C'est pourquoi les contenus, « reçus » comme « émis », doivent rester au cœur de la réflexion et de l'action.

Un élément de garantie du respect de la diversité culturelle

L'audiovisuel est un vecteur essentiel de promotion de la diversité culturelle aux niveaux local et international.

L'« exception culturelle », adoptée en 1994 par le Parlement Européen, est l'un des outils juridiques mis en place pour défendre la diversité culturelle.

Cette doctrine repose sur le principe que les biens et les services culturels, du fait de leur relation à la culture, sont d'une nature particulière qui va au-delà des seuls aspects commerciaux. Ils véhiculent des contenus, des valeurs et des modes de vie qui sont partie prenante de l'identité culturelle d'un pays et reflètent la diversité créatrice des individus.

La Commission mondiale de la culture et du développement, mise en place en 1992 par les Nations Unies et l'UNESCO, a également souligné la nécessité d'outils de garantie de la diversité culturelle et d'actions dans le domaine audiovisuel.

¹ La convergence des médias est le phénomène de fusion de trois éléments : une information, son support, son transport, rendu possible par la numérisation.

Durant les négociations de l'AGCS (Accord général sur le commerce et les services, GATS), l'exception culturelle s'est traduite par une absence d'offre de libéralisation des services dans certains secteurs culturels de la part de l'Union européenne et ses États membres. En outre, ceux-ci ont demandé une série d'exemptions à l'application de la clause de la nation la plus favorisée (NPF), dont cinq portant sur l'audiovisuel. Ces exemptions à la clause NPF ont permis à l'Union européenne de développer des politiques gouvernementales d'appui au secteur audiovisuel comme les quotas de diffusion (télévision et radio) ou les aides financières à la production et distribution (tels que le programme MEDIA).

Le rapprochement des peuples à travers le processus de Barcelone

Les 27 et 28 novembre 1995 à Barcelone, les ministres des Affaires étrangères des pays du pourtour méditerranéen donnent vie officiellement au Partenariat euro-méditerranéen, instaurant un cadre élargi de relations politiques, culturelles, économiques et sociales entre les 15 états membres de l'Union européenne et les 12 partenaires de la rive sud de la Méditerranée (Algérie, Autorité palestinienne, Chypre, Égypte, Israël, Jordanie, Liban, Malte, Maroc, Syrie, Tunisie, Turquie²).

Trois objectifs furent fixés par les 27 partenaires :

- créer un espace commun de paix et de stabilité grâce au renforcement du dialogue politique (volet politique et de sécurité) ;
- construire une zone de prospérité qui, grâce à un partenariat économique et financier, puisse à terme instaurer une zone de libre-échange (volet économique et financier) ;
- rapprocher les peuples et les sociétés civiles grâce à des programmes de partenariat dans le secteur social et culturel (volet social, culturel et humain).

Considérant à ce titre la culture comme un facteur essentiel, la Déclaration de Barcelone a souligné l'importance du dialogue entre les cultures et entre les religions, **du rôle des médias dans la connaissance et la compréhension réciproques entre les cultures** et enfin du développement des ressources humaines dans le domaine culturel.

Cette déclaration est à l'origine de la mise en place d'activités régionales qui vont depuis dans le sens du dialogue des cultures et des civilisations³.

² Depuis 2004, Chypre et Malte font partie de l'Union européenne et ne sont donc plus des pays partenaires. Par contre se sont rajoutés, du côté de l'Union Européenne, en 2004 les 10 nouveaux pays adhérents (y inclus Chypre et Malte), en 2006 Roumanie et Bulgarie et -du côté des pays tiers- en novembre 2007, Albanie et Mauritanie

³ - Euromed Audiovisuel, programme régional pour la coopération dans le secteur du cinéma, de la télévision;

- Euromed Heritage, programme régional pour le patrimoine culturel euro-méditerranéen ;
- Euromed Jeunesse, programme d'action en faveur des jeunes ;
- Forums civils euro-méditerranéens
- Programme régional Information et Communication;
- Fondation Euro-Méditerranéenne Anna Lindh pour le dialogue entre les cultures.

Les instruments juridiques et politiques ont commencé à se mettre en place. Mais indéniablement, l'exposition permanente des populations aux médias, de plus en plus nombreux, divers et numériques, a introduit une nouvelle donne qui appelle à l'élaboration d'une nouvelle stratégie de développement de la coopération audiovisuelle euro-méditerranéenne.

2. Un secteur conjuguant culture et industrie

La phrase d'André Malraux « le cinéma est un art, mais aussi une industrie » met en relation le concept d'œuvre cinématographique singulière et les conditions économiques nécessaires à son surgissement comme à sa diffusion. Il n'y a plus aujourd'hui, sauf marginalement, art d'un côté et industrie de l'autre. L'audiovisuel est devenu en réalité une véritable industrie culturelle, intrinsèquement liée aux modes de fonctionnement des économies modernes avec leurs obligations de résultat, tout en gardant des caractéristiques qui en font toujours un moyen de création de premier plan.⁴

Un bassin d'emplois important nécessitant une main d'œuvre hautement qualifiée et des conditions de formation adéquates.

L'audiovisuel dépend au niveau mondial d'équipements dont la technologie se doit d'être toujours plus performante, et de matières premières (pellicules, supports électroniques) fabriquées en masse.

Parler d'industries techniques, c'est faire immédiatement référence à des emplois, à des compétences, à de la recherche et développement, à des modèles de rentabilité économique. Les entreprises de production qui sont à l'origine des produits audiovisuels et qui les amènent sur le marché international sont soumises aux mêmes contraintes.

L'audiovisuel est un secteur devant recourir à des qualifications pointues et variées qui allient le plus souvent formation de haut niveau, expérience et savoir-faire. La « chaîne » des métiers audiovisuels, très ramifiée, est susceptible de former un bassin d'emploi relativement important, quoique difficilement quantifiable avec précision en raison de sa propre diversité.

Ceci est démontré par les expériences menées dans le secteur privé, par exemple les studios Empire de Hammamet en Tunisie, ou les studios Atlas à Ouarzazate⁵ au

⁴ Et l'intervention financière des institutions publiques nationales ou internationales se justifie car, soumises aux seules règles de caractère commercial comme n'importe quel autre secteur d'activités, les productions audiovisuelles locales seraient rapidement menacées.

⁵ « Hammameth, nouvel Hollywood ? » <http://www.afrik.com/article5454.html> - "Ouarzazate, temple du cinéma mondial" http://www.maroc-hebdo.press.ma/MHinternet/Archives_660/HTML_660/ouarzazate.htm

Maroc, dans lesquels sont tournés de nombreux films et oeuvres de télévision, qui ont donné du travail à des centaines de professionnels.

Un secteur de production immatérielle où le contexte juridique est d'une importance extrême

L'audiovisuel se caractérise par son lien étroit avec un environnement entrepreneurial très complexe, allant de prestataires techniques divers à des cabinets d'assurance, à des banques spécialisées ou à des partenaires professionnels dont les modes de fonctionnement et principes d'intervention ont leur propre logique.

L'industrie audiovisuelle fait partie intégrante des activités qui participent de cette « industrie de la connaissance », sur laquelle est centrée le processus de Lisbonne qui prône une économie européenne fondée sur celle-ci plutôt que sur les industries traditionnelles du passé.

Sans un contexte économique fort, sans un encadrement juridique important qui permettent au secteur audiovisuel de se déployer dans toutes ses dimensions, toute stratégie de développement demeure dans un premier temps fragile.

En situation de marché concurrentiel, les analystes considèrent en général que l'audiovisuel - et surtout la production cinématographique- est un secteur d'activité spécifique à risque élevé et sans grande sécurité juridique.

À risque élevé, car il s'agit d'une industrie de prototypes pour laquelle :

- le mécanisme des économies d'échelle n'est pas opérant ;
- le coût de fabrication est indépendant du nombre de "consommateurs" ;
- il n'existe pas de liens entre l'investissement et le prix payé par le public ;
- chaque projet peut remettre en cause l'existence de l'entreprise ;
- différents marchés d'exploitation partiellement substituables⁶ sont nécessaires à l'amortissement de l'investissement ;
- l'exploitation illicite ou « extra-légale » (autrement dit, la piraterie) est extrêmement importante et constitue un préjudice considérable aux entreprises.

Sans grande sécurité juridique parce que :

- les textes de loi ne sont pas suffisamment en adéquation avec l'activité, et leur qualité inégale,
- le recours aux tribunaux (ou, le cas échéant, à des formes alternatives de résolution des litiges) n'est pas en mesure d'apporter dans des délais raisonnables une réponse appropriée à toutes les questions relatives à l'application de la loi,
- l'accessibilité à l'information juridique (loi, jurisprudence, usages, commentaires officiels et doctrinaux) est faible,
- la pratique du conseil juridique est peu répandue dans le secteur.

⁶ Par exemple, la télévision, le DVD ou les sites de téléchargement légal, en complément de la salle de cinéma, premier marché du film

Or, ce concept de sécurité juridique, lié à la nécessité de gérer, donc de contrôler les risques, est, pour les économistes, le garant du développement de toute activité. Une chose est sûre : aucune stratégie de développement de l'audiovisuel ne peut jamais correspondre à des modèles identifiables ni à des perspectives économiques déterminées avec la même fiabilité que dans d'autres secteurs.

Un marché nécessitant des outils financiers spécifiques.

Cette configuration particulière a également suscité en retour, dans plusieurs pays, la création d'outils financiers spécifiques au secteur et nécessaires pour que celui-ci fonctionne.

Une opération de production audiovisuelle se finance en effet très rarement, en tous cas en Europe et dans bon nombre de pays, par le seul investissement en fonds propres. Toute opération nécessite de regrouper différentes sources extérieures, publiques et privées, qui vont être libérées selon des échéances qui ne correspondent pas forcément au timing du processus de fabrication. D'où des contraintes importantes de gestion de trésorerie qui viennent encore renforcer l'insécurité du secteur et complexifier son management financier.

Des démarches d'accompagnement ont été élaborées en réponse à ces difficultés objectives. On citera à cet égard le cas français, assez exemplaire. Des établissements financiers comme Coficiné, Cofiloisirs ou Fortis Mediacom Finance⁷ par exemple, pallient au manque de sécurité juridique et à la hauteur de risque en contre-garantissant les relais financiers qu'ils accordent auprès de l'Institut de Financement du Cinéma et des Industries Culturelles (I.F.C.I.C.). L'IFCIC, établissement financier détenu à 49% par l'État français, apporte non seulement une garantie à hauteur de 50% aux prêteurs, mais aussi son expertise financière aux banques qui en font la demande.

C'est dans ce cadre qu'il faut considérer comme structurante la mise en place, de plus en plus répandue en Europe, de mesures d'incitation fiscale ou d'initiatives comme les Soficas françaises (sociétés pour le financement de l'industrie cinématographique et audiovisuelle), qui permettent à tout contribuable fortement imposé d'obtenir de fortes réductions fiscales en échange d'un investissement dans une production cinématographique ou audiovisuelle.

Le secteur est cependant souvent encore, dans la plupart des pays, dépendant de fonctionnements bancaires et financiers classiques, reposant sur une approche « généraliste » des dossiers soumis, qui constitue souvent des freins aux stratégies de développement de l'audiovisuel. L'ingénierie financière spécialisée, comme celle présente en France et en Grande-Bretagne est encore rare.

⁷ « Banques et cinéma, des affinités sélectives »

http://www.lefilmfrancais.com/151200/enquete_hebdo1_04.htm

3. Panorama du secteur audiovisuel dans la région

Un marché jeune et fragmenté mais très prometteur

L'audiovisuel en Méditerranée est un ensemble très fragmenté, où les conventions de coopération internationales sont peu utilisées et où les données statistiques dans le secteur sont rares⁸.

Le principal et incontestable atout de la région réside dans sa potentialité à développer un marché unique de plusieurs centaines de millions d'habitants, unifié autour d'une langue commune à une majorité de pays de la région, l'arabe.

La civilisation méditerranéenne est l'une des plus remarquables au monde en terme de patrimoine culturel, ceci vaut aussi pour l'audiovisuel.

La région compte des cinéastes mondialement reconnus et célébrés et de nombreux jeunes talents émergents, dont les oeuvres percent actuellement sur le marché international.

La région dispose également de sites historiques et archéologiques parmi les plus réputés au monde et qui ont servi de cadre à une multitude d'oeuvres célèbres.

Tous les pays méditerranéens sont émergents (ou « pré-émergents ») sur le marché audiovisuel international.

Ces pays sont donc dans leur ensemble, même avec des avancées diverses, au seuil de la reconnaissance internationale qu'apporte le marché cinématographique, qui reste encore le principal outil marketing sur le marché plus étendu de l'audiovisuel⁹.

Une expérience historique existe en matière de production de films, bien qu'elle soit variable selon les pays et que le volume global de production reste faible. En revanche, l'industrie de la télévision jouit de ressources productives importantes¹⁰ au service d'un vaste public et dépasse de loin celle du cinéma en volume humain et financier.

La principale caractéristique du public méditerranéen, c'est sa jeunesse. Les dix pays¹¹ du pourtour Sud méditerranéen comptent 263 millions d'habitants au total, dont 34% ont moins de 14 ans et 40 à 45% moins de 25 ans.

⁸ Nous ne pouvons pas ici entrer dans les détails de la situation de l'audiovisuel dans chacun des pays méditerranéens et tenterons donc de donner une idée globale des caractéristiques principales de la région.

⁹ La récente percée du cinéma israélien sur les écrans mondiaux avec par exemple des films comme « Walk on Water » ou « La Visite de la Fanfare » est par exemple tout à faire remarquable, de même que l'augmentation importante des co-productions entre Israël et l'Europe (48 entre 2001 et 2007).

¹⁰ 450 chaînes de télévision diffusent dans les pays du Sud méditerranéen.

¹¹ Algérie, Autorité Palestinienne, Égypte, Jordanie, Israël, Liban, Maroc, Syrie, Tunisie et Turquie

Il y existe donc une demande très importante, et en croissance constante selon les courbes démographiques, pour tous les nouveaux produits et services audiovisuels.

Ce marché est aussi présent en Europe : 12,5% (5 millions de personnes) des quelques 41 millions d'immigrants vivant dans l'Union européenne viennent des pays méditerranéens et constituent un public attentif aux produits audiovisuels venant de leurs pays d'origine. Parmi ces « nouveaux européens » on trouve de nombreux professionnels méditerranéens de l'audiovisuel vivant en Europe, dont le potentiel créatif doit être encouragé, dans la lignée de cinéastes déjà reconnus au niveau international, comme Fatih Akin, Nadir Moknèche, Josef Fares ou Ferzan Ozpetek¹², de même que

En termes d'équipements des ménages, le système de télécommunications est en pleine évolution (bien que les règles du marché doivent encore être améliorées) : entre 2000 et 2004, le nombre d'abonnés aux services de téléphonie mobile est passé de 103 à 318,5 pour 1000 habitants dans les 10 pays. Le réseau de télévision satellitaire est déjà actif et les équipements de réception très répandus dans les foyers.

Une capacité croissante à utiliser les dernières évolutions technologiques est donc notable, même si la proportion de ménages disposant d'un ordinateur personnel est encore très limitée (aux alentours de 23% contre une moyenne de 53% en Europe en 2005). La présence d'hébergeurs Internet reste encore marginale.

Une industrie encore fragile

Pour répondre à ce vaste marché de consommateurs potentiels, l'offre locale est importante et de qualité.

200 films environ sont produits par an, mais la production est concentrée dans quelques pays et une grande partie d'entre eux sont des coproductions ou des films produits en Europe. Cependant, seulement 10% d'entre eux au maximum atteignent les écrans européens (principalement français)¹³.

On peut ici prendre pour exemple le cinéma libanais, dont la renaissance a été largement célébrée et commentée en 2007, avec près de 15 films produits ces trois dernières années et de nombreux succès en festivals¹⁴. Mais ces films sont pour au moins 90% d'entre eux des co-productions, le plus souvent avec la France.

¹² Fatih Akin, réalisateur turco-allemand, auteur de « Head on », Ours d'or à Berlin en 2004 et de « De l'autre côté », prix du scénario à Cannes en 2007, Nadir Mokneche, cinéaste franco-algérien auteur de « Viva Laldjérie » et « Delices Paloma », Josef Fares, cinéaste libano-suédois, auteur de « Jalla, Jalla » et « Zozo », Ferzan Ozpetek, cinéaste turco-italien, auteur de « Hammam », « Le Dernier Harem », « La Fenêtre d'en face ».

¹³ Les sorties de 24 films méditerranéens ont été soutenues en Europe entre janvier 2006 et décembre 2007 par le fonds de soutien à la distribution « Euromed Cinémas ». 11 des ces sorties ont eu lieu en France

¹⁴ *Caramel* de Nadine Labaki et *Un Homme Perdu* de Danielle Arbid ont été présentés à la Quinzaine des Réalisateurs à Cannes en 2007, *Sous les Bombes* de Philippe Aractingi aux Giornate degli Autori de Venise.

Cette dépendance importante est dommageable et le risque de fuite des talents est évident.

Ceci est en lien direct avec la situation politique et économique de la région qui explique aussi le faible niveau de coopération régionale, politique, économique ou culturelle entre les pays et la quasi-absence de co-productions dans la région, malgré la position pionnière du Maroc en la matière.

Le secteur du cinéma en Méditerranée se caractérise par une intervention très réduite des pouvoirs publics. Ceci vaut pour les soutiens financiers comme pour l'encadrement législatif. Celui de la télévision est par contre en forte expansion, surtout à cause du dynamisme d'un secteur privé qui reste pourtant souvent encore balbutiant, ou aux mains d'opérateurs extérieurs à la région (notamment des pays du Golfe).

Tant au plan de la production que de l'exploitation, une législation sur le droit d'auteur moderne et adaptée à l'environnement international est indispensable, compte tenu de la nécessité croissante de recourir à des partenaires de divers pays pour produire un film et ensuite pour l'exploiter. Il y a donc lieu de veiller à ce qu'un niveau de protection suffisant soit accordé à tous les titulaires de droits dans chaque pays concerné et à ce que ces droits puissent aisément être mis en oeuvre.

Il est indispensable également que toutes les parties à la production d'un film aient accès à l'information juridique relative à chacun des pays concernés par la production ou l'exploitation d'un film. Il faut pour cela que cette information soit accessible non seulement dans la langue du pays mais également dans une langue largement répandue au plan international, en espèce l'anglais ou le français. Il faut également que l'information juridique soit à jour en permanence. C'est l'objet de la base de données Euromed Audiovisuel, qui regroupe l'ensemble des dispositions légales relatives au droit d'auteur cinématographique pour tous les pays concernés par le programme.

Les systèmes audiovisuels sont dans la plupart des pays en mutation vers une économie mixte et la fin du monopole public, ceci se faisant souvent sans les ressources nécessaires dans le secteur privé, qu'il s'agisse de finances ou de compétences, ainsi que dans un contexte législatif difficile, sans une préparation adéquate des anciennes chaînes étatiques, guère prêtes à faire face à la compétition privée.

Dans ce cadre, il faut rappeler le rôle important joué en Europe par EUREKA AUDIOVISUEL¹⁵ qui a été un indispensable outil de transition dans la préparation des industries audiovisuelles des pays de l'Est de l'Europe, nouveaux adhérents à l'Union Européenne, notamment à travers un travail de mise à niveau des fonctionnaires du secteur, d'adéquation des normes sur le droit d'auteur, et d'harmonisation des lois du secteur. Face aux besoins très similaires des pays du partenariat Euromed, l'Europe n'a plus un tel atout, Eureka Audiovisuel ayant été dissous en 2003.

¹⁵ Cf Rapport d'information n° 384 (1991-1992) de M. [Jean CLUZEL](#)

En fait, à l'exception de l'Egypte, grand pays de cinéma où le public continue à plébisciter les films nationaux en les maintenant à 80% du box office (ceci aussi grâce à un encadrement législatif protectionniste¹⁶), on ne peut réellement parler d'une industrie cinématographique établie et les jeunes réalisateurs sont confrontés à des difficultés pour finaliser leurs projets dans leur pays à cause du manque d'un secteur privé développé et de producteurs indépendants qualifiés.

Les organisations professionnelles sont rares et la profession peu structurée. Le plus souvent, les organisations communes au niveau régional sont inexistantes, à l'exception notable de l'ASBU – Arab States Broadcasting Union - association qui regroupe des organismes de télévision publics et privés. Il est donc très difficile d'intervenir sur un tel marché en le considérant comme une réalité unitaire.

Pourtant, la région recèle de nombreuses écoles de cinéma, mais il y existe peu d'initiatives de formation professionnelle et surtout très peu d'occasion de rencontres ou d'échanges professionnels.

Les projets indépendants, audiovisuels ou cinématographiques, y sont donc très difficiles à concrétiser d'autant qu'ils peuvent aussi se heurter à la censure.

L'accès aux marchés internationaux est malaisé pour les opérateurs méditerranéens, qui sont de plus victimes d'une certaine désaffection du public: à l'exception de la Turquie, de l'Egypte et du Maroc, le public national boude les « produits locaux », qui ne sont pas toujours protégés par des quotas et sont donc soumis à une forte compétition avec les œuvres venues des Etats-Unis. La part de marché des télévisions satellitaires est très importante (estimation : 56% au Maroc, 65% en Algérie en 2005).

Du côté infrastructures, les équipements de diffusion cinématographique dans les salles sont en général vétustes et peu fréquentés (ceci essentiellement en Afrique du Nord) sans que des opérations appropriées soient menées à grande échelle pour ramener le public vers les salles, bien que ceci ait été entrepris en Israël.

Ici aussi la sécurité juridique devrait être assurée par les textes qui permettent aux titulaires de droits de faire respecter leurs droits par les tiers. Ces textes n'existent pas toujours et, là où ils existent, leur mise en oeuvre peut poser des problèmes. La piraterie, avec les pertes qu'elle entraîne pour les titulaires de droits, a un effet puissamment dissuasif et, si elle touche toutes les cinématographies, elle affecte plus durement des pays où la capacité de production – et en général la visibilité de la cinématographie nationale sur son propre marché - est limitée.

Les investissements dans le secteur, qu'ils soient publics ou privés sont donc largement insuffisants et les outils financiers spécifiques « classiques » (fonds de soutien, incitations fiscales...) sont rares. Les investisseurs étrangers (surtout européens, car les pays du Golfe sont massivement présents surtout les domaines où l'investissement est le plus sûr, donc dans la télévision) sont aussi

¹⁶ L'Egypte a par exemple mis en place une taxe spéciale sur les produits étrangers, qui aide à maintenir la part de produits nationaux haute.

particulièrement frileux car la région ne dispose pas d'indicateurs fiables et les statistiques dans le secteur sont difficiles à trouver, quand elles existent.

Si l'on conjugue tous ces facteurs, manque d'infrastructures légales et de gestion, faiblesse des associations professionnelles et marchés embryonnaires, on comprend aussi le fléau endémique de la piraterie dans les pays méditerranéens.

Vers un développement durable

Pourtant, on peut discerner une prise de conscience récente de l'importance du secteur aux niveaux politique et économique dans certains pays de la région, qui s'accompagne de la création ou de la rénovation de structures spécialisées, comme l'Israël Film Fund, le Centre cinématographique marocain ou la « Royal Film Commission » en Jordanie.

Ce mouvement correspond à deux nécessités. D'une part il s'agit de préserver (ou réactiver dans le cas jordanien) un élément important de l'identité culturelle. D'autre part, miser sur l'audiovisuel, c'est aussi miser sur la création d'emplois, or c'est un thème d'une extrême importance dans ces pays où la jeunesse est importante. Selon Bichara Khader¹⁷ voici le nouveau profil du chômeur en Méditerranée du Sud : « *il est majoritairement jeune, généralement éduqué, et à la recherche d'un premier emploi* ».

La capacité de développement du marché arabophone reste une réalité à ne pas négliger, qui concerne plus de 200 millions de consommateurs pouvant être la cible d'un produit unique.

Il faut de plus y ajouter une autre partie de la zone méditerranéenne : Israël et la Turquie, qui constitue aussi en elle-même un vaste bassin de consommation.

La situation globale reste donc très contrastée.

Avec leurs coûts de production extrêmement compétitifs, leurs sites grandioses, leur climat, les pays du Sud peuvent trouver dans l'audiovisuel une nouvelle ressource, qui peut aussi se conjuguer avec le tourisme.

Pourtant, malgré des atouts réels en la matière, les pays méditerranéens, à l'exception de la Jordanie et du Maroc ne sont que très peu équipés en « commissions du film ». Ces dernières sont des bureaux d'accueil de tournage dont le modèle, créé aux Etats-Unis dans les années 50 s'est étendu à l'Europe dans les années 90. Leur but est de promouvoir leurs territoires pour y attirer des tournages et valoriser à la fois les sites et la main-d'œuvre locale.

Le corollaire, c'est évidemment la formation et la nécessité de trouver un équilibre entre l'accueil de tournages étrangers et le dynamisme de la production locale.

C'est le défi auquel sont confrontés actuellement les pays méditerranéens, et c'est un défi qu'ils ont d'ores et déjà relevé.

¹⁷ INJEP, « Avoir 20 ans dans 20 ans en Méditerranée »

Des projets de nouvelles écoles sont en cours de réalisation au Maroc comme en Jordanie, la Tunisie veut créer un portail internet d'accueil cinéma, le Liban souhaiterait trouver des solutions pour financer ses productions, de nombreux pays révisent leur législation, des initiatives se développent pour susciter des rencontres professionnelles, aux festivals de Carthage, de Jerusalem, à Tel-Aviv pour le documentaire, à Istanbul avec les « meetings on the bridge »...

C'est évidemment un moment crucial, où les transferts de savoir-faire peuvent jouer un effet de levier important, comme c'est déjà le cas avec le programme Euromed Audiovisuel.

4. Les actions de coopération existantes

Au niveau de l'Union européenne

Depuis dix ans, dans le cadre du processus de Barcelone et suite à la conférence de Thessalonique (novembre 1997), la Commission européenne mène une politique spécifique dans le domaine de l'audiovisuel pour rapprocher les cultures des deux rives de la Méditerranée, à travers le renforcement de l'audiovisuel et du cinéma, vecteurs privilégiés de communication et de dialogue, tant en Europe que dans les 10 pays du sud méditerranéen¹⁸.

Deux programmes se sont succédés à cet effet : Euromed Audiovisuel I et II.

Le premier programme Euromed Audiovisuel¹⁹ (2000-2004, 18 millions d'euros) a concentré son action sur 6 projets « lourds » concernant en particulier la production, le développement, les archives, la promotion et l'exploitation. Des oeuvres importantes et reconnues par le grand public (comme « La Fiancée Syrienne²⁰») ont vu le jour grâce au soutien d'Euromed Audiovisuel I.

Un second programme, Euromed Audiovisuel II, a vu le jour après une interruption de deux ans et dans une forme assez différente, ayant pris en compte les recommandations des professionnels du secteur.

Actuellement en cours (2006-2008) et doté de 15 millions d'euros, Euromed Audiovisuel II est plus orienté vers des activités au service direct des professionnels et des autorités nationales du Sud de la Méditerranée, à travers 12 projets concernant la formation, le développement, la promotion, la distribution et l'exploitation, encadrés par une structure d'assistance technique. L'action de ce programme, dont la fin est d'ores et déjà fixée à décembre 2008, n'a cependant pas pu prendre en compte l'ensemble du secteur du fait de la relative modestie de ses moyens financiers et humains.

A mi-terme, Euromed Audiovisuel II a réussi, grâce à des outils renouvelés (site web, bases de données, constitution de réseaux professionnels), à toucher un public professionnel large : 480 participants aux programmes de formation et

¹⁸Algérie, Autorité Palestinienne, Égypte, Jordanie, Israël, Liban, Maroc, Syrie, Tunisie et Turquie

¹⁹ <http://www.euromedaudiovisuel.net/general.aspx?treeID=5&lang=fr>

²⁰ <http://www.syrianbride.com/>

développement à ce jour, 115 films distribués et environ 862 000 spectateurs bénéficiant de ces sorties ou des nombreuses actions de promotion du programme. La mise en réseau des autorités nationales des pays méditerranéens est aussi l'un des points forts de ce second programme, qui a permis de susciter des échanges mais aussi des prises de conscience de la nécessité du dialogue et de la possibilité d'échanger des expériences tant avec l'Europe qu'entre pays méditerranéens. Le programme réunit donc régulièrement les autorités nationales lors d'ateliers professionnels consacrés à des sujets qu'elles ont elles-mêmes identifiés comme importants (droit d'auteur, lutte contre la piraterie, conservation et restauration des archives, distribution et exploitation...) et a déjà organisé en février 2007 lors du Festival de Berlin une conférence régionale où quelques 200 représentants d'institutions et professionnels ont pu s'informer, se rencontrer et échanger.

Enfin, le programme s'est attaché à mettre en place un circuit d'information régulier via un site web et une lettre d'informations mensuelle en trois langues (français, anglais, arabe).

Ce site (www.euromediaudiovisuel.net)²¹ permet aussi d'héberger les outils durables mis en place par le programme: base de données juridique permettant de connaître et comparer les droits d'auteur en vigueur dans les 10 pays méditerranéens, base de données de professionnels du Sud, synthèses statistiques qui permettent d'avoir un premier aperçu, même succinct et partiel, du secteur audiovisuel dans les pays méditerranéens.

A travers l'action d'Euromed Audiovisuel II²² il a été possible de suivre attentivement, durant ces deux années 2006, 2007, les évolutions du contexte audiovisuel euro-méditerranéen. Plusieurs constatations immédiates en découlent :

- la montée en puissance du secteur au niveau international, qui se manifeste par exemple par un phénomène nouveau : la récurrence d'articles sur les productions méditerranéennes dans la presse européenne spécialisée, par exemple dans « Screen International »,
- l'effet d'entraînement et d'émulation suscité par cette reconnaissance naissante et certaines actions du programme, mais tempéré par une certaine « timidité » des professionnels et des lourdeurs administratives.

Les programmes Euromed Audiovisuel I et II doivent beaucoup, dans leur contenu et leur méthode, à l'expérience du programme MEDIA, le premier programme de soutien de l'Union européenne à l'industrie audiovisuelle.

MEDIA a été lancé en 1991 et durant les 16 dernières années a soutenu le développement et la distribution de milliers de films dans toute l'Europe²³.

Le nouveau programme MEDIA 2007 (2007-2013) est le quatrième programme multi annuel et dispose d'un budget de 755 millions d'euros. Ses objectifs sont :

²¹ Ce site jouit d'une bonne fréquentation : le nombre de connexions par mois est passé de 1339 en octobre 2006 à 3194 en octobre 2007

²² <http://www.euromediaudiovisuel.net/general.aspx?anchors=1&treeID=3&lang=fr>

²³ De 2001 à 2006, plus d'un demi milliard d'euros a été injecté dans 8000 projets issus de plus de 30 pays.

- Préserver et mettre en valeur un secteur audiovisuel européen plus fort, reflétant et respectant l'identité culturelle et l'héritage de l'Europe
- Accroître la circulation des œuvres audiovisuelles européennes tant à l'intérieur qu'à l'extérieur de l'Union européenne
- Renforcer la compétitivité du secteur audiovisuel européen en facilitant l'accès au financement – en particulier pour les PME et l'utilisation des technologies digitales.

Le programme MEDIA a structuré l'industrie, créé des réflexes de réseau et de co-production et accompagné, au niveau du secteur audiovisuel, l'élargissement de l'Union européenne.

MEDIA est ouvert aux professionnels des 27 Etats membres, et à ceux de l'Islande, du Lichtenstein, de la Norvège et de la Suisse. MEDIA 2007 prévoit une « ouverture aux pays tiers » qui devrait se concrétiser à partir de 2008 par des actions préparatoires ciblées (soutien à la formation, aux agents de vente, aux réseaux de salles) en faveur de pays hors Union européenne.

La coopération d'autres pays tiers avec le programme MEDIA, ou avec d'autres mécanismes de soutien européens est également possible pour les pays ayant conclu des accords d'association et de coopération avec l'Union européenne incorporant des clauses sur le secteur audiovisuel.

Dans cet esprit d'ouverture au monde, MEDIA MUNDUS est récemment né dans le cadre d'une action préparatoire visant à renforcer la coopération entre les industries audiovisuelles des pays tiers et celles des Etats membres de l'Union européenne, à laquelle le Parlement européen a octroyé un budget de 2 millions d'euros le 14 décembre 2007.

Les effets de cette action préparatoire bénéficieront tant aux professionnels européens qu'à ceux des pays tiers. Elle se concentre sur trois lignes d'actions :

- La formation continue: ce soutien s'adresse aux projets de formation continue dans le secteur audiovisuel. Ces derniers peuvent concerner l'ensemble des segments de la filière (production, distribution, exploitation en salles, diffusion et promotion).
- La distribution, la commercialisation et la promotion: il s'agit de faciliter et encourager la promotion et la circulation des œuvres cinématographiques des pays tiers au sein des marchés des Etats membres de l'Union européenne, et réciproquement des œuvres européennes dans les pays tiers.
- Les réseaux de salles de cinéma: le but est d'encourager les exploitants de salles européens à améliorer la diffusion de films en provenance de pays tiers, et réciproquement d'encourager les exploitants de pays tiers à améliorer la diffusion des œuvres cinématographiques européennes.

Cette action préparatoire fera prochainement l'objet d'un appel à propositions.

Cette action de la Commission européenne se fait en complémentarité avec celle menée par les Etats membres, dont plusieurs ont mis en place des politiques de coopération spécifique avec les pays du Sud méditerranéen. Des exemples de ces actions sont proposés en annexe III.

Au niveau des organisations internationales

De nombreuses organisations oeuvrent dans le domaine du développement culturel international. Nous avons dû ici nous limiter aux plus significatives dans le domaine : l'Unesco, l'Organisation internationale de la Francophonie, le Conseil de l'Europe et l'Union Européenne de Radiodiffusion (en étroite coopération avec l'ASBU et la COPEAM). Des exemples de leurs principales actions sont proposés en annexe IV.

II LES ENJEUX

Dans ce contexte complexe, dans cette région unique pour la civilisation mondiale, il est primordial d'agir davantage pour promouvoir les contenus audiovisuels comme instruments de savoir et de réflexion sur le monde.

Dans cette région où l'audiovisuel se positionne comme un secteur d'avenir, il est essentiel d'accompagner le développement de nouveaux modèles économiques.

La Méditerranée est une zone jeune où la demande de produits audiovisuels est forte et où elle va potentiellement augmenter. Il est essentiel et urgent d'y mettre en place, à l'heure du numérique, les dispositifs adéquats pour développer les produits de qualité qui garantiront le respect de la diversité culturelle et le dialogue des cultures.

Il faut également poursuivre et renforcer les politiques de soutien aux jeunes talents locaux qui ne doivent pas rester en friche ou être tentés de quitter leurs pays. Cet effort doit concerner les systèmes éducatifs en général et plus particulièrement les écoles de cinéma et les centres de formation.

Il doit aussi se poursuivre pour aider à la diffusion la plus large des œuvres ainsi produites, quel que soit leur support. Ceci doit se faire au niveau local, régional, national et bien entendu international car la Méditerranée doit gagner la reconnaissance que son histoire, ses peuples et ses talents méritent, mais qui est encore incomplète.

Dans cette démarche, il faut aussi mettre au premier plan le public, les publics. Dans de nombreux pays méditerranéens les infrastructures de diffusion sont en mauvais état et les salles n'attirent plus. Si l'on n'agit pas rapidement, sur toutes les plates formes de diffusion, ce n'est pas seulement le cinéma qui en souffrira, c'est aussi tout le tissu social et culturel qui se tisse dans ces lieux de diffusion.

Il serait donc aujourd'hui extrêmement dommageable d'interrompre les politiques nationales au premier chef, mais aussi européennes, qui peuvent garantir l'épanouissement de l'audiovisuel méditerranéen et son rayonnement culturel.

Ceci d'autant plus que les risques de marginalisation sont élevés et réels dans un contexte où le manque d'accès aux outils et aux techniques mènerait irrémédiablement à la rupture d'une dynamique de coopération à présent établie.

L'enjeu est donc de première importance : il s'agit d'encourager le renforcement d'une société civile apte à agir sur ses créations, son identité et interagir avec les autres.

La révolution numérique implique des enjeux particuliers. La culture de la gratuité engendrée par la diffusion sur le net ou sur les téléphones mobiles ainsi que l'introduction de nouvelles pratiques de marketing qui modifient la donne du financement risquent de laisser le champ libre à des opérateurs étrangers, détenteurs de vastes catalogues d'œuvres, qu'ils pourront diffuser sur tous supports si aucune régulation n'est mise en place. C'est un enjeu économique, juridique et

financier extrêmement important pour les opérateurs locaux ou européens, car le risque de perdre le marché méditerranéen est réel.

Ce marché est de plus fragmenté et ne s'appuie pas réellement sur l'un de ses atouts : une langue commune à une majorité de pays du pourtour méditerranéen. Ce fait devrait permettre une circulation facile des projets, des œuvres, des professionnels. Or cette fluidité n'est toujours pas atteinte, certainement en partie pour des raisons politiques, mais aussi par manque d'intégration d'un marché commun et par manque d'information sur les marchés nationaux.

Il convient donc de poursuivre les efforts d'information, de formation, d'incitation aux échanges, en élargissant le champ d'action des programmes futurs, et en visant en particulier les nouveaux opérateurs privés qui apparaissent ainsi que la mise à niveau des personnels administratifs concernés par le secteur.

En effet, l'apparition et la rapide multiplication de nouveaux opérateurs privés dans la région est aussi un enjeu particulier : les périodes de dérégulation sont toujours propices à des renouvellements positifs, mais souvent aussi à l'irruption d'acteurs se plaçant en position dominante. La particularité de ces nouveaux acteurs dans les pays méditerranéens est qu'ils viennent le plus souvent de l'extérieur et ne sont pas soumis aux législations nationales existantes²⁴, lesquelles ne peuvent, le plus souvent, anticiper et encadrer les évolutions des technologies et du marché. Il faudra donc être dans les prochaines années particulièrement vigilant quant au respect d'un équilibre dans l'accès au marché et son développement, ainsi que faire de l'adéquation des législations nationales de ces pays une priorité de l'action commune. Cet équilibre passe également par un renforcement des marchés nationaux car les cinématographies les plus rayonnantes sont celles qui s'appuient sur des marchés intérieurs forts (US, Inde, Danemark, France... Egypte, Israël, Turquie).

Pour ce faire, le renforcement des associations professionnelles sera déterminant, car c'est évidemment de l'intérieur que cette régulation doit se faire. Il est donc particulièrement important d'encourager et accompagner ce rôle croissant du secteur privé et des associations professionnelles. Ces dernières en particulier auront un rôle primordial, par exemple dans la gestion des droits et la lutte contre la piraterie.

Le développement de l'industrie cinématographique dans les pays méditerranéens implique en effet non seulement des textes de lois complets et à jour et des tribunaux compétents pour les appliquer, mais également un accès aisé à l'information juridique, la disponibilité d'un conseil juridique de qualité et, compte tenu de l'importance de la piraterie, la recherche de solutions originales susceptibles de faire progresser l'activité légale par d'autres moyens que la seule répression des activités illicites.

Sans soutien pour parvenir à cette maturité du marché et des opérateurs, la Méditerranée pourrait demeurer une zone émergente mais sans capacité significative au niveau international et de plus soumise à une concurrence internationale importante dans le domaine.

²⁴ Cf par exemple l'éclosion des « free media cities » en Jordanie

Une zone qui, éventuellement, ne sera pas à même de saisir les opportunités qui pourraient s'ouvrir à partir de 2010, avec l'ouverture aux pays tiers du programme MEDIA ou la révision des lignes directrices des soutiens publics à l'audiovisuel par la Commission européenne, une révision pouvant amener, elle aussi, une ouverture accrue pour les pays tiers.

En revanche d'autres parties du monde, comme l'Asie du Sud-est ou l'Amérique latine sont déjà très bien positionnées.

Le succès de la Corée du Sud ou de l'Argentine sur la scène audiovisuelle internationale par exemple est lié au talent de leurs créateurs, mais cette ressource ne manque pas en Méditerranée. En revanche, rares sont les pays méditerranéens à avoir mis en place, comme le tigre coréen, un plan de soutien significatif à l'industrie nationale du film²⁵ et un grand rendez-vous régional devenu un must au niveau international, comme c'est le cas avec le Festival du Film de Pusan. Et il n'existe pas dans la région, comme c'est le cas en Amérique latine, de fonds régional comme IberMedia.

Il s'agit donc aujourd'hui de permettre à l'espace euro-méditerranéen de s'affirmer comme une nouvelle zone de dialogue et d'échanges en transformant l'essai des politiques précédentes et en mettant en place une politique durable et significative.

La durée impartie à ces politiques est ici une donnée fondamentale, au vu de l'important effort nécessaire dans le domaine des formations et en raison des délais de production dans l'audiovisuel, où les retours sur investissement sont très longs.

Enfin, le préalable de toutes politiques dans le domaine est l'adhésion et la ratification rapides de la Convention de l'Unesco sur la diversité culturelle, ainsi que sa transposition dans les législations nationales.

²⁵ Le cinéma sud-coréen bénéficie de mesures de protection : les salles doivent avoir un film coréen à l'affiche au moins 40 % de l'année. Depuis 1998, des négociations avec les États-Unis visent à supprimer ou au moins réduire cette part de la production nationale dans la programmation des salles coréennes, sans aboutir. Les États-Unis sont très hostiles au droit national sud-coréen, qui a toutefois pu être maintenu grâce à une forte mobilisation des cinéastes coréens¹.

Le gouvernement sud-coréen a annoncé, le 23 octobre 2006, un plan de soutien financier à l'industrie nationale du film, comportant notamment l'amélioration des infrastructures cinématographiques, la formation de personnel et la promotion des films sud-coréens à l'étranger¹.

III ORIENTATIONS STRATEGIQUES

1. Les objectifs

1.1 Objectif général

L'objectif général est de contribuer au développement du dialogue interculturel et de soutenir la diversité culturelle, à travers le développement et le renforcement de la capacité audiovisuelle des pays méditerranéens. Mais le contexte et les enjeux exigent de les décliner de manière à les adapter, à la fois au secteur et à la région cible : la Méditerranée et ses échanges avec l'Europe.

1.2 Objectifs spécifiques

Les caractéristiques du secteur audiovisuel, et toutes ses applications numériques, en font un domaine au carrefour entre la création artistique et l'industrie.

Les objectifs et les stratégies proposés ici ont donc toujours été pensés pour respecter cette dualité, de même qu'un équilibre entre des actions concernant le cinéma comme la télévision et les applications numériques.

Les voici :

- Favoriser et aider à la diversification d'un marché régional en matière de production audiovisuelle et de consommation
- Encourager les pôles distribution et exploitation, au Nord comme au Sud de la Méditerranée, en tenant compte des spécificités des marchés nationaux
- Renforcer un marché qui puisse valoriser les produits européens et méditerranéens, et en bénéficier
- Rationaliser et améliorer une industrie culturelle créatrice d'emplois
- Soutenir la création et la réalisation d'œuvres et de moyens de communication partagés renforçant l'identité régionale
- Promouvoir le développement de ressources humaines spécialisées mieux adaptées à l'internationalisation
- Promouvoir le partage des technologies et des savoir-faire, en particulier sur les nouveaux marchés (l'internet comme les autres nouvelles plateformes de distribution)
- Promouvoir une meilleure connaissance des marchés nationaux et leur renforcement

- Encourager la coopération entre les producteurs, les distributeurs et les autres opérateurs audiovisuels au niveau euro méditerranéen
- Encourager les coproductions multilatérales
- Sauvegarder et exploiter le patrimoine audiovisuel et cinématographique de la région
- Favoriser l'harmonisation des cadres législatifs et des pratiques professionnelles dans l'audiovisuel, ainsi que la sécurité juridique

2. Recommandations d'actions

Les actions recommandées sont présentés en trois groupes, et répondent toutes aux objectifs spécifiques. Il s'agit de **la formation, la production et la diffusion**.

Pour chaque action proposée, il est fait référence aux bonnes pratiques existantes qu'il est possible d'utiliser comme référence et des fiches techniques thématiques sont proposées.

A. FORMATION

La formation est un domaine fondamental dès que l'on parle de culture, d'identité, de qualification, d'apprentissage, qu'il soit culturel ou lié à la recherche d'emplois. Une filière complète est donc proposée ici, allant de l'éducation des enfants à la mise en réseau des opérateurs, en passant par la formation initiale et professionnelle.

1. Former les citoyens à l'image, en privilégiant les jeunes est une première priorité.

Il s'agit de **formuler et mettre en place des programmes d'éducation à l'image** (Media literacy) dans les écoles, pour permettre aux jeunes de comprendre « la filière cinéma »²⁶ et de décrypter le langage des medias, en particulier électroniques. Ceci pourra être décliné en cours magistraux entrant dans les cursus scolaires, en ateliers et bien sûr en projections.

Pour le permettre, il est proposé de :

- faciliter l'accès à des sites de téléchargement légal depuis les écoles ou des lieux publics équipés,
- développer des programmes (histoire, esthétique, langage, etc..) pour former les enfants et les jeunes
- former les instituteurs aux rudiments de l'audiovisuel

²⁶ La filière cinéma couvre tout le processus de création, production et diffusion, de l'écriture à la projection sur tous supports.

- sensibiliser les jeunes aux notions de propriété intellectuelle.

2. Il faut ensuite **miser sur la formation professionnelle (initiale et continue).**

Pour ce faire, la création d'un cadre de coopération pourrait favoriser les **échanges entre les écoles de cinéma du Sud et d'Europe**²⁷, de même que les **échanges entre les écoles méditerranéennes** et si possible leur complémentarité, en privilégiant le développement de **pôles d'excellence** pour les programmes de formation initiale en Méditerranée.

Un intérêt particulier devra être porté également à **la formation des formateurs**. Les nombreuses expériences menées dans le cadre d'Euromed Audiovisuel II montrent en effet que d'importants efforts doivent être faits pour parvenir à une bonne adéquation entre les participants des formations et leurs « tuteurs ». Il faut, à terme, créer des équipes de professionnels méditerranéens intervenant dans les formations et former aux réalités professionnelles méditerranéennes les intervenants européens.

L'un des points forts des formations professionnelles proposées devrait être la **création de cadres permettant le développement d'échanges entre les professionnels** en favorisant notamment la coopération horizontale dans des ateliers professionnels donnant une impulsion au développement de coproductions. Il est en effet nécessaire de former les jeunes producteurs aux mécanismes de la coproduction, artistique et financière, au niveau international. Il serait aussi important d'offrir un financement et des conseils qui permettent aux jeunes de démarrer (seed financing), comme le fait par exemple l'Israël Film Fund et de favoriser les échanges professionnels via des stages en entreprise.

Enfin, ces efforts dans le domaine de la formation doivent tendre à **favoriser la mise en réseau des professionnels pour renforcer la coopération Sud-Sud**.

Il s'agit de contribuer à la création/au renforcement des associations professionnelles dans chaque pays, et de favoriser les coproductions Sud/Sud, notamment en aidant la circulation sud/sud des professionnels et la création d'équipes mixtes.

Cette **mise à niveau** doit concerner également **tous les professionnels associés de l'audiovisuel, y compris les personnels administratifs** [voir fiche thématique E « Mise à niveau des personnels et des réseaux professionnels »].

B. PRODUCTION

Les pays méditerranéens souffrent d'un volume insuffisant de production cinématographique et télévisée (séries, etc.) capable de franchir les frontières nationales. Ceci résulte d'un manque de pratique internationale (même à l'échelle régionale) et d'une crise endémique du financement, liée à différents facteurs : la faiblesse des ressources locales, le manque de possibilités de co-production, la

²⁷ Cf la coopération récemment mise en place entre l'Institut Supérieur des Arts Multimédia de Tunis et l'INSAS belge.

concurrence d'autres zones géographiques, comme l'Asie ou l'Amérique latine, pour les financements ouverts aux pays émergents.

Le besoin d'un **soutien à la production** dans le cadre du partenariat euro-méditerranéen se fonde aussi sur les objectifs suivants:

- Créer un marché diversifié et intégré
- Renforcer la structure et l'infrastructure des industries audiovisuelles dans les pays méditerranéens et leur internationalisation
- Faciliter les coproductions et la coopération
- Encourager le dialogue interculturel et la transparence.

Conforter la production culturelle méditerranéenne est aussi un moyen à la fois décentralisé et sûr pour aboutir à la convergence et au dialogue culturel.²⁸

Afin d'atteindre ces objectifs, il est recommandé de :

- mettre en place un **mécanisme de soutien financier aux productions et co-productions** ;
- **encourager une assistance professionnelle** par des institutions ou des professionnels européens ou méditerranéens leaders pour adapter et mettre à jour les systèmes de financement existants dans les pays du partenariat euro-méditerranéen. Cette assistance devra respecter les caractéristiques et le mode opérationnel propre à chaque pays et viser à en accroître la compatibilité ;
- promouvoir **l'adoption autonome de la part des pays méditerranéens à la convention de co-production du Conseil de l'Europe** pour faciliter les co-productions entre pays du Sud et avec l'Europe, en harmonisant le cadre juridique mais aussi les pratiques professionnelles ;
- **encourager la mise en place d'incitations fiscales** dans les pays méditerranéens ;
- fédérer l'effet pédagogique de ces nouvelles mesures par la mise en place d'un **site de promotion**.

La conséquence de ces mesures de soutien à la production sera **la création d'emplois** dans la région grâce à une augmentation de la production. Dans ce cadre, le renforcement de l'accueil de tournages étrangers doit aussi être considéré car il permet de créer encore des emplois, de professionnaliser les techniciens et bénéficie en général aux infrastructures touristiques.

La création de « **Commissions du Film** »²⁹ professionnelles dans le plus grand nombre de pays méditerranéens est recommandée, en liaison avec les différents ministères concernés.

²⁸ cf le « Rapport du Groupe d'experts réuni par l'Institut de la Méditerranée sur le projet d'Union méditerranéenne » (octobre 2007)

²⁹ Les commissions du film sont des bureaux d'accueil de tournage dont le but est de promouvoir leurs territoires pour y attirer des tournages et valoriser à la fois les sites et la main-d'œuvre locale.

C. DIFFUSION

L'affirmation de l' « ère numérique », bouscule tous les modèles préexistants dans l'audiovisuel et instaure de nouveaux modèles économiques qui devront être orientés vers le consommateur et non plus vers le producteur.

C'est pourquoi la diffusion apparaît comme un secteur d'une importance stratégique encore renouvelée.

La diffusion est entendue ici dans tous ses composantes, c'est-à-dire distribution et exploitation en salles et par les techniques numériques, diffusion télévisée, diffusion d'informations.

Les nouvelles technologies concernant la numérisation totale de la distribution permettront une segmentation plus complète du marché, tout en redéfinissant le public pour tous les produits. Un **soutien financier à l'installation de nouveaux équipements (projecteurs numériques par exemple) pourrait être envisagé comme levier pour favoriser les contenus nationaux et/ou régionaux**. L'octroi de soutien aux équipements numériques serait ainsi conditionné par un engagement à diffuser un pourcentage (à définir) de productions locales.

Il est évident que l'offre sera d'autant plus attractive pour les consommateurs qu'elle concernera un ensemble de produits (événements sportifs, musique, concerts, etc.).

La mise en réseau des salles de cinéma numériques, incluant également la transmission par satellite, pourra aussi faciliter la distribution des produits: des réseaux de salles spécialisées avec une offre très spécifique accessible par abonnement (de nouveaux « ciné-clubs ») peuvent consolider et fidéliser un public et de plus offrir des contenus locaux. **Un soutien public à ce type d'activité serait un instrument utile pour aider la distribution.**

Selon le mot de l'historien du cinéma algérien Boujema Karèche « Le cinéma vous fait aimer votre pays ! ». Il est donc également très important de **prévoir des actions dans le domaine de la préservation des archives, et de leur diffusion via par exemple les cinémathèques et les chaînes de télévision** [voir fiche thématique G - « Préservation du patrimoine audiovisuel »].

Un travail important doit aussi être poursuivi pour **favoriser une meilleure coopération avec la télévision** [voir fiche thématique B - « Television »]. Il s'agit de développer des mécanismes permettant les investissements des télévisions dans les films et la diffusion télévisée des œuvres de contenu local, ceci en favorisant les mesures anti-trust.

Pour le type de mesures à mettre en place, la Directive Services Médias Audiovisuels qui va progressivement remplacer l'ancienne Directive Télévisions sans frontières et la législation existante dans certains pays européens (Espagne, France) peuvent donner des cadres de référence utiles. Par exemple il pourrait être recommandé de reconnaître par réciprocité les œuvres méditerranéennes dans les quotas européens. La promotion des cinémas du Sud devrait également être encouragée à travers des magazines spécialisés, la diffusion de bandes-annonces etc...

Le rôle important des nouvelles technologies pour le développement d'une diffusion légale ne sera rendu possible sans **une révision de l'environnement juridique et réglementaire et la défense des droits de propriété intellectuelle prenant en compte ce nouveau contexte** [voir fiche thématique D - « Cadre juridique »].

Des solutions innovantes doivent en particulier être proposées pour décriminaliser les actions de piraterie souvent provoquées par l'impossibilité de téléchargement légal.

Deux actions sont proposées dans ce sens :

- la création d'un **site de téléchargement légal**

- **l'instauration d'une Licence d'Utilisation Privée** : cette solution originale, de nature purement civile, consiste à dissocier l'acquisition matérielle des oeuvres de l'autorisation d'utiliser celles-ci à des fins privées.³⁰

Enfin, sans données accessibles et fiables dans le domaine, il sera toujours difficile de repérer les détenteurs de droits, de susciter des co-productions et d'attirer des investisseurs potentiels.

Il semble donc primordial **d'encourager la collecte de données statistiques dans le secteur au niveau national, et à terme l'harmonisation au niveau régional**, qui permettrait d'aller vers un outil commun.

A travers la proposition de ces trois lignes d'intervention, et la description des actions concrètes les mettant en pratique³¹, il s'agit à la fois de donner au secteur audiovisuel méditerranéen l'impulsion encore nécessaire pour maintenir et renforcer la dynamique actuelle et tenir sur la scène internationale la place qui lui revient et qu'il a commencé lui-même à se tailler. Ce plan stratégique doit ouvrir encore et toujours plus le champ des coopérations et des co-productions entre deux espaces culturels indissociables, l'Europe et la Méditerranée.

³⁰ Cf fiche thématique « cadre juridique »

³¹ cf fiches thématiques sur a) le cinéma, b) la télévision, c) l'appui à l'émergence de marchés des produits culturels audiovisuels ; d) cadre juridique; e) la mise à niveau des personnels et des réseaux professionnels, f) les actions citoyennes, g) les archives.

CONCLUSION

Au terme de cette étude, plusieurs tendances se dégagent :

- la présence prépondérante de l'image dans les sociétés méditerranéennes et européennes et l'affirmation des produits audiovisuels comme vecteurs privilégiés de communication, d'échanges et de dialogue interculturel ;
- l'interaction croissante des médias audiovisuels dans la vie quotidienne, en particulier dans celle des jeunes : l'audiovisuel est plus que jamais un enjeu énorme pour le développement équilibré et durable des sociétés du XXIème siècle, un vecteur de paix, de connaissance mutuelle mais aussi de développement économique et social ;
- le rôle trop limité des pays du pourtour sud méditerranéen dans ce paysage, où ils n'occupent pas encore toute la place qui devrait être la leur : leur histoire et leur patrimoine sont cruciaux pour la civilisation mondiale, leurs talents sont pléthores, leurs marchés jeunes et prometteurs mais leur manque de pratique internationale et leur cloisonnement nuisent au rayonnement de leurs produits audiovisuels et à leur reconnaissance culturelle et économique.

Les stratégies ébauchées dans ce document et les actions détaillées dans les sept fiches thématiques jointes tentent de répondre aux principaux défis qui ont pu être identifiés grâce à l'expérience et la connaissance intime du terrain des membres de ce Groupe de Réflexion.

Elles concernent le cinéma, sa production comme sa diffusion, la télévision (en particulier sa transition vers le service public), l'émergence de marchés professionnels au Sud et la meilleure promotion des produits audiovisuels du Sud sur les marchés européens, l'harmonisation et l'amélioration du cadre juridique pour aboutir entre autres à une meilleure protection du droit d'auteur et à une collaboration accrue avec l'Europe, la mise à niveau des personnels et des réseaux professionnels, et enfin des actions citoyennes et de préservation de la mémoire audiovisuelle et cinématographique de la Méditerranée.

La tâche à accomplir est vaste, et d'une importance extrême. Il faut trouver les moyens nécessaires pour que la dynamique instaurée tant au sein des programmes de coopération des Etats membres que dans le cadre des programmes Euromed Audiovisuel de la Commission européenne ne reste pas lettre morte, et que les outils créés ne deviennent obsolètes.

Il s'agit aujourd'hui de fédérer toutes les énergies, celles de l'Union européenne, de ses Etats membres et celles des pays méditerranéens.

FICHE THEMATIQUE A - CINEMA

Voici la liste des outils proposés pour favoriser le développement de l'industrie cinématographique dans les pays méditerranéens.

1. Mise en place d'un fonds de soutien aux coproductions fonctionnant sur des bases simples:

Pour être éligible, un projet devrait être une coproduction entre au moins deux pays méditerranéens membres du Fonds (avec la possibilité d'avoir un troisième partenaire européen impliqué)

Le Fonds financerait le développement (y compris les frais de traduction), la production (y compris la post-production) et la promotion (y compris une aide à la distribution et au marketing) d'oeuvres venant des pays méditerranéens, ceci incluant bien entendu les produits numériques³².

Les exemples pour cette action seraient Eurimages et IberMedia³³.

La gestion du fonds permettrait d'établir **une collaboration pérenne entre les opérateurs méditerranéens** : le comité de direction (ou Conseil de surveillance) du Fonds serait composé de représentants de tous les pays méditerranéens participants et de l'Union européenne qui se réuniraient régulièrement, débattraient et approuveraient la mise en place de projets, de politiques et assureraient le suivi du Fond.

Un comité de présélection composé de professionnels des pays participants évaluerait et recommanderait les projets sélectionnés.

Un administrateur coordonnerait l'ensemble de l'activité et ferait des rapports réguliers au comité de Direction.

Afin de d'encourager de façon décisive la coopération et la coproduction, le Fonds offrirait un certain nombre de services dont l'objectif serait de réunir et mettre en réseau les projets et les professionnels.

Il s'agirait d'une part de conseiller les professionnels porteurs de projets sur les aspects juridiques, les ventes et la promotion.

D'autre part, le fonds organiserait régulièrement des **rencontres professionnelles** (environ deux fois par an), de manière en particulier à favoriser la recherche de co-producteurs et la mise en réseau.

Le transfert des meilleures pratiques dans ce domaine serait facile étant donné que ce modèle est le même que celui de nombreux fonds de soutien nationaux ou régionaux en Europe et a fait ses preuves. En ce qui concerne la coordination des autorités nationales, le modèle de l'EFAD (European Film Agency Directors – établi en 2002, ce réseau informel des directeurs des agences nationales du cinéma des Etats membres donne un cadre de collaboration, co-ordination et d'échanges d'idées concernant la politique européenne audiovisuelle) pourrait être étudié.

Toutes les informations et communications concernant le fonds et la région seraient présentées sur un site Internet, par exemple sur le modèle de cineuropa.org.

Le financement du fonds devrait provenir des pays méditerranéens ainsi que de l'Union européenne sur un équilibre à définir.

³² Ce système concernerait bien entendu fiction et documentaire. Dans le domaine du court-métrage, le fonds interviendrait plutôt dans le domaine du conseil et de la mise en réseau

³³ Cf descriptifs succincts, page 55 pour IberMedia et page 61 pour Eurimages.

Par exemple, un équilibre de base d'1 euro en provenance du Sud pour 2 euros en provenance de la Commission (avec l'objectif d'arriver à "1 pour 1" après la phase pilote) pourrait être envisagé.

Le plan serait de rassembler pour la première étape un maximum de 750 000 euros des pays méditerranéens pour commencer (75 000 euros en moyenne de la part de chaque état), combiné à un maximum d'1.5 millions de la CE pour un budget total s'élevant à 2.25 millions d'euros par an.

Cette somme ne serait utilisée que pour financer des projets (10 à 20 films par an); les autres services et l'administration seraient financés grâce à un montant supplémentaire d'environ 500 000 euros par an.

Lors de sa phase pilote, le fonds accorderait des subventions et ne demanderait pas de remboursement.

Après sa phase pilote d'une durée de trois ans, ce modèle devra être évalué et l'introduction de soutiens remboursables sera envisagée.

La structure du fonds offrirait également des éléments de recherche et des informations sur d'autres modèles de financements (incitations fiscales, etc...).

2. Mise en place d'une assistance technique aux systèmes de financement de la production au niveau des états méditerranéens

Au Sud comme au Nord de la Méditerranée existent des systèmes de soutien et de financement performants, qui ont fait leurs preuves et ont chacun leurs caractéristiques, en fonction de leur budget et du paysage de production local auxquels ils sont adaptés. En Europe, la plupart de ces fonds travaillent en réseau, que ce soit au niveau national, entre systèmes régionaux d'un même pays, ou au niveau européen. En revanche les passerelles entre ces systèmes sont trop rares au Sud, souvent par méconnaissance ou du fait d'une trop grande disparité des structures.

La mise en place d'un système d'assistance technique simple, qui, sur demande d'un état méditerranéen, recommanderait, en fonction de ses spécificités nationales et de ses problèmes spécifiques (au niveau par exemple de la sélection, ou de la gestion, ou de la promotion) un expert venant d'une instance européenne ou d'un autre pays méditerranéen selon les cas, permettrait d'apporter des solutions « sur mesure » pour l'état demandeur et de recommander également des solutions permettant la meilleure adaptabilité à la co-production. La mise en place d'une base de données de ces interventions constituerait de plus un réservoir d'expériences et d'échanges de savoir-faire qui serait disponible à tous les pays.

3. Encouragement à la mise en place de Commissions du Film professionnelles dans les pays méditerranéens, de manière à valoriser leurs sites et leur main d'œuvre, en collaboration avec les ministères concernés³⁴. Les expériences en cours en Tunisie, Jordanie, en projet au Maroc pourront être mises à profit.

4. Encouragement des co-productions

Il est proposé, pour favoriser le développement des coproductions cinématographiques et audiovisuelles entre les États du sud de la Méditerranée et entre ces États et les États européens, de recourir à un **instrument multilatéral** plutôt qu'au développement de multiples outils bilatéraux, et d'y adapter les systèmes de soutien nationaux.

La Convention européenne sur la coproduction cinématographique pourrait être prise comme modèle ou même directement utilisée telle quelle dans le cadre d'accords entre les différentes parties.

³⁴ Cf page 17.

D'autre part, la mise en place **d'un organisme de prévention et de résolution des litiges** pouvant survenir entre les coproducteurs est fortement recommandée. Le coût très élevé des procédures judiciaires en cas de conflit et l'absence, dans la plupart des pays, de tribunaux compétents dans ces matières, constitue un frein considérable au développement des coproductions. L'existence d'une procédure de conciliation et d'arbitrage qui pourrait s'appliquer, si les parties le souhaitent (c'est-à-dire qu'elle n'exclut pas le recours aux tribunaux le cas échéant) à toutes les coproductions entre pays européens et méditerranéens serait donc une incitation forte aux coproductions. Cette procédure, qui reposerait sur les compétences de professionnels et d'experts reconnus permettrait des gains de temps et d'argent très importants, tant au plan de la prévention des litiges qu'au plan de leur solution lorsqu'ils surviennent.

L'encouragement à la coproduction passe aussi par la formation professionnelle et la **création de cadres permettant le développement d'échanges entre les professionnels** donnant une impulsion au développement de coproductions.

L'expérience européenne de programmes comme les EAVE (Entrepreneurs de l'Audiovisuel Européen) montre qu'il est possible, sur le moyen terme, de fédérer des producteurs de tous les pays européens et de créer des plates-formes de co-production durables grâce à l'animation d'un réseau soudé par une formation et un esprit communs.

Il serait aussi important d'offrir un financement et des conseils qui permettent aux jeunes de démarrer (seed financing), comme le fait par exemple l'Israël Film Fund et de favoriser les échanges professionnels via des stages en entreprise.

5. Numérisation de la distribution des films

Les nouvelles technologies concernant la numérisation totale de la distribution permettront une segmentation plus complète du marché, tout en redéfinissant le public pour tous les produits. Un **soutien financier à l'installation de nouveaux équipements (projecteurs numériques par exemple) pourrait être envisagé comme levier pour favoriser les contenus nationaux et/ou régionaux.** L'octroi de soutien aux équipements numériques serait ainsi conditionné par un engagement à diffuser un pourcentage (à définir) de productions locales.

Il est évident que l'offre sera d'autant plus attractive pour les consommateurs qu'elle concernera un ensemble de produits (événements sportifs, musique, concerts, etc.).

La mise en réseau des salles de cinéma numériques, incluant également la transmission par satellite, pourra aussi faciliter la distribution des produits: des réseaux de salles spécialisées avec une offre très spécifique accessible par abonnement (de nouveaux « ciné-clubs ») peuvent consolider et fidéliser un public et de plus offrir des contenus locaux. **Un soutien public à ce type d'activité serait un instrument utile pour aider la distribution.**

FICHE THEMATIQUE B - LA TÉLÉVISION

Du fait de la faible diffusion de la presse et de l'Internet, la radio et la télévision des pays méditerranéens ont un rôle fondamental dans la formation des opinions publiques nationales, ainsi que dans l'orientation des communautés immigrées qui vivent en Europe. Ce rôle, tant positif que négatif (on l'a vu lors de la crise des vignettes danoises contre l'Islam) est incontournable pour toute initiative de dialogue interculturel.

Du point de vue économique et culturel, s'il est vrai que seuls trois pays de la région (l'Égypte, la Turquie et Israël) ont une forte capacité productive cinématographique, cette capacité productive devient bien plus importante si l'on considère la télévision, et concerne alors aussi le Liban, la Jordanie ainsi que le Maroc et la Tunisie.

Si le nombre des professionnels du cinéma dans la région se mesure à quelque milliers, le nombre des professionnels des radios et télévisions de l'ASBU se mesure en centaines de milliers (dont 30.000 à l'ERTU égyptienne, qui produit une trentaine de chaînes radio et télé et possède son propre satellite de diffusion Nilesat). Des professionnels qui, de plus, peuvent compter sur un réseau d'échange (Arabvision avec plus de 10.000 heures de programmes échangées par an), sur un centre de formation commun à Damas où passent 3000 professionnels par an, sur une pratique de coproductions de programmes télévisés active depuis une vingtaine d'années.

C'est donc la télévision qui peut être le socle d'une industrie culturelle potentielle dans les pays méditerranéens. Nulle tentative de construire un dialogue Nord-Sud ou d'intégrer les industries audiovisuelles du Nord et du Sud ne peut se faire sans passer par ce cap.

Actions recommandées dans le domaine de la télévision

1. Echange de personnel

Il faut favoriser la mise en place de mécanismes rendant possible l'échange de professionnels entre le Sud et le Nord de la Méditerranée, ou les occasions d'échange professionnel, ou de travail en commun.

Meilleures pratiques à mentionner dans ce domaine: la rédaction plurinationale du magazine TV "Mediterraneo" à Palerme, l'Université d'été de la COPEAM en Algérie, etc...

2. Transfert de technologie et de savoir faire technique

Avec un peu de retard sur l'Europe, les pays du Sud méditerranéen se trouvent aussi devant le défi de la révolution numérique. Ils doivent moderniser leurs réseaux, modifier leurs émetteurs, renouveler leurs équipements de production et postproduction, former leurs professionnels aux nouveaux défis du numérique et de la Haute Définition. Les Européens viennent de traverser cette expérience difficile et connaissent les erreurs et les pièges à éviter, les possibilités à saisir. Il serait donc possible et nécessaire d'organiser un grand programme de transmission d'information, pour aider les pays méditerranéens à s'intégrer dans le futur espace numérique euro - méditerranéen.

Meilleures pratiques à considérer : la coopération UER-ASBU pour la formation au numérique au centre de Damas; le séminaire Insight-Out de Potsdam sur la production en haute définition initié par Euromed Audiovisuel II, etc...

3. Aide à la circulation de programmes du Sud sur les chaînes du Nord et vice-versa

Il faut introduire des mesures incitatives pour que les chaînes européennes et méditerranéennes ouvrent leurs grilles de programmes à des programmes provenant de l'autre rive. La reconnaissance des films et des programmes méditerranéens comme oeuvres européennes à part entière dans les quotas imposés par la Directive TV sans frontières serait par exemple un symbole important.

Meilleures pratiques: il n'existe actuellement aucun exemple de ce type d'actions, même en Europe.

4. Mesures incitatives à la coproduction de programmes conjoints Nord-Sud

Favoriser les expériences de coproductions télévisées entre partenaires méditerranéens et européens est extrêmement important car outre la coopération artistique et productive induite, la co-production garantit que les programmes seront vus dans tous les pays co-producteurs.

Meilleures pratiques: projet de série documentaire TV "Inter Rives" entre ASBU et COPEAM; projet de série documentaire radio "Portraits de footballeurs", entre Radio France, COPEAM et ASBU...

5. Préparation des chaînes étatiques à la concurrence et aux nouvelles règles du jeu

Dans beaucoup de pays méditerranéens, des lois réformant l'audiovisuel viennent d'être approuvées ou sont en cours de discussion parlementaire. Partout, l'objet de ces nouvelles lois est d'abolir les monopoles d'état sur la radiotélévision et d'établir un système mixte. Lors de ce passage il existe un risque important que ces télévisions d'Etat ne parviennent pas à évoluer correctement vers des télévisions de service public ou qu'elles ne puissent faire face à la concurrence des chaînes privées commerciales. L'intérêt commun étant de réussir à établir au plus vite un marché équilibré où public et privé, offres nationales et internationales puissent coexister, il faut oeuvrer pour garantir un transfert de savoir faire et une action de formation aux dirigeants et aux cadres des télévisions d'état, pour qu'ils puissent acquérir l'indépendance et le savoir faire nécessaires pour renouer leur rapport avec le public et résister à la compétition commerciale. Un aspect très important de ce transfert de savoir faire devrait concerner les nouvelles relations à établir entre ces télévisions et les producteurs indépendants ou les prestataires de service.

FICHE THEMATIQUE C – L'APPUI A L'EMERGENCE DE MARCHES DES PRODUITS CULTURELS AUDIOVISUELS

Les produits audiovisuels méditerranéens souffrent actuellement d'un déficit chronique de couverture médiatique, vers le grand public bien sûr, mais en premier lieu vers le public professionnel susceptible d'acheter, de distribuer, de diffuser ou de co-produire les programmes et les films.

Les professionnels et produits méditerranéens sont évidemment présents sur les grands marchés internationaux, mais cette présence n'est pas systématique³⁵.

De plus ce déficit s'étend à l'information disponible : même si un acheteur potentiel est intéressé, il aura la plus grande difficulté à trouver des statistiques fiables sur le secteur ou même des informations très basiques, par exemple : combien de films sont produits chaque année en Syrie ?

Enfin, il n'existe pas de marchés régionaux, ni même de plates-formes régionales de co-production où les projets pourraient circuler et où des acheteurs, des financiers et des co-producteurs potentiels pourraient rencontrer les acteurs méditerranéens et débiter une coopération. Des initiatives commencent à se développer dans ce domaine : « Pitch Point » à Jérusalem, « Docaviv » à Tel Aviv, « Meetings on the bridge » à Istanbul, « Eurasia Film Market » à Antalya, « Atelier de projets » aux Journées Cinématographiques de Carthage, ombrelles « Med-Screen » sur les marchés grâce au soutien d'Euromed Audiovisuel II, « Dubai Film Connection » lors du Festival de Dubai...

Ce mouvement doit être renforcé et accompagné de manière à ancrer les produits audiovisuels méditerranéens dans une réalité économique qui renforcera leur rayonnement culturel.

1. Collecte et diffusion de données statistiques

L'absence quasi-totale de statistiques dans le secteur audiovisuel en Méditerranée est frappante dès que l'on commence à travailler avec cette zone géographique : seuls quelques organismes fournissent des données régulièrement (Centre Cinématographique Marocain, Israël Film Fund), les autres éventuellement, à l'occasion de manifestations ou de publications. Des données apparemment très simples (le volume d'heures de programmes télévisés produites, le nombre de films, leur budget moyen etc...) ne peuvent être collectées que par des contacts individuels avec chacun des pays et en général en croisant les rares sources d'information disponibles (ministères, centres cinématographiques ou associations professionnelles quand ils existent,...).

Cet état de fait nuit gravement à la coopération internationale et même à la simple diffusion d'informations qui attirerait l'attention sur les marchés et les œuvres méditerranéennes.

Pour y remédier, un système à plusieurs niveaux devrait être mis en place :

- a) Il faudrait encourager la collecte de données au niveau de chacun des états méditerranéens en définissant un certain nombre d'indicateurs simples et en en garantissant la collecte au niveau national

³⁵ Seuls 5 des 10 états du pourtour Sud méditerranéen disposent par exemple d'un stand spécifique et identifié sur le premier marché européen : Cannes

- b) Il conviendrait ensuite d'identifier un service ressources dans chaque pays et si possible de publier ces données sur internet de manière à ce qu'un partenaire potentiel en Europe puisse y avoir un accès direct et facile
- c) Enfin, l'ensemble des données pourrait être fédéré dans un « Observatoire Audiovisuel Méditerranéen » qui pourrait alors avoir également un rôle important d'analyse, de publications et donner une visibilité maximale au travail réalisé.

L'analyse statistique devrait également comporter l'étude des données relatives à la concentration dans le secteur cinématographique (recettes, entreprises de production, distribution et exploitation) dans la mesure où l'évolution de celle-ci a une influence directe sur l'accès aux écrans des productions nationales et des productions étrangères autres que américaines.

Meilleure pratique à signaler dans le domaine : l'Observatoire européen de l'audiovisuel, créé en 1992 et basé à Strasbourg, qui depuis cette date fournit régulièrement des statistiques tant dans le domaine de la télévision et de l'équipement des ménages que dans celui du cinéma et a développé des bases de données permettant de connaître les entrées réalisées en salles par tous les films sortis en Europe ou toutes les sources publiques de financement disponibles en Europe (www.obs.coe.int)³⁶.

2. Rencontres professionnelles et marchés de la co-production au Sud (pour les professionnels du cinéma comme de la télévision)

Il faut agir pour multiplier les occasions de rencontres et d'échanges professionnels permettant d'aboutir à des collaborations pérennes et à des co-productions, Nord-Sud comme et surtout Sud-Sud. C'est en effet la meilleure manière de diminuer la « dépendance » des pays méditerranéens vers l'Europe en augmentant leur pratique internationale, mais aussi de faire circuler les professionnels, les idées et à terme, les images produites ou co-produites.

Différents types d'action peuvent être envisagés :

- a) **Dans le domaine de la formation professionnelle, il faut encourager les projets qui réunissent sur le long terme (une année par exemple) des auteurs et producteurs méditerranéens** pour travailler ensemble sur des projets de longs-métrages, de documentaires ou de fiction télévisée de manière à faciliter les productions Sud-Sud et l'introduction de ces projets comme de ces professionnels sur leur marché national et sur le marché européen, dont des représentants sont également invités à participer.

Des exemples de ce type de démarche existent déjà : Euromed Audiovisuel II a mis en place des projets comme EurodocMed (à l'issue duquel un projet palestinien *Magharat Maria* de Buthina Canaan Khoury a reçu le « Muhr d'argent » au festival de Dubai en décembre 2007), Meda Film Développement (dirigé par Nabil Ayouch au Maroc), ou Greenhouse, projet de développement de documentaires géré par la NFTC israélienne (New Foundation for Cinema and Television). D'autre part des initiatives existent au Sud, mais plutôt tournées vers l'écriture et les auteurs (Sud Ecriture, promu par Nomadis Images en Tunisie ou les ateliers Sundance en

³⁶ RÉSOLUTION (92)70 PORTANT CRÉATION DE L'OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL - <http://conventions.coe.int/Treaty/FR/PartialAgr/Html/Observ9270.htm>

Jordanie), à l'exception de l'initiative lancée en décembre 2007 par le Festival de Dubai en collaboration avec le programme européen EAVE : « Professional coaching for producers ».

Il convient à présent de pérenniser et multiplier de type d'initiatives.

b) **L'organisation de rencontres professionnelles devrait également être au cœur de la mission du fonds de soutien à la co-production dont la création est recommandée** (cf fiche thématique cinéma). Celles-ci permettraient :

- une mise à jour des compétences professionnelles, en particulier en matière de financement et d'administration des entreprises
- une présentation des projets soumis
- des opportunités de trouver des partenaires et co-producteurs
- la projection d'oeuvres terminées réalisées grâce au soutien du fonds.

Les exemples des meilleures pratiques dans le domaine des rencontres professionnelles seraient le Cinelink de Sarajevo, le « Baltic Event » de Tallin, le Jérusalem pitch point, le réseau ACE (Ateliers du Cinéma Européen), le programme EAVE.

Dans l'idéal, il serait évidemment également souhaitable que des initiatives se développent au sein des festivals méditerranéens pour encourager l'émergence de plates-formes d'échanges professionnels pouvant à terme évoluer vers de « mini-marchés » régionaux.

Une réflexion dans ce sens, qui pourrait avoir lieu au sein d'une « coordination méditerranéenne des festivals » devrait aussi être encouragée.

3. Organisation d'ombrelles méditerranéennes sur les grands marchés européens

L'absence des produits audiovisuels méditerranéens sur les grands marchés européens³⁷ est flagrante.

Cette lacune a été en partie comblée par l'un des projets du programme Euromed Audiovisuel II, Med-Screen qui a organisé, en 2007 et 2008 des « ombrelles » représentant des productions cinématographiques arabes récentes sur les marchés de Cannes et Berlin. Cependant cette expérience n'aura pas eu la durée de vie nécessaire à installer une pratique, surtout sur le marché de Berlin, (très important pour toucher l'Europe du Nord), mais plus difficile d'accès que celui de Cannes où le Sud occupe traditionnellement une place de choix.

Il convient donc à l'avenir de pérenniser l'organisation de vastes ombrelles représentant les produits méditerranéens sur les marchés tant cinématographiques que de produits télévisés ou interactifs. Ces stands pourraient accueillir des producteurs y représentant leurs films ou programmes terminés et en améliorant ainsi les possibilités de vente internationale avec l'aide d'experts du domaine. Il serait aussi envisageable de tenter d'y associer les « acheteurs » méditerranéens (les chaînes de télévision par exemple) de manière à également favoriser la circulation Sud-Sud des œuvres.

Dans ce domaine, il serait souhaitable que les associations professionnelles soient intimement associées au projet et puissent éventuellement y représenter leurs membres au niveau national.

³⁷ Cannes et Berlin pour le cinéma, les Marchés Internationaux de Programmes (MIP) et dans une certaine mesure le « Sunny Side of the Doc » pour la télévision.

Meilleures pratiques à signaler : les ombrelles mises en place par le programme MEDIA sur tous les marchés européens et qui accueillent régulièrement les producteurs des 27 états membres en leur donnant un accès privilégié et encadré ; les ombrelles organisées par Med-Screen (Euromed Audiovisuel II) sur les marchés de Berlin et Cannes 2007, Cannes 2008³⁸.

³⁸ <http://www.med-screen.com/marches.html>

FICHE THEMATIQUE D - LE CADRE JURIDIQUE

1. Lutte contre la piraterie

Une solution originale, de nature purement civile, est proposée aux responsables de la protection du droit d'auteur et de la lutte contre la piraterie dans les pays du sud de la Méditerranée.

Tenant compte de l'importance de la part du marché des supports audiovisuels (DVD) qui se trouve au mains des pirates et du développement de l'internet à haut débit qui accroîtra encore la circulation non autorisée des oeuvres cinématographiques, la solution proposée consiste à dissocier l'acquisition matérielle des oeuvres de l'autorisation d'utiliser celles-ci à des fins privées.

Lorsqu'un DVD est acquis dans le commerce légal ou lorsqu'un film est téléchargé au départ d'une plateforme autorisée, le prix payé par l'utilisateur pour l'exemplaire de l'oeuvre qu'il a acquis ou pour le droit de télécharger cette oeuvre, implique l'autorisation d'utiliser cette oeuvre à des fins privées, c'est-à-dire le droit de la regarder chez lui, en compagnie des membres de sa famille ou d'amis.

Lorsque l'oeuvre est acquise de façon illégale, l'autorisation d'utiliser l'oeuvre à des fins privées n'a pas été donnée à l'acquéreur et celui-ci se rend donc coupable d'atteinte au droit d'auteur. Cette atteinte au droit d'auteur peut être sanctionnée pénalement et civilement. Toutefois, le nombre extrêmement élevé des infractions rend impossible le développement d'un marché légal par la seule voie de la répression.

Il s'agit donc de proposer aux responsables des pays du sud de la Méditerranée la mise en place d'un système de "**licences d'utilisation privée**" qui pourraient être acquises indépendamment des oeuvres auxquelles elles se rapportent, auprès des sociétés de gestion de droits, pour chaque oeuvre acquise en dehors du marché légal. Ce système serait complété par une licence "générale" prévue par la loi, qui s'appliquerait par défaut à tout titulaire d'un exemplaire ou d'une copie d'une oeuvre qui n'aurait pas acquis la licence correspondante. Ces licences, fondées sur le droit exclusif de l'auteur (il ne s'agit pas de licences légales ou de licences obligatoires) seraient acquises de façon individuelle pour chaque oeuvre, à un prix modulable selon le niveau de vie de chaque pays. Un tel système, s'il s'accompagne d'une communication efficace, serait susceptible de favoriser l'émergence d'un marché légal.

2. Co-production et sécurité juridique

Il est proposé, pour favoriser le développement des coproductions cinématographiques et audiovisuelles entre les États du sud de la Méditerranée et entre ces États et les États européens, de recourir à un **instrument multilatéral** plutôt qu'au développement de multiples outils bilatéraux.

La Convention européenne sur la coproduction cinématographique pourrait être prise comme modèle ou même directement utilisée telle quelle dans le cadre d'accords entre les différentes parties.

D'autre part, la mise en place **d'un organisme de prévention et de résolution des litiges** pouvant survenir entre les coproducteurs est fortement recommandée. Le coût très élevé des procédures judiciaires en cas de conflit et l'absence, dans la plupart des pays, de tribunaux

compétents dans ces matières, constitue un frein considérable au développement des coproductions. L'existence d'une procédure de conciliation et d'arbitrage qui pourrait s'appliquer, si les parties le souhaitent (c'est-à-dire qu'elle n'exclut pas le recours aux tribunaux le cas échéant) à toutes les coproductions entre pays européens et méditerranéens serait donc une incitation forte aux coproductions. Cette procédure, qui reposerait sur les compétences de professionnels et d'experts reconnus permettrait des gains de temps et d'argent très importants, tant au plan de la prévention des litiges qu'au plan de leur solution lorsqu'ils surviennent.

3. Renforcement du cadre juridique (notamment du système de rémunération des droits d'auteurs et voisins)

Dans le même esprit il faut concevoir et lancer des actions spécifiques visant à compléter le cadre juridique du droit d'auteur dans les pays méditerranéens. La situation actuelle manque de clarté et ceci se traduit de facto par une entrave à la création de vrais marchés nationaux et, plus encore, à la libre circulation des oeuvres audiovisuelles dans la région (qu'il s'agisse d'œuvres locales ou européennes).

Pour pallier cette situation dommageable, un outil extrêmement utile a déjà été développé dans le cadre du programme Euromed Audiovisuel II : il s'agit d'une base de données sur le droit d'auteur cinématographique dans les pays de la Méditerranée³⁹. Cet outil original propose un double accès à l'information juridique : d'une part les textes de loi complets ainsi que les traités internationaux et les directives européennes, d'autre part un index de concepts permettant d'accéder directement à toutes les dispositions applicables dans chaque pays et au plan international. Cet outil est depuis février 2008 disponible en ligne, mais son efficacité et la promotion de son utilisation dépendront de sa durabilité au-delà de la fin du programme (prévue en décembre 2008) et des conditions de sa mise à jour régulière avec l'apport des états méditerranéens. Il convient de trouver les modalités et les partenaires permettant son maintien à disposition des juristes méditerranéens et sa constante adaptation.

Des missions spécifiques et des programmes d'assistance et de jumelage devraient de plus être mis en place, à destination des institutions (législateurs, magistrats, police, autorités de contrôle); des professionnels (associations d'ayant droits, sociétés de droits d'auteurs, etc.); ainsi que des utilisateurs (radiodiffuseurs, exploitants des salles de cinémas, etc.).

4. Transition vers un système audiovisuel mixte public - privé et vers le numérique

Il est proposé de créer un programme spécifique d'assistance juridique et technique (tel que celui mis en place dans le cadre du programme Phare pour les pays de l'Est) pour favoriser la mise en place dans les pays méditerranéens qui ne l'ont pas encore fait, d'un cadre de normes juridiques visant à rendre possible le passage du monopole d'état de la télévision vers un système dual, avec des chaînes commerciales privées, un service public de télévision, des autorités indépendantes de contrôle et, éventuellement, des médias communautaires. La mise en place d'un tel cadre est complexe et demande beaucoup de savoir faire. Actuellement ce savoir-faire n'est disponible qu'auprès de sociétés de conseil privées, souvent intéressées à prôner des solutions techniques ponctuelles ou auprès de pays extra-européens qui visent à imposer leur modèle de communication.

Il faut qu'une action juridique semblable à celle mise en place par le Groupe de Venise à la fin des années 80 pour aider les pays d'Europe Centrale et Orientale à se donner des constitutions modernes, soit établie pour aider les pays méditerranéens à réussir la mise en place de leur système audiovisuel du futur.

³⁹ <http://www.euromedaudiovisuel.net/general.aspx?treeID=10&lang=fr>

5. Extension de la Convention TVSF aux pays méditerranéens

La création d'un espace audiovisuel commun européen a été rendue possible par la création d'un espace de législation commune, celui de la Convention sur la Télévision Sans Frontières (TVSF). L'existence de cet espace a permis la circulation des œuvres audiovisuelles sur l'ensemble du territoire européen ainsi que l'accès des signaux de télévision d'un pays vers l'autre, favorisant ainsi le dialogue interculturel, la connaissance réciproque et une meilleure entente entre pays voisins.

De surcroît, la directive TVSF a créé un dénominateur commun du droit audiovisuel dans la zone européenne, en garantissant la protection des mineurs, en imposant des limites à la publicité, en protégeant l'accès aux événements sportifs, et ainsi de suite.

FICHE THEMATIQUE E – LA MISE A NIVEAU DES PERSONNELS ET DES RESEAUX PROFESSIONNELS

Une activité souvent négligée dans ces difficiles moments de passage d'un environnement à un autre, d'un système de règles à un autre est celle de la formation et de la mise à niveau des personnels chargés de mettre en place ces procédures difficiles ou d'agir dans ce nouveau contexte.

Dans le cadre de l'élargissement à l'Est de l'Union Européenne cette problématique a été bien identifiée et des solutions appropriées ont été trouvées.

C'est ainsi le cas de programmes comme Cards⁴⁰ qui ont eu le but de préparer les gestionnaires des ministères concernés, des autorités de contrôle, du système judiciaire à gérer les changements.

Alors que débute le processus de création d'un espace audiovisuel méditerranéen, il est évident qu'un problème de transfert d'information est patent.

Comment un cadre de la radiotélévision étatique passe-t-il du statut de fonctionnaire de l'état à celui de professionnel d'une entreprise à capital public ? Comment évalue-t-on et applique-t-on les règles existantes au nouveau marché de la publicité ? Quelles limites poser à l'action des privés qui visent à monopoliser les marchés nationaux des ressources ou des contenus de qualité ?

Actions recommandées dans le domaine de la mise à niveau du personnel et des réseaux professionnels de l'audiovisuel

1. Mise en place d'initiatives de jumelage entre organismes ayant la même fonction au Nord et au Sud

Ce système, testé dans le cadre des programmes TWINNINGS ou CARDS, a démontré son efficacité. Il consiste à mettre en relation une entité du Sud avec une entité comparable au Nord et financer, pendant une période donnée, le transfert de savoir faire, son application à la spécificité de la situation dans le pays destinataire et la vérification des résultats obtenus. Ce système peut s'appliquer, par exemple, aux Directions Cinéma des Ministères de la Culture, aux Autorités de Contrôle de l'Audiovisuel, aux Autorités anti trust, aux Film Commissions, aux Société de droits d'auteurs, etc.

Meilleures pratiques à signaler: le programme d'assistance établi entre l'Autorité italienne des télécoms et son homologue bosniaque etc...

2. Mise en place de missions d'information et de mise à jour ponctuelles

Dans la plupart des pays du Sud méditerranéen, des changements importants sont en cours : passage au numérique (dans toutes ses dimensions, production, diffusion...), transition de systèmes complètement étatiques vers des systèmes mixtes etc...

Dans ces phases de transition, des problèmes spécifiques, pointus, peuvent se poser et souvent, d'autres pays ou organismes y ont été confrontés précédemment et peuvent apporter d'une part des témoignages d'autre part des solutions éventuellement transposables.

Des missions ponctuelles peuvent dans ce cas être effectuées de manière souple et éventuellement bénéficier à plusieurs pays qui peuvent ainsi coopérer en affrontant ensemble des problèmes similaires.

⁴⁰ <http://europa.eu/scadplus/leg/fr/lvb/r18002.htm>

Meilleures pratiques : les ateliers mis en place par Euromed Audiovisuel II sur la lutte contre la piraterie, l'exploitation et la diffusion, la préservation des archives ; les séminaires ou missions de l'UER vis-à-vis d'autorités locales méditerranéennes après des changements de législation...

3. Favoriser l'émergence et la mise en réseau d'associations professionnelles

Au moment du passage vers un système mixte de l'audiovisuel et en vue de la création d'un marché commun régional et d'un marché Euro-méditerranéen, le rôle que peuvent jouer les associations professionnelles et de catégorie devient fondamental.

C'est vers elles qu'une série de demandes s'adresse pour trouver réponse et solution, lorsqu'il y a repli de la fonction publique. Les exigences de formation professionnelle, ainsi que les négociations collectives entre les différents acteurs de l'audiovisuel ne peuvent trouver solution sinon dans la création, l'établissement, le renforcement et la mise en réseau au niveau régional, d'associations de catégorie. Il s'agit bien d'une des premières fonctions jouées par le Programme MEDIA au début de son activité, quand il accompagnait la création d'associations de producteurs indépendants européens, de distributeurs, d'écoles de cinéma, de formations etc...

Dans le contexte régional méditerranéen il convient de faire la même chose vis à vis des différentes figures professionnelles de la région, afin qu'elles puissent jouer un rôle au niveau national, ainsi qu'au niveau régional.

FICHE THEMATIQUE F - LES ACTIONS CITOYENNES

Par sa double nature d'enjeu de civilisation et d'enjeu économique, l'audiovisuel peut jouer un rôle très important dans le développement d'une société civile et d'une conscience citoyenne dans les pays méditerranéens. Il est d'autre part déterminant dans la formation culturelle des jeunes et leur apprentissage du dialogue interculturel.

Il est à ce titre très souhaitable de prévoir un volet « action citoyenne » dans chaque action concernant l'audiovisuel méditerranéen.

Il s'agit notamment de soutenir le développement d'une conscience de "service public" et de mission auprès de tous les opérateurs de l'audiovisuel. Ce secteur implique des responsabilités particulières : il ne s'agit pas d'un métier comme les autres mais d'une activité qui a de fortes implications sociales et éthiques.

Il faut donc aider les instances de la société civile à se structurer et à intervenir dans les débats nationaux qui vont s'établir dans les divers pays au fur et à mesure de leur évolution d'un marché fermé vers un marché ouvert, d'un marché national vers un marché régional, du monopole d'état vers un système mixte.

1. Actions dans le domaine de la Diversité Culturelle

Il faut, par exemple, favoriser l'émergence d'un débat sur les vraies raisons et significations de la diversité culturelle dans chaque pays et de ses implications dans l'audiovisuel, notamment dans celui de service public.

2. Débat dans la société civile sur les droits de l'homme dans l'audiovisuel

Il faut favoriser l'émergence d'un débat dans chaque pays sur le rôle des femmes et des minorités linguistiques et ethniques dans la filière audiovisuelle et sur leur représentation dans les médias.

3. Discussion sur la mission de service public de l'audiovisuel

Il s'agit de favoriser une discussion ouverte dans la société et les médias sur la mission de service public de l'audiovisuel, en l'intégrant à la notion de préservation de/des identités/s national/es et dans le rôle de défenseur de l'industrie culturelle nationale.

4. Promotion de l'auto-réglementation des professionnels de la communication

Il faut favoriser la naissance d'instances d'auto-régulation des professionnels du secteur de l'audiovisuel, pour remplacer la disparition ou l'assouplissement de la censure, et garantir aux citoyens le droit à une information honnête et respectueuse des individus.

5. Education à l'image

Former les citoyens à l'image, en privilégiant les jeunes est une priorité pour l'Europe comme pour la Méditerranée.

Il s'agit de formuler et mettre en place des programmes d'éducation à l'image (Media literacy) dans les écoles, pour permettre aux jeunes de comprendre « la filière cinéma »⁴¹ et pour leur permettre de « décrypter » les flux d'information dont ils sont et seront de plus en plus submergés.

Ceci pourra être décliné en cours magistraux entrant dans les cursus scolaires, en ateliers et bien sûr en projections.

Pour le permettre, il est proposé de :

⁴¹ La filière cinéma couvre tout le processus de création, production et diffusion, de l'écriture à la projection sur tous supports.

- faciliter l'accès à des sites de téléchargement légal depuis les écoles ou des lieux publics équipés,
- développer des programmes (histoire, esthétique, langage, etc..) pour former les enfants et les jeunes,
- former les instituteurs aux rudiments de l'audiovisuel,
- sensibiliser les jeunes aux notions de propriété intellectuelle,
- organiser des sessions d'information avec des professionnels de la télévision pour permettre le « décodage » de programmes de grande audience bien identifiables,
- organiser des ateliers de création audiovisuelle.⁴²

6. Education au « goût des autres »

Une meilleure connaissance mutuelle et le partage des instruments culturels de cette connaissance que peuvent être les films, permettraient d'éviter malentendus et conflits et de promouvoir le dialogue et la coopération, en particulier dans les zones frontalières où la confrontation est la plus quotidienne.

Il suffirait ici de faciliter la constitution et la promotion de catalogues de films méditerranéens (fictions et documentaires), et de pourvoir à leur sous-titrage en fonction des lieux de projection, de manière à encourager leur diffusion dans les écoles, les associations etc...

⁴² Cf page 26

FICHE THEMATIQUE G - LA PRESERVATION DE LA MEMOIRE AUDIOVISUELLE DE LA REGION MEDITERRANEENNE

Le patrimoine, dans toutes ses dimensions, est fondateur de l'identité des pays, des régions, des peuples.

A ce titre, il est tout aussi important de préserver et de rendre accessibles au plus grand nombre les archives audiovisuelles que les monuments historiques. Elles témoignent certes d'une histoire plus récente mais elles peuvent souvent être le lien le meilleur, car plus proche de la population et en particulier des jeunes, vers la prise de conscience d'une identité commune.

Les deux programmes Euromed Audiovisuel ont fait une part importante (surtout Euromed Audiovisuel I) aux archives et à leur conservation. Malheureusement, ces programmes n'ont pas de durée de vie suffisante pour que leurs actions soient réellement pérennes et donc aient un effet structurant dans ce domaine où la tâche est immense.

Le projet CAP MED d' Euromed Audiovisuel I⁴³ a par exemple accompli un travail très important dans le domaine des archives télévisées mais il s'est interrompu, avec la fin du programme en 2004, sans avoir pu passer à la phase d'exploitation des programmes identifiés, restaurés et mis sur des supports exploitables.

Euromed Audiovisuel II n'a aucun projet consacré spécifiquement aux archives mais son assistance technique a lancé une action particulière dans le domaine car il a été identifié comme prioritaire par de nombreux pays méditerranéens.

L'état des lieux en cours des archives méditerranéennes révèle leur état catastrophique dans la majorité des pays, où les problèmes s'accumulent : difficulté de localisation des archives (pour le Liban par exemple), conditions de stockage déplorables (pour la Tunisie par exemple), carence en finances et en ressources humaines dans les capacités de restauration et de mise à disposition du public, surtout bien entendu dans le domaine des archives télévisées, plus importantes quantitativement...

Il convient donc de (re)lancer ce grand chantier de la préservation de la mémoire audiovisuelle de la Méditerranée. Il faut que l'importante symbolique des archives soit reconnue et serve des projets fédérateurs.

1. Actions en faveur de la sauvegarde du patrimoine cinématographique

Plusieurs pays méditerranéens peuvent s'enorgueillir d'avoir un long passé cinématographique, comme l'Égypte, où les frères Lumière organisaient déjà des projections dans les cafés du Caire et d'Alexandrie en 1896, de même qu'en Tunisie, où la société Pathé a ouvert une branche en 1907 et où le cinéma a connu un véritable « âge d'or » des années 20 aux années 70 (premier ciné-club d'Afrique en 1946, premier festival du continent avec les JCC en 1966...), et Israël, qui possède les archives cinématographiques les plus vastes du Moyen-Orient (près de 50 000 copies de films et vidéos, dont une copie et le négatif du premier film tourné en Terre Promise par les frères Lumière en 1895). Il faut également compter avec la Yesilcam, c'est-à-dire l'industrie du cinéma turque, qui était une des industries les plus importantes au monde dans les années 1950 et jusqu'aux années 1970,

⁴³ <http://www.euromedaudiovisuel.net/general.aspx?menu=1&treeID=5618&lang=fr&documentID=5621>

avec plus de 250-300 films produits chaque année. L'Algérie peut également se vanter d'avoir compté, en 1975, 40 millions de spectateurs pour seulement 20 millions d'habitants. Aussi surprenant que cela puisse paraître, Bogart et Bergman ne sont jamais allés à Casablanca, mais plus de 500 titres ont été tournés au Maroc, à commencer par *Le Chevalier Marocain*, réalisé par Louis Lumière en 1897. Le Liban, de son côté, possède des studios depuis des années...

Cependant, les cinémathèques sont rares ou manquent de moyens et la restauration des films est très parcellaire. Par exemple, le premier long métrage tunisien « Zorah », tourné en 1922, a été restauré par les archives françaises du film de Bois d'Arcy ; c'est le seul film restauré de toute la cinématographie tunisienne à ce jour.

De manière à avoir une action concertée et consistante sur l'état des archives, les possibilités de localisation, conservation, restauration et restitution au public, un plan de grande envergure devrait être mise en place qui comprendrait :

- une étude fine des plans de sauvegarde existant actuellement dans les pays méditerranéens de manière à identifier les cas où une assistance technique ponctuelle est nécessaire ;
- un encouragement à l'établissement d'un système légal où, a minima, les productions actuelles et à venir feraient l'objet de recensement permettant leur identification et leur préservation à l'avenir. Ici on ne peut que recommander que les pays méditerranéens s'inspirent de la Convention Européenne relative à la protection du patrimoine audiovisuel du 8 novembre 2001. Cet instrument promu par le Conseil de l'Europe repose en effet sur un double mécanisme de dépôt : un dépôt légal obligatoire pour tous les films produits sur le territoire d'un État; un dépôt volontaire pour les oeuvres étrangères et les oeuvres antérieures à l'entrée en vigueur de la Convention. Ceci s'accompagne d'une obligation de maintenir en état pour ce qui concerne le dépôt légal et d'une mission de gestion des oeuvres qui font l'objet d'un dépôt volontaire ;
- une action pour inscrire les cinémathèques méditerranéennes dans les réseaux internationaux existants, Association Européenne des Cinémathèques (ACE), Fédération Internationale des Archives du Film (FIAF)⁴⁴, World Cinema Foundation⁴⁵, de manière à promouvoir la coopération et les opportunités d'accès aux opérations de formation, restauration offertes par ces organisations ;
- un encouragement à la création ou au renforcement des cinémathèques dans les pays méditerranéens et à leur mise en réseau, car, selon les mots du cinéaste africain Souleymane Cissé : « *Si dans 15 ou 30 ans, nos films ne sont plus visibles, et bien nous n'existerons plus* ».

Meilleures pratiques à signaler : l'action du programme Euromed Audiovisuel II en collaboration avec la Cinémathèque de Bologne⁴⁶ (organisation d'atelier, suivi des participants...) ; l'action du projet Med-Screen (Euromed Audiovisuel II) pour la création et la mise en ligne d'un Répertoire du Cinéma Arabe (www.acdir.net).

2. Actions en faveur de la sauvegarde du patrimoine audiovisuel

Dans le domaine des archives télévisées, le passage imminent au numérique rend urgent la mise en place de mesures car bientôt des générations de machines analogiques vont

⁴⁴ Actuellement seuls 2 pays méditerranéens le Maroc et Israël sont membres de la FIAF

⁴⁵ Association à but non lucratif fondée par Martin Scorsese en 2007 et visant à apporter un soutien financier à la restauration et à la diffusion des films du monde entier, et plus particulièrement d'Afrique, d'Amérique latine, d'Asie et d'Europe centrale.

⁴⁶ <http://www.euromedaudiovisuel.net/general.aspx?menu=1&treeID=8956&lang=fr&documentID=8958>

disparaître pour céder la place aux machines numériques et ceci entraînera l'inaccessibilité des archives analogiques.

Pour pallier ce risque, des efforts considérables (en ressources humaines et financières) ont été entamés dans beaucoup de pays européens depuis de longues années. Ce type d'efforts est plus difficile au Sud mais pourtant, il s'agit de la nécessité, mieux encore, du droit inaliénable de chaque citoyen à la mémoire de son pays et de son histoire, cette mémoire qui au XX^{ème} siècle est devenue essentiellement audiovisuelle.

Les Nations Unies ont récemment lancé un appel aux gouvernants du monde entier pour une action de sauvegarde de leur patrimoine audiovisuel lors du WEMF 3 (World Electronic Media Forum).

L'UNESCO a lancé le programme Mémoire du Monde pour sauver avant qu'il ne soit trop tard, une partie des documents audiovisuels considérés comme "patrimoine de l'humanité".

L'ASBU, lors de sa récente Assemblée Générale en Tunisie, a lancé un appel à la Ligue Arabe et aux gouvernants de ses pays, afin qu'un vaste programme de sauvegarde de la mémoire soit lancé sans délais.

Un nouveau plan d'action de l'audiovisuel en Méditerranée devrait donc donner une place centrale à la préservation de la mémoire et à des initiatives de conservation et préservation des archives audiovisuelles de la région méditerranéenne.

Meilleures pratiques à signaler dans le domaine : les actions de formation menées par l'INA (Institut national de l'Audiovisuel français), à Rabat en juin 2006 en coopération avec le Ministère Marocain de la Communication, avec le soutien du Ministère des Affaires étrangères, de l'Organisation Internationale de la Francophonie et la Fédération Internationales des Archives de Télévision (FIAT IFTA), puis à Alexandrie en juin 2007 en collaboration avec la Bibiotheca Alexandrina, avec le soutien de l'Ambassade de France en Egypte, la COPEAM et le CMCA.

Les actions à mettre en place doivent concerner non seulement la collecte, la restauration et la préservation des archives, mais aussi et surtout leur réutilisation à des fins d'éducation et de production utilisant les techniques numériques. La restitution au public est un élément essentiel, par exemple par la production de documentaires à base d'archives.

Il s'agit d'encourager la renaissance de cette mémoire, élément fondateur pour chaque civilisation, chaque pays, chaque peuple, de manière à ce qu'elle devienne à nouveau matière à appropriation et création.

Il s'agit de donner vie à nouveau à des contenus audiovisuels et cinématographiques qui font l'histoire de la Méditerranée.

ANNEXE I

HISTORIQUE DE L'EVOLUTION DES MEDIAS AUDIOVISUELS

>> Il y a environ 120 ans naît le cinéma, qui, à travers les premiers films des frères Lumière, documente le monde : entrée d'usine, arrivée de train en gare, images de contrées lointaines. Il devient ensuite le « Septième art ». Jusqu'à une période récente, le cinéma reste technologiquement stable : son support de production et de distribution est unique, c'est la pellicule 35 millimètres.

Cet état de fait, remarquable en soi, se modifie radicalement depuis quelques années : après avoir envahi le mode de production des films, et permis notamment à de jeunes gens du monde entier de produire leurs images via les « petites caméras », ainsi qu'amélioré grandement l'accès des consommateurs (à travers cassette, DVD, VoD), le numérique fait aujourd'hui irruption dans le monde de la distribution, ce qui va changer profondément, dans les années qui viennent, le mode de consommation des films.

>> Dès les années 1940, un autre média apparaît, qui véhicule aussi les images animées : la télévision. Contrairement au cinéma, qui aujourd'hui encore reste majoritairement, en Europe, une industrie de prototypes, la télévision est d'emblée un média de flux, sur lequel, pendant longtemps, le téléspectateur n'a eu aucune prise.

>> Modification radicale dans les années 90 avec les perspectives de télévision numérique qui se profilent. Les années 2000 voient se produire une véritable révolution technologique dont les enjeux concernent tous les acteurs impliqués dans la chaîne de production, de distribution et surtout de consommation des contenus. « Le numérique est là qui explose et bouscule tout : les modèles économiques, la création, la production, la diffusion ».

>> Le développement massif de l'internet à partir des années 90 va transformer aussi la donne en termes de communication mais il faut attendre les années 2000 pour assister, avec la transmission à haut débit, à la convergence numérique : télévision, films téléchargés sur écrans d'ordinateur, production d'images et de sons dont l'internet devient le premier vecteur de diffusion.

>> Dernière évolution en date en matière de communication et de convergence numériques, l'usage du téléphone portable nouvelle génération tout à la fois micro-terminal d'ordinateur, appareil-photo, caméra vidéo, mini-écran de télévision, collecteur d'informations puisées sur le net.

ANNEXE II

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES ET SOURCES

Report on the results of the public consultation on media literacy
http://ec.europa.eu/avpolicy/media_literacy/docs/report_on_ml_2007.pdf

Contribution du Ministère tunisien de la Culture et de la Sauvegarde du Patrimoine

Note to the attention of the Euromed Committee (EuropAid A3/ 02/07)

Screen International
Screendaily.com

Euro-Mediterranean statistics – MedStat
http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-DI-06-001/FR/KS-DI-06-001-FR.PDF

Programme EuromedYouth
<http://www.euromedyouth.net>

Avoir 20 ans dans 20 ans en Méditerranée, Un atlas statistique en ligne
Institut national de la jeunesse et de l'éducation populaire (INJEP) – 2002
http://www.injep.fr/onlinedoc/20ansmed/FR/FR_Accueil.htm

L'Union européenne et l'immigration, par Jean-François Jamet – Questions d'Europe N° 42, octobre 2006 – Fondation Robert Schuman

Observatoire européen de l'audiovisuel
Bases de données Lumière et Korda
Rapport pour la Conférence « Le secteur cinématographique et audiovisuel dans l'Union européenne et les Pays tiers » organisée par la Présidence espagnole de l'Union européenne (Madrid, 18-19 avril 2002).
Focus 2007

Fiches pays Euromed Audiovisuel II (www.euromedaudiovisuel.net)

Cicae (synthèse des séminaires Génération Grand Ecran 2006)

Assises nationales du cinéma marocain (2007)

Rapport du Groupe d'experts réuni par l'Institut de la Méditerranée sur le projet d'Union méditerranéenne » (octobre 2007)
<http://www.femise.org/Pub-indic/listpub-ol.html#umreport>

Rapport du Groupe des Sages sur le Dialogue des Peuples et des Cultures dans l'espace euro-méditerranéen (Commission européenne, Groupe des conseillers politiques, 2003)
http://ec.europa.eu/dgs/policy_advisers/archives/experts_groups/docs/rapport_complet_fr.pdf

Culture, commerce et mondialisation : en quoi consiste la doctrine de l'exception culturelle
http://www.unesco.org/culture/industries/trade/html_fr/question16.shtml#top

Alliance des civilisations – Rapport du Groupe de Haut Niveau, 13 novembre 2006
http://www.unaoc.org/repository/HLG_report_FRZ.pdf

Vers une Stratégie pour le Développement de la Coopération audiovisuelle Euro-méditerranéenne

52

Document de travail proposé par le Groupe de Réflexion Euromed Audiovisuel
Version 3
Avril 2008

Diversité culturelle et exception culturelle – Dossier du Ministère de la Culture et de la Communication
– N°56, 1999

Les enjeux de la télévision numérique - Agence Wallonne des Télécommunications: le portail des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC)

<http://www.awt.be/web/img/index.aspx?page=img,fr,tel,020,030>

Rapport final de la Conférence intergouvernementale sur les politiques culturelles pour le développement, 1998

http://www.unesco.org/culture/laws/stockholm/html_fr/113935fo.pdf

Déclaration Universelle de l'Unesco sur la Diversité Culturelle

<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160m.pdf>

Discours de Viviane Reding Membre de la Commission européenne responsable de l'Education et de la Culture L'Europe: le partenariat euro-méditerranéen et la défense de la diversité culturelle Festival International du Film de Marrakech Marrakech, le 20 septembre 2002.

<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/02/411&format=HTML&aged=0&language=FR&guiLanguage=en>

ANNEXE III

EXEMPLES D' ACTIONS DE COOPERATION DES ETATS MEMBRES DE L'UNION EUROPEENNE

BELGIQUE

La Belgique est active dans le domaine de la coopération francophone et de l'éducation.

Festival du film francophone de Namur : depuis trois ans un forum de co-production y est organisé entre Belgique, France, Québec, Suisse et pays du sud francophones.

<http://www.fiff.be>

Centre International de Liaison des Écoles de cinéma et de télévision (CILECT)

Le CILECT est une association internationale regroupant les principales écoles de cinéma et de télévision partout dans le monde. Son but est de favoriser les échanges d'idées entre ses membres, et de les aider à appréhender et mieux comprendre l'avenir de l'éducation des personnels créatifs évoluant dans ces milieux. Le CILECT est dédié à la création et au développement de coopérations régionales et internationales entre ses membres, et au soutien de l'enseignement des arts cinématographiques et télévisuels dans les pays du Sud.

www.cilect.org

D'autre part, la Coopération belge au développement soutient la production et la diffusion de films sur les relations « Nord-Sud » à travers notamment sa collaboration avec de nombreux festivals belges oeuvrant dans ce sens.

www.dgcd.be – www.diplomatie.be

DANEMARK

Le « soutien international aux media » (International Media Support – IMS) a été établi au Danemark en 2001, en réaction aux tragiques événements du Rwanda.

Depuis cette date, IMS travaille selon trois thématiques : « media et conflit », « media et démocratie, « media et dialogue ». Dans le cadre de ce troisième volet d'action, de nombreuses activités concernent les pays arabes : coopération dans le domaine des programmes télévisés pour enfants entre les chaînes publiques danoise, jordanienne et syrienne ; soutien à l'Institut arabe du cinéma (Arab Institute of Film, AIF), créé en Jordanie en 2005 et projection de 8 films produits lors du Festival CPH :DOX à Copenhague en novembre 2007...

www.i-m-s.dk

ESPAGNE

Des soutiens spécifiques au monde arabe (Casa Arabe, soutien au festival de San Sebastian) existent en Espagne ainsi qu'une opération de coopération originale, IberMedia, à laquelle participe aussi le **Portugal**. IberMedia est un fonds d'aide à la production dirigé vers les pays d'Amérique latine

Casa arabe et son Institut International des Etudes arabes et du monde musulman dont les sièges se trouvent à Madrid et à Cordoue, est un consortium conjointement créé le 6 juillet 2006 par le Ministère des Affaires Etrangères, l'Agence espagnole pour la Coopération Internationale, les Communautés autonomes de Madrid et d'Andalousie et les municipalités de Madrid et Cordoue. Elle a été créée dans le but de devenir à la fois un instrument actif pour resserrer les liens de coopération avec les pays arabes et musulmans mais aussi pour devenir une référence en matière d'étude et de connaissances de la réalité et de l'histoire de ces différents pays. La Maison arabe souhaite également jouer un double rôle d'information: informer des réalités arabes et musulmanes en Europe et inversement.

Cette mission s'entend dans le cadre de la coopération et de l'interaction institutionnelle afin de renforcer la communication et les relations entre nos sociétés respectives. Un espace de conscience mutuelle et de réflexion partagée, un lieu de rencontres.

<http://www.casaarabe-ieam.es/>

Cinema in motion (initiative conjointe des festivals de San Sebastian, Amiens et Fribourg) : sélection de longs-métrages en fin de tournage venant d'Afrique du Nord, d'Afrique lusophone et depuis 2007

du Moyen – Orient (Egypte, Jordanie, Liban, Palestine, Syrie). Prix importants (15 à 30 000 euros) en services de postproduction, notamment grâce au soutien du CNC français et de la Casa Arabe.

www.sansebastianfestival.com

Medimed (Sitges) : marché du documentaire méditerranéen

<http://www.medimed.org/home.html>

Bien qu'il ne s'agisse pas d'une action en faveur des pays méditerranéens, il est intéressant de mentionner en tant que modèle de coopération, **le fonds Ibermedia**

Ce fonds créé en 1997 est une initiative de la politique audiovisuelle de la « Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematograficas de Iberoamerica ». Il s'adresse aux cinématographies de 13 pays membres (Argentine, Bolivie, Brésil, Colombie, Cuba, Chili, Espagne, Mexique, Pérou, Portugal, Puerto-Rico, Uruguay et Venezuela) et prévoit des soutiens au développement de projets, à la coproduction, à la distribution et promotion de films et œuvres audiovisuelles d'origine ibéro-américaine et à la formation.

www.programmaibermedia.com

ALLEMAGNE

La Fondation culturelle fédérale allemande (German Federal Cultural Foundation / Kulturstiftung des Bundes) finance les actions de coopération mises en place par le Festival international du film de Berlin (World Cinema Fund et Talent Campus) et soutient des projets artistiques et culturels au niveau international. Elle a été créée en 2002 et est dotée d'un budget de 38 millions d'euros par le ministère de la Culture.

World Cinema Fund.

Lancé en 2004 par la Berlinale, ce fonds est doté de 500 000 euros par an. Il soutient les longs-métrages de fiction et les longs-métrages documentaires en provenance de l'Afrique, l'Amérique latine, l'Asie centrale et du Proche et Moyen Orient. Le budget du film doit se situer entre 200 000 et 1 million d'euros, le soutien du WCF va à la production (maximum 100 000 euros, en moyenne, 40 000 euros) ou à la distribution de l'œuvre.

Le WCF a soutenu entre autres *Paradise Now* de Hany Abu-Assad (Palestine), *Naousse* de Khalil Joreige, J. Hadjithomas (Liban), *Roma Rather Than You* de Tariq Tegua (Algérie), et le documentaire *Recycle*, du jordanien Mahmoud Al Massad.

http://www.berlinale.de/en/das_festival/world_cinema_fund/

Talent campus, festival de Berlin

Le Talent Campus est liée au Festival International du Film de Berlin qui invite chaque année au mois de février plus de 500 jeunes professionnels du monde de l'audiovisuel et du cinéma de plus de 90 pays différents afin d'y rencontrer des professionnels de l'industrie du film et de l'audiovisuel. Le Talent Campus offre l'opportunité à environ 30 jeunes professionnels des pays méditerranéens d'établir un réseau de contacts avec des professionnels européens et propose une aide aux co-productions internationales.

www.berlinale-talentcampus.de

FRANCE

En France, le soutien à la production et à la diffusion des cinématographies des pays en développement constitue une des priorités majeures du ministère des Affaires étrangères.

Le ministère des Affaires étrangères, avec le ministère de la Culture et le Centre National de la Cinématographie a mis en place, dès 1984, une politique originale de coopération avec les cinématographies du Sud, qui lui permet d'accompagner l'émergence des nouvelles vagues du cinéma mondial.

Un autre axe important de sa politique est la formation, clé de l'autonomie des productions nationales. Le ministère des Affaires étrangères soutient également les principaux festivals internationaux, lieux privilégiés de reconnaissance des œuvres et des cinéastes du Sud.

Fonds Sud Cinéma

Depuis sa création en 1984, le Fonds Sud Cinéma, mis en place par le Ministère de la culture et de la communication (CNC) et le Ministère des affaires étrangères français a aidé plus de 350 projets et compte à son actif de nombreuses révélations reconnues par la critique internationale et récompensées par les festivals les plus prestigieux.

Ce fonds concerne les projets de films de fiction, d'animation ou documentaire de création destinés à l'exploitation en salles en France et à l'étranger et venant des zones géographiques suivantes: Afrique, Caraïbes et Océan Indien, Amérique latine, Asie (à l'exception de la Corée, du Japon, de Singapour, de Taïwan), Proche et Moyen-Orient (à l'exception d'Israël, de l'Arabie Saoudite, des Émirats Arabes Unis, de Bahreïn, de Brunei et du Qatar), Europe Centrale et Orientale (pays non-membres de l'UE) et Asie centrale (Arménie, Géorgie, Azerbaïdjan, Kazakhstan, Kirghizistan, Ouzbékistan, Tadjikistan, Turkménistan).

Le montant annuel du fonds s'élève à 2,2 M€ cofinancé à parité par le Ministère de la culture et de la communication (CNC) et le Ministère des affaires étrangères.

www.cnc.fr

Fonds d'aide aux cinématographies peu diffusées

Créé en 1983 par le ministère des Affaires étrangères et européennes et le Centre National de la Cinématographie (CNC), ce fonds a pour objectif de contribuer à la découverte et à la diffusion commerciale d'œuvres de qualité en provenance de pays dont les cinématographies sont méconnues en France : Afrique, Pays de la zone Caraïbes et Océan Indien, Amérique latine, Asie (à l'exception de la Corée, du Japon, de Singapour et de Taïwan), Proche et Moyen-Orient (sauf Israël, les Émirats), Pays d'Europe centrale et orientale, Pays Baltes.

Le montant annuel du Fonds s'élève à 205 806 €, son aide concerne 15 œuvres cinématographiques maximum par an. Depuis sa création, ce fonds a aidé près de 200 films.

Les films soutenus par le Fonds Sud ont accès automatiquement à cette aide.

http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/actions-france_830/cinema_886/cooperation-cinematographique_5371/aides-diffusion_7247/index.html

Fonds de Solidarité Prioritaire « préservation des patrimoines audiovisuels et promotion de la diversité culturelle »

Un projet de coopération en matière de diversité culturelle, financé sur le Fonds de Solidarité prioritaire (FSP), a été adopté en 2005. Il comporte deux volets :

- La préservation des patrimoines audiovisuels de la Zone de Solidarité Prioritaire (Plan Images Archives) : il s'agit principalement de préserver et numériser le meilleur des fonds cinématographiques, télévisuels, radiophoniques et photographiques de la ZSP mais aussi de valoriser les pôles de préservation et de diffusion. Les projets, en provenance des pays de la ZSP, sont sélectionnés par un comité composé de spécialistes des archives visuelles du Nord et du Sud.

- La promotion de politiques favorables à la diversité culturelle : cette promotion passe notamment par l'accroissement de la visibilité des cultures du Sud, la mise en place de politiques et de normes juridiques propices à la création, et la mobilisation des sociétés et des créateurs en faveur de la diversité culturelle.

Montant total du FSP : 4 millions d'euros sur 3 ans à compter de 2005.

http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/actions-france_830/aide-au-developpement_1060/politique-francaise_3024/instruments-aide_2639/fonds-solidarite-prioritaire-fsp_2640/index.html

Le Centre Méditerranéen de la Communication Audiovisuelle (CMCA)

Organisation non gouvernementale, en dehors des actions menées au sein du partenariat euro-méditerranéen, ne bénéficiant pas du soutien financier européen mais qui a également l'ambition de créer une réelle coopération entre les professionnels de l'audiovisuel du Nord et ceux du Sud de la Méditerranée. Le CMCA est un réseau méditerranéen de coopération audiovisuelle. Il regroupe les organismes de télévision, les producteurs et des acteurs audiovisuels du bassin méditerranéen au sens large.

C'est un outil destiné à favoriser les échanges afin que ses membres puissent co-produire (tous ensemble ou de façon multilatérale) des films documentaires, des magazines ou des produits audiovisuels afin de promouvoir des valeurs culturelles communes pour le développement et la paix. Il se donne pour objectif permanent de participer activement au renforcement de la spécificité du

secteur audiovisuel méditerranéen, notamment par une amélioration de la qualité des programmes proposés.

Association de droit français dont le siège est à Marseille, le CMCA est financé par la Région Provence Alpes Côte d'Azur, seule région en France à avoir ouvert ce type de démarche vers les pays du sud. Il s'agit en fait d'une action de coopération audiovisuelle décentralisée.

<http://www.cmca-med.org>

L'action de la France dans le domaine des télévisions

France Télévisions est un membre actif des grands organismes professionnels internationaux et contribue ainsi à promouvoir les échanges et les coproductions de programmes. En particulier avec : **Canal France International** (CFI), filiale de France Télévisions (75%) et d'Arte France (25%), c'est l'opérateur des actions de coopération de France Télévisions.

CFI œuvre pour favoriser l'émergence et le développement des média locaux, en Afrique, en Asie-Océanie, en Europe Centrale et Orientale et dans le Monde Arabe.

<http://www.cfi.fr>

Le Conseil International des Radios et des Télévisions d'Expression Française (Cirtef), association regroupant la totalité des radios et télévisions de langue française et plus particulièrement celles du Sud, ayant pour objectif de favoriser la coopération audiovisuelle Nord-Sud.

Parmi ses activités : organisation de séminaires de formation des personnels, organisation d'une "Banque de programmes télévision", co-responsabilité du Fonds de soutien à la Production audiovisuelles du Sud.

<http://www.cirtef.org>

La Communauté des Télévisions Francophones (CTF) qui tend à promouvoir les échanges et la production commune de programmes avec les organismes de télévision des autres pays francophones membres de cette communauté.

<http://www.tvfrancophones.org/index-fr.php?page=qui>

L'Institut National de l'Audiovisuel (INA) est actif en Méditerranée via des accords concernant la formation ou les archives audiovisuelles (avec le Maroc, l'Egypte, l'Algérie, le Liban et Israël), l'organisation de séminaires et de missions d'expertise, la participation aux programmes européens Euromed Audiovisuel I et II (projets CAP-MED et AFIC) et la production de films documentaires méditerranéens (6 entre 2005 et 2008).

www.ina.fr

L'action de la France dans le domaine des festivals

Les festivals internationaux constituent des lieux privilégiés de reconnaissance des œuvres et des cinéastes du Sud.

Le ministère des Affaires étrangères est partenaire des festivals qui contribuent à la diffusion des cinémas du Sud en France.

Festival et Marché de Cannes

Organisation du pavillon « cinémas du Sud », et participation à diverses manifestations comme :

Le *Producers' network* sans doute la plus importante et la plus récente plate-forme de networking d'Europe : 500 jeunes producteurs venus du monde entier s'y retrouvent durant toute la durée du festival de Cannes pour des petits-déjeuners d'information avec des professionnels de haut niveau, des consultations d'experts etc – Un « spotlight Sud » y est organisé chaque année.

Résidence et Atelier de la Cinéfondation du festival : vivier de jeunes auteurs venus du monde entier

« *Tous les cinémas du monde* » : nouvelle section créée en 2005 – 7 pays sont sélectionnés chaque année, dont le Maroc en 2005, La Tunisie et Israël en 2006, le Liban en 2007.

<http://www.festival-cannes.fr>

Cinemed à Montpellier, décerne depuis 16 ans deux bourses d'aide au développement (7000 euros chacune pour des projets de longs métrages) et une résidence d'écriture.

Ces bourses concernent les projets de films émanant des états du bassin méditerranéen, de la Mer Noire, du Portugal et de l'Arménie.

www.cinemed.tm.fr

Festival international du film d'Amiens a mis en place en 1996 un fonds d'aide au développement de scénarios de longs métrages (4 bourses d'environ 7600 euros chacune).

<http://www.filmfestamiens.org/>

Festival des Trois Continents à Nantes, très important dans la découverte des talents du Sud, héberge l'initiative « produire au Sud » : atelier de formation des jeunes producteurs du Sud.

www.3continents.com

Biennale des cinémas arabes à Paris, organisée par l'Institut du monde arabe, elle poursuit son action dans le domaine de la connaissance et de la diffusion du cinéma arabe en France, en Europe, et au-delà. Sa dernière édition, du 22 au 30 juillet 2006, a fait partie de la Caravane du cinéma euro-arabe soutenue par l'Union Européenne dans le cadre du programme Euromed Audiovisuel II.

Elle est financée en partie par le Ministère de la Culture et de la Communication (CNC/Direction des Affaires Européennes et Internationales, Délégation au Développement et aux Affaires Internationales) et le Ministère des Affaires étrangères.

<http://www.biennalecinemarabe.org>

GRÈCE

Festival international de Thessalonique et CrossRoads l'un des derniers nés des marchés de coproduction dans une ville symbolique – unique de par sa thématique exclusivement méditerranéenne (prix de 10 000 euros).

<http://www.filmfestival.gr/2006/index.php?ln=en&box=industry&page=crossroads>

ITALIE

La Conférence Permanente de l'Audiovisuel Méditerranéen (Copeam), association de droit italien relayée par le groupe Méditerranée de l'Union Européenne de Radiodiffusion.

Objectifs:

- Créer échange, confrontation et collaboration entre radiodiffuseurs, organisations et associations professionnelles du secteur audiovisuel, agences de presse, institutions intergouvernementales, organisations internationales et associations non gouvernementales, instituts culturels et de recherche, universités et producteurs indépendants du nord et du sud de la Méditerranée.
- Créer un «savoir-faire collectif» interculturel, interprofessionnel euro-méditerranéen.

Les projets de formation de la COPEAM constituent, du point de vue multilatéral, un chapitre d'action prioritaire et ayant une forte valeur stratégique pour le développement du secteur audiovisuel de la région.

Outre la connexion entre producteurs et diffuseurs, la COPEAM vise à créer un réseau des festivals et des marchés de la Région afin de valoriser et affirmer l'audiovisuel euro-méditerranéen.

L'ambitieux projet dont la COPEAM se fait promotrice est la création d'une chaîne par satellite euro-méditerranéenne multiculturelle et multilingue. Dans une optique de développement modulaire de ce projet, la COPEAM est engagée dans la réalisation de TERRAMED, portail satellitaire multiculturel et multilingue, une plate-forme d'information qui entend réunir et promouvoir les programmes à vocation méditerranéenne des différentes télévisions publiques de la région.

Beaucoup d'initiatives sont en cours en étroite coopération avec UER-EBU e ASBU. Deux nouvelles séries télévision sont en cours de coproduction avec la participation d'une dizaine de chaîne pour chaque projet: "Inter Rives" et "Un lieu, une mémoire". Une série de reportages radios – « Portrait de footballeurs » - sur les grands protagonistes du sport de la Méditerranée est en cours de développement.

<http://www.copeam.org>

PAYS BAS

La coopération au développement est un volet important de la politique étrangère des Pays-Bas. Le ministère des Affaires étrangères y consacre la majeure partie de son budget (plus de 4 milliards d'euros, soit 0,8 % du produit national brut). Les Pays-Bas sont ainsi un des rares pays à respecter la norme internationale et se rangent parmi les grands donateurs internationaux en finançant par exemple :

Le fonds Jan Vrijman, du nom du créateur du Festival International de Documentaire d'Amsterdam (IDFA), soutient des documentaires en provenance des pays en voie de développement. Ses contributions vont de 5 à 15 000 euros par projet ; en contrepartie, le fonds prend les droits de distribution des films pour le Benelux. Le fonds peut intervenir dans le développement, la production,

Vers une Stratégie pour le Développement de la Coopération audiovisuelle Euro-méditerranéenne

58

Document de travail proposé par le Groupe de Réflexion Euromed Audiovisuel

Version 3

Avril 2008

la post-production, la distribution du film et éventuellement soutenir également des événements de promotion (ateliers, etc.) <http://www.idfa.nl/professionals/JanVrijman>

Le Fonds Hubert Bals. Créé en 1988 en hommage à l'instigateur du Festival de Rotterdam, ce fonds est l'un des plus célèbres car il est aussi connecté au CineMart, qui se déroule également à Rotterdam pendant le festival et regroupe la majorité des producteurs indépendants européens en quête de projets internationaux. Le budget du fonds est de 1,2 millions d'euros par an. Ses soutiens vont de 10 à 30 000 euros et s'adressent aux longs métrages fiction ou documentaires venant des pays en voie de développement (en développement ou post-production). *Intervention Divine*, d'Elia Suleiman (AP) et *Uzak* de Nuri Bilge Ceylan (Turquie) sont deux films soutenus par Le Fonds Hubert Bals. http://www.filmfestivalrotterdam.com/eng/hubert_bals_fund.aspx

CineMart, Festival international de Rotterdam : le marché de co-production le plus couru d'Europe (qui dispose de deux bourses ARTE de 10 000 euros et de la bourse du fonds Prince Claus de 15 000 euros). <http://www.filmfestivalrotterdam.com/eng/about/cinemart.aspx>

ROYAUME UNI

Le British Council soutient de nombreux programmes de coopération culturelle et artistique impliquant de nombreux pays méditerranéens, citons par exemple le projet « Nahnou-together », visant à inciter le dialogue culturel entre jeunes anglais, syriens et jordaniens, développé avec le soutien de la Tate.

Un programme de coopération spécifique existe avec Israël, financé par le British Council et les ministères des Affaires étrangères et de la Science, de la Culture et du Sport israélien. Il s'agit du programme « BI-ARTS » (British Israeli Arts Training Scheme), qui vise à permettre des échanges professionnels dans le domaine artistique et permet l'organisation régulière de programmes de formation, par exemple, la formation d'équipes de « script-editors » pour l'écriture de téléfilms.

<http://www.britishcouncil.org/israel-arts-culture-bi-arts.htm>

SUÈDE

La **Suède** est active à travers le SIDA (Swedish International Development Cooperation Agency) qui finance en particulier le fonds du festival de Göteborg. En 2006, le budget de la coopération au développement était d'environ 29.3 billion SEK.

Le fonds du Festival de Göteborg, créé en 1998, travaille en collaboration avec celui de Rotterdam et est comme lui dédié aux films venant des pays en voie de développement. Le montant maximum des soutiens s'élève à 40 000 euros par projet (en développement ou post-production), le fonds disposant d'un budget d'environ 700 000 euros pour 2005/2006. En contrepartie, le fonds obtient les droits de diffusion en Suède pour 7 ans et demande que la première scandinave de l'œuvre ait lieu à Göteborg.

<http://www.filmfestival.org/filmfestival/page/en/filmfond/information>

SUISSE

*Bien que la **Fédération suisse** ne soit pas membre de l'UE, il est important de mentionner son action notable dans la coopération au développement qui a par exemple financé des ateliers documentaires en Palestine.*

La Direction du développement et de la coopération (DDC) emploie quelque 1700 personnes en Suisse et à l'étranger, et dispose d'un budget de 1,3 milliard de francs. Compte tenu des activités du Secrétariat d'État à l'économie (seco) et d'autres services fédéraux, cantonaux et communaux, l'aide publique de la Suisse au développement a atteint 2,2 milliards de francs en 2006, soit 0,44 % de son PNB, et participe à l'action de :

***Visions Sud Est**, ce fonds né en 2005 et doté d'environ 500 000 dollars par an est financé par l'Agence suisse de développement. Il est lié aux Festivals de Nyon et Fribourg en Suisse et s'adresse au documentaire comme à la fiction (uniquement longs métrages). Huit à dix productions peuvent être soutenues par an, en provenance d'Asie, d'Afrique, d'Amérique latine et des pays européens non-membres de l'UE (aides à la production et à la finition).*

En contrepartie du soutien, les producteurs doivent céder les droits de distribution en Suisse à la société Trigon Film.

*Visions sud Est a récemment soutenu *Dunia* de Jocelyne Saab (Liban/Egypte).*

<http://www.visionssudest.ch>

Open Doors, festival de Locarno *Open Doors est une manifestation financée par le ministère des affaires étrangères suisse – chaque année une zone géographique particulière est choisie (le*

Vers une Stratégie pour le Développement de la Coopération audiovisuelle Euro-méditerranéenne 59

Document de travail proposé par le Groupe de Réflexion Euromed Audiovisuel

Version 3

Avril 2008

Maghreb en 2005, le Moyen Orient en 2007) et des auteurs de cette zone sont invités pour rencontrer des producteurs et décideurs européens – 2 bourses au développement et à la production de 50 000 CHF sont attribuées à l'issue de la manifestation ainsi qu'une bourse du Fonds Sud (10 000 euros).
<http://www.pardo.ch/jahia/Jahia/home/lang/en/pid/194>

ANNEXE IV

EXEMPLES D' ACTIONS DE COOPERATION DES ORGANISATIONS INTERNATIONALES

L'UNESCO

Les industries culturelles - notamment l'audiovisuel et le multimédia – sont considérées par l'Unesco comme des vecteurs essentiels de promotion de la diversité culturelle aux niveaux local et international. L'organisation agit donc pour susciter un environnement favorable au renforcement et au développement des industries audiovisuelles dans les pays en développement à travers différents programmes :

- la liste des œuvres représentatives du cinéma mondial

Elle rassemblera les films témoignant le mieux d'un courant cinématographique, d'un phénomène de société, d'une époque, de l'émergence d'une technique, d'une culture ou d'une valeur éthique particulière. Dressée en coopération avec des cinémathèques du monde entier, des musées, des associations de professionnels du cinéma et les organismes gouvernementaux concernés, elle vise à sensibiliser l'opinion mondiale à la diversité d'un patrimoine filmique.

- le « Reel Intercultural Dialogue »

Ce projet, lancé en 2003, consiste en une série de films de courts-métrages de fiction indépendants, sans dialogues. L'un des buts de ce projet consiste à offrir une opportunité aux écoles de cinéma et de télévision en permettant à leurs étudiants de s'investir dans la production de contenus régionaux reflétant la vision locale des problèmes globaux.

L'UNESCO et le Centre International de Liaison des Ecoles de Cinéma et de Télévision (CILECT) se chargent de la distribution des productions finales auprès des médias nationaux et internationaux, ainsi qu'auprès de diverses institutions éducatives à travers le monde.

- le Conseil International du Cinéma, de la Télévision et de la Communication (CICT)

Créé par l'Unesco en 1959 pour regrouper toutes les professions de l'audiovisuel et assurer leurs relations avec l'Unesco, le CICT est le porte-parole des professions de l'audiovisuel dans le domaine de compétence de l'Unesco. C'est la seule organisation qui regroupe, sur le plan international, les fédérations professionnelles de l'audiovisuel, y compris des nouvelles techniques informatiques.

- l'Observatoire de la Communication Culturelle et Audiovisuelle dans la Méditerranée (OCCAM)

Créé en 1997, l'Observatoire de la Communication Culturelle et Audiovisuelle considère la zone euro-méditerranéenne comme stratégique.

Dans le domaine cinématographique, l'OCCAM a soutenu des actions dans tous les festivals de la région, de Venise à Cannes, de Beyrouth à Skopje, de Tirana à Tunis.

L'OCCAM soutient aussi activement l'utilisation des T.I.C (Technologies de l'Information et de la Communication) à travers des collectes et des dons d'ordinateurs (au Sud-Liban et au Maroc par exemple), mais aussi des projets spécifiques comme la création d'une cinémathèque au Liban.

L'Organisation internationale de la francophonie (OIF) apporte son appui aux politiques culturelles nationales et promeut la diversité culturelle. À ce titre elle aide les États et gouvernements à créer le cadre favorable aux expressions culturelles, par le biais de législations propres à ce secteur et inscrites dans de véritables politiques culturelles nationales.

Le programme "Images" permet de soutenir la production, la diffusion et la promotion dans les circuits cinématographiques et télévisuels de fictions et documentaires produits par des professionnels du Sud.

Ses principaux instruments sont le Fonds francophone de production audiovisuelle du Sud et la Bourse francophone de promotion internationale d'un film du Sud.

Le Conseil de l'Europe abrite deux organismes spécifiques à l'audiovisuel : Eurimages et l'Observatoire européen de l'audiovisuel.

Créé en 1988, **Eurimages** est le Fonds du Conseil de l'Europe pour l'aide à la coproduction, à la distribution et à l'exploitation d'œuvres cinématographiques européennes. Il réunit à l'heure actuelle 33 États membres dont la Turquie.

Son but est de promouvoir le cinéma européen en stimulant la production et la circulation des œuvres et en favorisant la coopération entre professionnels.

Vers une Stratégie pour le Développement de la Coopération audiovisuelle Euro-méditerranéenne

61

Document de travail proposé par le Groupe de Réflexion Euromed Audiovisuel

Version 3

Avril 2008

La majorité (environ 90%) des ressources du Fonds, provenant des contributions des Etats membres, est consacré au soutien à la coproduction.

L'Observatoire européen de l'audiovisuel Institué en 1992, est un centre unique de collecte et de diffusion de l'information sur l'industrie audiovisuelle en Europe. Organisation européenne de service public, l'Observatoire regroupe actuellement 36 Etats membres, dont la Turquie, et la Communauté européenne, représentée par la Commission européenne.

L'UER - Union Européenne de radiotélévision

Le Conseil d'administration de l'UER réuni au Caire en mai 2004 a souhaité en adoptant la "Déclaration du Caire", affirmer la disponibilité des services de l'Union et de ses Membres pour apporter leurs concours aux Membres radiodiffuseurs de la zone Méditerranée [1] contraints d'évoluer pour s'adapter aux réalités du marché concurrentiel qui s'impose progressivement dans l'ensemble de la région.

L'UER entend, ce faisant, reconduire en faveur de ses Membres du Sud qui le souhaiteraient les conseils et soutiens spécifiques apportés à ses membres de l'Est [2] après l'intégration en 1993 de l'OIRT [3] dans l'UER.

En application de la "Déclaration du Caire" l'UER, dans la limite de ses moyens et capacités, s'efforce à la demande de répondre aux questions techniques, organisationnels et juridiques, qui se posent à ses Membres du Sud confrontés à l'accroissement de pressions concurrentiels auxquelles ils sont soumis du fait d'offres étrangères satellitaire ou de l'autorisation de nouvelles chaînes nationales. En outre, l'introduction progressive mais irréversible des technologies numériques vient accroître la complexité des situations auxquelles sont confrontés des radiodiffuseurs souvent encore dotés de statuts publics de monopole inadaptés aux réalités de l'offre audiovisuelle concurrentielle sur leur territoire.

Pour satisfaire à un tel objectif l'UER propose à ses Membres méditerranéens de les conseiller et de les accompagner dans leurs évolutions nécessaires à leur mutation d'opérateur public à opérateur de radiotélévision de service public au service de tous. Pour mener à bien cet objectif ambitieux qui passe par la reconnaissance de la fonction essentielle de la radiotélévision de service public dans l'affirmation et la sauvegarde de la diversité culturelle des pays et des peuples du bassin méditerranéen, autour de laquelle doit se reconstruire une zone de dialogue, de paix, de prospérité, **l'UER, a souhaité se rapprocher des deux autres organisations de professionnels de radiotélévision de la zone, l'ASBU et la CoPeAM.** Cette coopération tripartite s'est fixée comme priorité d'améliorer les échanges audiovisuels méditerranéens, ce qui implique au niveau des contenus les échanges de News (sujets d'actualité) qui nécessitent des réseaux et des procédures permettant à tous d'avoir accès aux sujets de chacun, et les échanges de programmes impliquant une concertation créative. Au niveau des hommes les échanges incluent les transferts de technologie et de compétences au travers d'actions de formations adaptées.

Dans ce cadre, l'UER, l'ASBU et la CoPeAM ont déjà inscrit à l'actif de leur coopération tripartite des réalisations importantes :

Echanges de News : les ERN-Med (Echanges Régionaux d'Actualité Méditerranéennes) qui, depuis cinq ans, permettent la diffusion quotidienne sur les réseaux EVN de l'UER de sujets d'actualité du Sud vers le Nord et réciproquement.

En outre, en adoptant la "Charte de Séville", en avril 2005, une trentaine de radiodiffuseurs de la Méditerranée ont lors de l'Assemblée générale de la CoPeAM, adopté comme principe de base à toute coopération le respect du pluralisme.

Echange de programmes : la coproduction en 2005 entre radiodiffuseurs de la Méditerranée d'une fiction de prestige retraçant la vie d'Henri Dunant créateur de la Croix Rouge, "Du sang sur la Croix", donne une nouvelle dimension aux coproductions méditerranéennes jusqu'alors concentrées sur des documentaires et des magazines qui connaissent des développements significatifs.

Les échanges de programmes radio ne se limitent plus aux coproductions depuis l'ouverture à Alger, fin 2005, d'un centre de coordination Euroradio ouvert aux membres de l'ASBU.

Formation : les trois organisations s'attachent non seulement à ouvrir leurs formations aux autres mais aussi à réaliser des formations en commun, par la participation d'experts des uns aux formations des autres et la coproduction de formations spécifiques. Une dizaine d'actions de formation spécifiques ont été menées dans les derniers 2 ans, en étroite coopération aussi avec le centre de formation de l'ASBU à Damas.

Transferts de compétences : pour satisfaire aux demandes de Membres, particulièrement des rives sud et sud-est souvent peu préparés aux mutations imposées par les technologies numériques, les actions de transferts de savoir faire constituent l'un des axes de la coopération tripartite méditerranéenne.

- Transfert de compétences juridiques et assistance: des nombreuses missions des juristes de l'UER et de ses membres ont été conduites dans les dernières années dans les pays (Jordanie, Maroc, Tunisie...) ou la législation sur l'audiovisuel est en train de changer, pour passer du monopole de l'état à un système mixte.

- assistance d'urgence en cas de conflit: l'UER a promu avec succès une action de soutien à TéléLiban en 2006, pour reconstituer (partiellement) son réseau de transmission, gravement touché lors de la guerre éclair Israël - Liban. Missions similaires ont été conduites ces dernières années également en Palestine et dans d'autres endroits de la région.

- Magazine TV Mediterraneo: depuis plus qu'une décennie ce magazine hebdomadaire est née de la coopération entre trois chaînes de pays membres de l'Union Européenne (RAI, France Télévisions, RTVE) et une chaîne arabe, l'algérienne ENTV (toutes membres de l'UER), et raconte les histoires du Bassin de la Méditerranée aux téléspectateurs français, espagnols, italiens et algériens.

[1] Sont inclus dans la zone Europe retenue par l'UIT qui est celle de l'UER. Les pays des rives sud et sud-est de la Méditerranée. De ce fait les Radiodiffuseurs étatiques ou publics du Maghreb, du Mashrek et du Moyen Orient sont membres, simultanément, de l'UER ainsi que de l'ASBU, l'organisme des radiotélévisions arabophones créé par la Ligue Arabe. L'ASBU comprend notamment les radiotélévisions du Maroc, de l'Algérie, la Tunisie, la Libye, l'Égypte, l'Autorité Palestinienne, du Liban, de la Syrie, la Jordanie; ainsi que d'Israël et de la Turquie. La télévision de l'Albanie est également membre de l'UER, ainsi que celle de la Mauritanie, qui est membre associé.

[2] La Commission européenne, le Conseil de l'Europe ainsi que la BERD ont régulièrement apporté des concours à l'UER pour mener à bien ce travail.

[3] L'OIRT réunissait les radiodiffuseurs du bloc de l'Est.

