



Université Senghor

Université internationale de langue française
au service du développement africain

Opérateur direct de la Francophonie

Le financement public des entreprises culturelles au Burkina Faso : contribution pour la mise en place d'une Agence nationale de Développement des Industries Culturelles et Créatives (ADICC)

présenté par

Yaya SOURA

pour l'obtention du Master en Développement de l'Université Senghor

Département Culture

Spécialité Gestion des Industries Culturelles

Sous la direction de : M. Bernard BOUCHER

Expert indépendant, Politiques et industries culturelles

Devant le jury composé de :

Président

Dr. Hdr Jean-François FAU

Directeur du Département Culture de l'Université Senghor

M. Jean Marie ARNOULT Examineur

Inspecteur général honoraire des bibliothèques, France

Mme Sandra COULIBALY LEROY Examineur

Sous-Directrice, Direction de la Planification et de
l'Evaluation, Organisation Internationale de la Francophonie

Avant-propos

Au moment où nous achevons la rédaction de ce mémoire, le Burkina Faso a connu un tournant décisif dans sa vie politique et sociale. En effet, les événements marquants des 30 et 31 octobre 2014 ont vu le renversement de l'ancien pouvoir en place depuis 27 ans.

Il s'est agi d'une révolution populaire traduisant les aspirations du peuple au changement face à la volonté du régime précédent de vouloir modifier l'article 37 de la constitution qui limite le nombre de mandats présidentiels.

Depuis lors, le Burkina Faso est dirigé par un pouvoir de transition chargé de mettre en place les conditions d'un retour normal à une vie démocratique.

Les priorités gouvernementales du moment sont alors l'organisation d'élections libres et transparentes d'ici à fin 2015. Ce qui peut avoir des répercussions sur les engagements précédemment pris par l'Etat, notamment celui portant sur le projet de création d'un mécanisme de financement public (appelé Agence de développement des Industries Culturelles et Créatives) au profit des entreprises culturelles.

En attendant que ce projet retienne à nouveau l'attention des pouvoirs politiques, les recommandations formulées dans le présent travail peuvent toujours servir à consolider les actions de mise en œuvre dudit projet.

Soura Yaya

Remerciements

Plus qu'un effort personnel, ce travail est le résultat d'une aventure collective, une expérience que j'ai eu le bonheur de partager avec d'autres personnes. Qu'il me soit permis d'adresser ma reconnaissance et mes remerciements à :

Monsieur Bernard Boucher, qui a suivi ce travail de façon régulière et avec un grand intérêt. La pertinence de ses observations et suggestions témoigne de sa connaissance approfondie des politiques publiques de soutien au secteur culturel en Afrique et particulièrement au Burkina Faso. J'espère qu'il trouvera en ce travail, en dépit de ses insuffisances, un motif de satisfaction ;

Aux responsables de l'Université Senghor, notamment au Pr. Albert Lourde, Recteur de l'Université Senghor d'Alexandrie, à Dr. Jean-François Fau, Directeur du Département Culture de l'Université Senghor d'Alexandrie pour son sens d'écoute, de l'orientation et de l'encouragement et à Mme El Guindy Rania Adel, Chef du service administratif du Département Culture ;

A Monsieur Baba Hama, ex Ministre de la Culture et du Tourisme (MCT) du Burkina Faso et à Monsieur Jean-Claude Dioma, actuel Ministre, pour leur soutien indéfectible au renforcement des capacités des ressources humaines du MCT ;

A Monsieur Boukary Ouédraogo, Directeur de la Promotion des Industries Culturelles et Créatives et à l'ensemble de mes collègues de la DPICC, du programme ARPIC et du MCT, à Mme Elisabeth Faho, ma « maman », qu'elle trouve ici, un motif de satisfaction d'un « fils » qui s'élève et qui grandit ;

A toute l'équipe du Centre des Métiers du Patrimoine de l'Institut du Patrimoine Wallon pour m'avoir réservé un accueil chaleureux durant mon stage de mise en situation professionnelle ;

A mes parents, amis et proches qui font preuve de compréhension en ce moment, quoique dans la réalité, ce voyage d'études, leur coûte de la patience. Puissiez-vous trouver en ce travail l'expression d'une reconnaissance de vos efforts, le tournant d'un dessein commun ;

A tout le personnel de l'Université Senghor d'Alexandrie et aux professeurs associés ;

A l'ensemble des étudiants de la communauté burkinabè de l'Université Senghor, pour l'esprit de famille et d'entraide mutuelle,

A toute la 14^{ème} promotion de l'Université Senghor de l'année académique 2013-2015, qui a fait preuve de solidarité, de sollicitude et d'encouragements mutuels. Vous conviendrez avec moi que le parcours n'a pas été vain et que cette « expérience unique » méritait d'être vécue.

Dédicace

A la mémoire de mon père Soura Biè Mamadou

Et

A ma petite fille Sely Ashley Rowaida,

Tu es née le 14 février 2014,

Tu es Amour.

Quand tu grandiras,

Tu iras à l'école,

A l'école de ton temps,

Tu feras mieux que Maman et Moi.

Résumé

La présente étude consiste en une analyse de la problématique du financement public des entreprises culturelles au Burkina Faso. Elle a pour but, de conforter les réflexions sur le projet de création d'une Agence nationale de développement des industries culturelles et créatives (ADICC) courant 2015-2016. Cette agence qui se veut un mécanisme de financement public aura pour objectif de soutenir financièrement les entreprises culturelles afin de développer leurs capacités de création, de production et de distribution des biens et services culturels. L'ambition est d'accroître l'impact du secteur de la culture sur le développement économique et social au Burkina Faso.

A partir d'une recherche documentaire et de travaux de terrains, l'étude montre que la mise en place d'un outil de financement public au Burkina Faso pour le secteur culturel est indispensable pour le développement d'industries culturelles naissantes. Mais, ce dispositif de financement ne pourrait être viable que s'il se réalise dans un cadre professionnel. L'étude démontre alors que l'environnement culturel burkinabè, bien qu'assez dynamique est aussi confronté à de nombreuses difficultés et est faiblement structuré. Sa faible structuration est liée à la faible capacité professionnelle des acteurs culturels. Ainsi, pour optimiser son soutien financier aux entreprises culturelles, l'ADICC doit améliorer progressivement l'environnement professionnel des acteurs, à travers une bonne approche de communication. Malheureusement, le volet de la communication a été très faiblement pris en compte, car, les travaux et concertations sur ce projet de financement se sont penchés sur sa faisabilité et la stratégie de sa mise en œuvre (management, outils de gestion et suivi-évaluation). Si, d'emblée, plusieurs facteurs influenceront sa réussite, la communication apparaît fondamentale dans le succès de ce projet de développement destiné à un secteur « spécifique ». En donnant de la visibilité à l'ADICC, cela pourrait favoriser une collaboration plus systématique des parties prenantes (acteurs culturels, Etat, partenaires techniques et financiers). Ensuite, cela peut faciliter une meilleure compréhension des objectifs et des enjeux socio-économiques du projet de ces bénéficiaires. Enfin, une bonne approche de communication peut également aboutir à un réel renforcement de leurs capacités professionnelles en matière de gestion d'entreprises culturelles et produire les résultats attendus. L'étude propose alors un plan de communication pour l'ADICC.

Mot-clefs : Industries culturelles/créatives, Entreprises culturelles, Financement public, Communication, Plan de communication.

Abstract

This study focuses on the issue of public financing of cultural enterprises in Burkina Faso. Its aim is to strengthen the plans to create a national agency for the development of cultural and creative industries (NADCCI) over the period 2015-2016. This agency is intended to support cultural enterprises and develop their capacity to create, produce, and distribute cultural goods and services. The goal is to increase the impact of the cultural sector on economic and social development in Burkina Faso.

Based on literature review and fieldwork, this study shows that, in Burkina Faso, the establishment of a public financing tool for the cultural sector is essential for the development of emerging cultural industries. However, this funding arrangement will be feasible only if it is executed in a professional setting. The study shows that although Burkina Faso's cultural environment is dynamic, it faces many challenges and is poorly structured. Its weak structure is related to the low professional capacity of the actors in the cultural sector. Thus, to optimize its financial support for cultural enterprises, NADCCI should progressively improve the working environment of actors through an approach based on good communication. Unfortunately, the communication component has not been taken into account, because the work and consultations on the planned funding arrangement have focused on its feasibility and the strategy for its implementation (management and monitoring and evaluation tools). Although several factors will influence the success of this development project for a "specific" sector, communication appears to be fundamental to its success. By giving visibility to the NADCCI, the project could encourage a more systematic collaboration by stakeholders (cultural actors, the government, and technical and financial partners). This communication approach, could also facilitate a better comprehension of the objectives and the socio-economic concerns of the beneficiaries of the project. Finally, a good communication approach can build the professional capacities of cultural actors in term of the management of cultural enterprises and produce the expected results. This study therefore proposes a communication plan for the NADCCI.

Key-words: Cultural/creative industries, Cultural enterprises, Public funding, Communication, Communication plan.

Liste des acronymes et abréviations utilisés

ADICC :	Agence Développement des Industries Culturelles et Créatives
ARPIC :	Programme d'Appui au Renforcement des Politiques et Industries Culturelles
ASBL :	Associations Sans But Lucratif
BM :	Banque Mondiale
CEDEAO :	Communauté des États de l'Afrique de l'Ouest
CMP :	Centre des Métiers du Patrimoine
CNUCED :	Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement
DPICC :	Direction de la Promotion des Industries Culturelles et créatives
ENAM :	École Nationale d'Administration et de Magistrature
FED :	Fonds Européen de Développement
FESPACO :	Festival Panafricain du Cinéma et de la Télévision de Ouagadougou
FESTIMA :	Festival International des masques
FGIC :	Fonds de Garantie des Industries Culturelles
FIDC :	Fonds International pour la Diversité Culturelle
FIEC :	Fonds d'Investissement pour les Entreprises Créatives
FILO :	Foire Internationale du Livre de Ouagadougou
FIPC :	Fonds International pour la Promotion de la Culture
FITD :	Festival International du Théâtre pour le Développement
FMI :	Fonds Monétaire International
FNCB :	Fédération Nationale des Cinéastes du Burkina Faso
FNPS :	Fédération Nationale des Professionnels de la Scène
FNF :	Fonds Nationaux de Financement
FPS :	Fonds Spécial Prioritaire
FWB :	Fédération Wallonie-Bruxelles
GRAAL :	Groupe des Réseaux des Associations des Acteurs du Livre
IFCIC :	Institut pour le Financement du Cinéma et des Industries Culturelles
IPW :	Institut du Patrimoine Wallon
MCT :	Ministère de la Culture et du Tourisme
MEF :	Ministère de l'Economie et des Finances
NAK :	Nuits Atypiques de Koudougou

OMPI :	Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle
OIF :	Organisation Internationale de la Francophonie
OPCA :	Observatoire des Politiques Culturelles Africaines
PAS :	Programme d’Ajustements Structurels
PASC :	Programme d’Appui au Secteur Culturel
PDEC :	Programme de Développement des Entreprises Culturelles
PIB :	Produit Intérieur Brut
PNB :	Produit National Brut
PME :	Petites et Moyennes Entreprises
PMI :	Petites et Moyennes Industries
PNC :	Politique Nationale de la Culture
PNUD :	Programme des Nations Unies pour le Développement
PSIC :	Programme d’Appui aux Initiatives Culturelles Décentralisées
SCADD :	Stratégie de Croissance Accélérée et Développement Durable
SIAO :	Salon International de l’Artisanat de Ouagadougou
SITHO :	Salon International du Tourisme et de l’Hôtellerie de Ouagadougou
SNC :	Semaine Nationale de la Culture
SODEC :	Société de Développement des Entreprises Culturelles
UA :	Union Africaine
UNESCO :	Organisation des Nations Unies pour la Science, l’Education et la Culture

Table des matières

Avant-propos	ii
Remerciements	iii
Dédicace.....	iv
Résumé	v
Abstract.....	vi
Liste des acronymes et abréviations utilisés	vii
Table des matières.....	ix
Liste des illustrations.....	xi
Figure 1 : Carte du Burkina Faso	xii
Introduction.....	1
Chapitre I. Cadre théorique et conceptuel	4
I. 1. Définition des concepts	4
I.1.1. La notion d'industrie culturelle/créative.....	4
I. 1. 2. La notion d'entreprise culturelle	6
I. 1.3. Le financement public des entreprises culturelles	7
I. 1. 4. La structuration des entreprises culturelles.....	8
I.2. Revue de littérature.....	11
I.2.1. La culture en mutation : évolution des approches théoriques des industries culturelles.....	11
I. 2. 2. L'émergence des industries culturelles et créatives dans les pays en développement	14
I. 2. 3. Le potentiel des industries culturelles et créatives au Burkina Faso.....	15
I. 2. 4. Le financement de la culture : est-ce le rôle de l'État ?.....	17
Chapitre II. Etat des lieux du financement de la culture au Burkina Faso.....	20
II.1. Comment développer les industries culturelles ? La vision de l'Etat burkinabè.....	20
II. 1. 1. Les orientations de politiques nationales et internationales	20
II. 1. 2. Le cadre institutionnel.....	21
II. 1. 3. Le cadre juridique et réglementaire	22
II.2. Du financement public de la culture au Burkina Faso	23
II. 2. 1. Aperçu historique.....	23
II. 2. 2. Le secteur de la culture « exclu » des dispositifs publics de financement.....	27
II. 2. 3. Les problèmes de financement des entreprises culturelles.....	27
Chapitre III. Cadre méthodologique et résultats de la recherche	30
III. 1. Méthodologie de la recherche	30

III. 1. 1. La recherche documentaire	30
III. 1. 2. L'enquête de terrain.....	31
III. 1. 3. La question de l'échantillonnage.....	31
III.1. 4. Les outils et techniques de collecte des données.....	32
III. 1. 4. 1. L'observation directe	32
III. 1. 4. 2. Les entretiens individuels.....	33
III. 1. 5. Les techniques de traitement et d'analyse des données.....	33
III.1. 6. Le stage professionnel	33
III. 1. 7. Difficultés et limites méthodologiques de l'étude	35
III. 2. Propositions pour une consolidation des actions de mise en place de l'ADICC	35
III. 2. 1. Présentation générale de l' ADICC	35
III. 2. 2. Mission, objectifs et résultats attendus.....	36
III. 2. 3. Mode de financement des entreprises culturelles par l'ADICC.....	37
III. 3. Problématique	38
III. 3. 1. Objectifs de l'étude.....	41
III. 3. 2. Hypothèses de recherche.....	41
III. 4. Résultats et recommandations.....	42
III. 4. 1. De la structuration des filières et des entreprises culturelles	43
III. 4. 2. Le rôle de la communication pour l'Agence de Développement des Industries Culturelles et Créatives (ADICC)	44
III. 4. 3. Évoluer vers un modèle économique de financement orienté sur l'entreprise.....	45
Chapitre IV. Projet d'élaboration d'un plan de communication pour l'Agence nationale de Développement des Industries Culturelles et Créatives (ADICC) au Burkina Faso	47
IV. 1. Contexte et justification.....	47
IV.2. Description du projet.....	48
IV. 2. 1. Vision, objectifs et résultats attendus du plan de communication	49
IV. 2. 3. Publics cibles.....	50
IV. 2. 4. Moyens et actions	51
IV. 3. Processus de planification de l'élaboration du plan de communication.....	52
IV. 4. Cibles et objectifs de la communication.....	53
IV. 5. Les axes du plan de communication.....	53
IV. 6. Les outils de communication	54
IV. 6. 1. Le site web de l'agence	54
IV. 6. 2. Le bulletin trimestriel de l'entrepreneur culturel et créatif.....	54
IV. 6. 3. Les ateliers de formation.....	54
IV. 6. 4. Les supports de communication imprimés.....	55

IV. 6. 5 les relations médias	55
IV. 6. 6. La stratégie du plan de communication	55
IV. 7. Budget prévisionnel du plan de communication.....	57
IV.9. Planification des activités	58
IV. 10. Diagnostic du plan de communication : forces, faiblesses, opportunités et menaces	59
IV. 12. Suivi et évaluation du plan de communication	62
Conclusion.....	63
Références bibliographiques	64
Annexes.....	i

Liste des illustrations

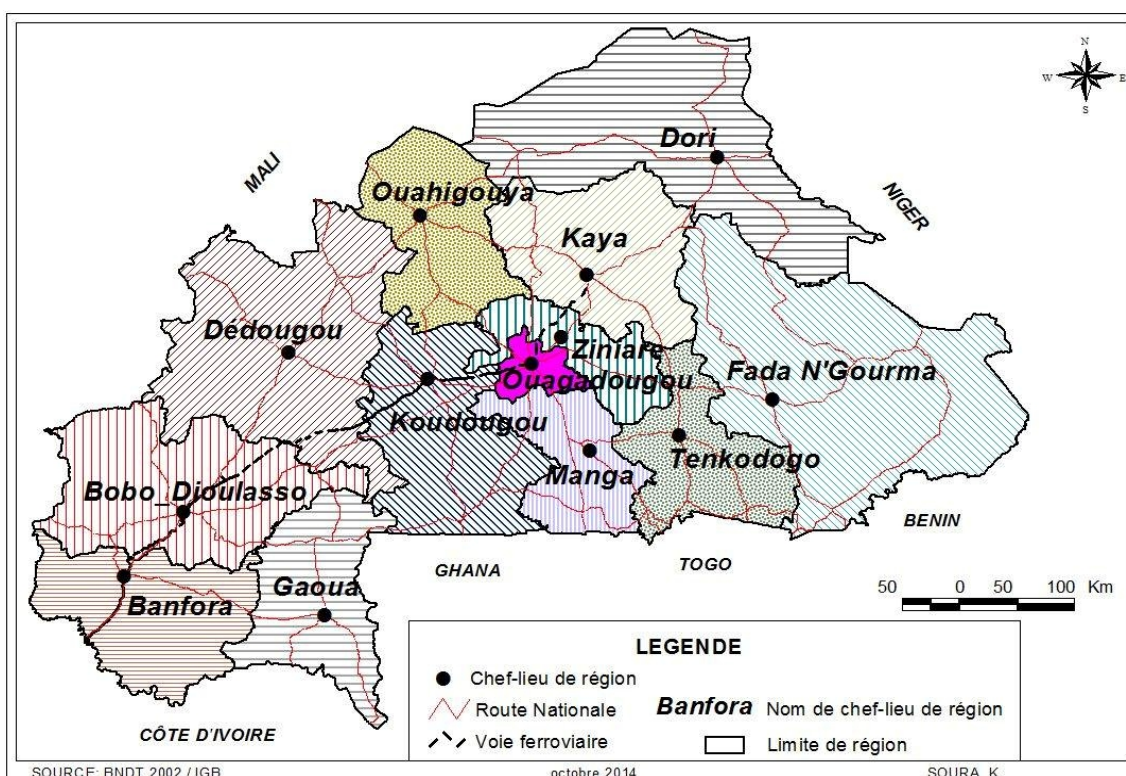
Listes des figures

Figure 1 : Carte du Burkina Faso	xii
Figure 2: Évolution générale de l'économie créative.....	5
Figure 3 : Exemple de structuration de la chaîne de valeur de la filière de l'image au Burkina Faso	10
Figure 4 : Organigramme de l'ADICC	36
Figure 5 : Approche « communication » de l'ADICC	50
Figure 6 : Processus de planification de l'élaboration du plan de communication	52

Liste des tableaux

Tableau 1 : Répartition des entreprises culturelles dans leurs domaines d'activités au Burkina Faso	7
Tableau 2 : Répartition des personnes interrogées	32
Tableau 3 : Mission, Objectifs et résultats de l'ADICC.....	37
Tableau 4 : Vision, objectifs et résultats attendus du plan de communication.....	49
Tableau 5 : Moyens et actions.....	51
Tableau 6 : Cibles et objectifs de la communication	53
Tableau 7 : Les axes du plan de communication	53
Tableau 8 : Budget prévisionnel du plan de communication	57
Tableau 9 : Planification des activités	58
Tableau 10 : Diagnostic du plan de communication : forces, faiblesses, opportunités et menaces.....	59
Tableau 11 : Cadre logique	60

Figure 1 : Carte du Burkina Faso



Fiche signalétique :

Capitale	Ouagadougou
Superficie	274 200 km ²
Organisation administrative et territoriale	13 régions, 45 provinces, 351communes
Climat	Climat tropical à deux saisons : une saison sèche et une saison pluvieuse
Population totale en 2011	16 248 558 habitants
Taux de croissance annuel de la population	3,1%
Densité	51,4 habitants/km ²
Indice de Développement Humain (IDH) 2014	0,388 ; classé 181 ^{ème} /187 pays
Langue officielle	Français
Langues nationales	Mooré, Dioula, Fulfuldé

Introduction

Le nouveau millénaire a vu un essor rapide des industries culturelles et créatives dans le monde à la faveur des innovations technologiques, de la mondialisation et du développement des marchés culturels. Vecteurs de développement social et garantes de la diversité culturelle, elles sont désormais considérées comme un secteur clé de l'économie mondiale. Leur apport au Produit national Brut (PNB) avoisine 3 % dans certains pays en développement et 7 % dans bien de pays développés¹. Ainsi, elles ouvrent de nouvelles perspectives économiques pour de nombreux pays, notamment ceux en développement.

Le Burkina Faso est un pays enclavé situé au cœur de l'Afrique de l'Ouest, qui ne dispose pas de ressources économiques majeures. L'agriculture et l'élevage constituent ses principales richesses. Son économie se caractérise par sa forte vulnérabilité liée aux chocs exogènes. Une grande partie de sa population (43,9 %) vit en dessous du seuil de pauvreté. L'essor du secteur minier au cours des années 2000 a contribué à améliorer sensiblement le taux de croissance qui avoisinait 5,2 % dans la décennie 2000-2009². Malgré cette croissance relativement importante, de nombreux Burkinabè restent confrontés à l'insécurité alimentaire et ont du mal à accéder aux services sociaux de base³.

Dans l'optique de réduire ce taux de pauvreté, grâce à une croissance soutenue de l'ordre de 10 %, le Burkina Faso a identifié des secteurs dits « stratégiques », susceptibles d'accélérer la croissance économique⁴. Au-delà de l'agriculture, l'élevage, les mines, etc., la culture a été ciblée comme un secteur prioritaire en raison de son apport de plus en plus important au progrès économique⁵. En effet, le secteur culturel est en plein essor avec la multiplication des événements culturels d'envergure nationale et internationale et les industries culturelles en sont une composante importante. En 2009, sa contribution au Produit Intérieur Brut (PIB) était de l'ordre de 2,02 % et la proportion des actifs occupés représentait 1,78 %, soit 164 592 employés⁶. Les entreprises culturelles, principalement de petites et moyennes entreprises formelles ou informelles, représentent une partie essentielle de l'économie de la culture. Elles évoluent de façon générale dans les domaines du cinéma et de l'audiovisuel, de la musique enregistrée, du livre, des arts du spectacle, du patrimoine culturel, des arts plastiques,

¹ Jaguaribe A., Institut des études sociales et politiques de Rio de Janeiro, document de travail pour la XIème CNUCED, Sao Paolo, juin 2004, in Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (2012), *Politique commune de développement culturel au sein de l'UEMOA*, 2012, p. 23.

² Ministère de l'Économie et des Finances (Burkina Faso), *Stratégie de Croissance Accélérée et de Développement Durable (SCADD)*, 2011-2015, idem, pp 6-10.

³ Ministère de la Culture du Tourisme et de la Communication (Burkina Faso), *Politique Nationale de la Culture (PNC)*, Ouagadougou, Octobre 2009, p 10.

⁴ Stratégie de Croissance Accélérée et de Développement Durable (SCADD)

⁵ Ministère de l'Économie et des Finances (Burkina Faso), *Stratégie de Croissance Accélérée et de Développement Durable (SCADD)*, 2011-2015, idem, p 45.

⁶ Ministère de la Culture et du Tourisme (Burkina Faso), *Etude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique du Burkina Faso*, Ouagadougou, mai 2012, p. 7.

appliqués et de l'artisanat d'art. Au-delà des enjeux socio-économiques, la vitalité du secteur culturel au niveau national et international traduit l'engagement politique de l'État. Le Burkina Faso doit sa réputation et son rayonnement international à la culture grâce à de grandes vitrines telles que le Festival Panafricain du Cinéma et de la Télévision de Ouagadougou (FESPACO), le Salon International de l'Artisanat de Ouagadougou (SIAO), la Semaine Nationale de la Culture (SNC), la Foire Internationale du Livre de Ouagadougou (FILO), le Salon Internationale du Tourisme et de l'Hôtellerie (SITHO), les Nuits Atypiques de Koudougou (NAK), etc. La dynamique interne créée par ces vitrines constitue un levier sur lequel le pays peut compter pour maintenir son leadership régional « de pays de culture » et du même coup impulser le développement d'industries culturelles naissantes, facteurs de développement économique et social, de promotion de la paix, de cohésion sociale et de diversité culturelle.

Considérées comme un facteur de développement, les industries culturelles pourraient contribuer fortement à la transformation économique et sociale du pays si elles disposaient de ressources humaines, matérielles et financières nécessaires et d'un environnement juridique, technique et institutionnel adéquats. Outre l'amélioration de l'environnement juridique et institutionnel, la consolidation des entreprises culturelles requiert la mobilisation d'énormes ressources financières qui demeurent la préoccupation centrale de l'ensemble des acteurs culturels, publics et privés.

Par le passé, le Burkina Faso a connu de nombreuses expériences de financement de la culture grâce au soutien des partenaires techniques et financiers. De 2005 à 2011 par exemple, le financement public international était estimé à près de 6 milliards de francs CFA, soit 9 147 038 d'euros⁷. Mais, les résultats obtenus sont encore en deçà des attentes comme le témoigne le faible niveau de développement des entreprises culturelles caractérisées par une faible structuration et par une faible capacité professionnelle des entrepreneurs. Pourtant, l'accès de ces entreprises au financement sera encore plus délicat dans les années à venir. Confrontées fort longtemps à la faiblesse des ressources de l'État, elles devront faire face à la diminution des ressources publiques issues de la coopération culturelle suite à la conjoncture économique de ces dernières décennies. L'accès aux financements privés est aussi quasiment impossible en raison des préjugés des établissements financiers sur les risques jugés trop élevés dans ce secteur. Cet état de fait a conduit les pouvoirs publics à repenser la politique de financement de la culture. Cela justifie l'idée de la création d'une Agence nationale de Développement des Industries Culturelles et Créatives (ADICC) courant 2015-2016. Cette agence aura pour objectif d'apporter un soutien financier aux entreprises culturelles afin de développer la dimension économique de la culture et accroître ainsi sa contribution au produit intérieur brut (PIB) et à la création d'emplois. Le budget prévisionnel quinquennal de cette agence s'élève à près de 19 milliards de francs CFA (soit plus de 29 millions d'euros) à mobiliser auprès de l'État et des partenaires techniques et

⁷ Ministère de la Culture et du Tourisme (Burkina Faso), *Document de présentation de l'agence de développement des industries culturelles et créatives (ADICC)*, Novembre 2013, Ouagadougou, p. 16.

financiers⁸. En attendant la signature officielle du décret portant création de l'ADICC, elle est à considérer comme un établissement public de l'État, de la catégorie des fonds nationaux de financement, conformément à la loi statuant sur les règles de création des catégories d'établissements publics⁹.

Faut-il alors considérer cet outil de financement comme la panacée pour le secteur culturel burkinabè? Comment pourrait-on appréhender son mode opératoire dans le paysage culturel? Dans un cadre structurel et professionnel des acteurs et des filières culturels, peu favorable, comment l'agence pourrait-elle optimiser son soutien financier aux entreprises culturelles? Partant de ces questions, de nombreuses réflexions et concertations se sont penchées sur les facteurs d'optimisation de ce projet, notamment son management, ses outils de gestion, son suivi-évaluation et ses textes d'application.

La présente étude est une contribution auxdites réflexions. Loin de se prêter à une analyse budgétaire, elle pose le problème du financement des entreprises culturelles au Burkina Faso et débouche sur l'examen du volet de la communication qui a été très faiblement étudié dans le cadre du projet « ADICC ». Pourtant, la communication est l'un des fondements de la réussite de tout projet de développement.

Pour mieux comprendre cette problématique de financement des entreprises culturelles au Burkina Faso, le présent travail se subdivise en quatre chapitres. Le premier chapitre est consacré au cadre théorique et conceptuel. Le second chapitre aborde la question du financement public de la culture au Burkina Faso. Le troisième chapitre présente la méthodologie et les résultats de la recherche. Quant au quatrième chapitre, il consiste en l'élaboration d'un plan de communication pour l'ADICC.

⁸ Ministère de la culture et du tourisme, *Document de présentation de l'agence de développement des industries culturelles et créatives (ADICC)*, Novembre 2013, idem, p. 16.

⁹ Ministère de la Culture et du Tourisme, *Statuts particuliers de l'Agence de développement des industries culturelles et créatives (ADICC)*, Ouagadougou, 2014, p. 2.

Chapitre I. Cadre théorique et conceptuel

Le présent chapitre analyse les différentes approches théoriques des industries culturelles, du financement public de la culture et procède à une clarification conceptuelle des notions clés (industrie culturelle/créative, entreprise culturelle, financement public des entreprises culturelles, structuration des entreprises culturelles).

I. 1. Définition des concepts

I.1.1. La notion d'industrie culturelle/créative

Le concept d'« industrie culturelle » ne peut être défini qu'en fonction de son origine historique. En effet, forgée par Adorno T. et Horkheimer M. de l'École de Francfort, en 1947, la notion d'industrie culturelle renvoie à une critique de la marchandisation culturelle, de la standardisation et de la diffusion de masse des produits culturels par suite de l'émergence de la radio, de la télévision et du cinéma. Pour ces auteurs, cette forme de production de masse de la culture conduit sans doute à la mort de l'œuvre d'art. La culture, fabriquée de plus en plus selon un processus industriel, a perdu l'essence culturelle qui lui était attachée pour être transformée en une simple activité marchande¹⁰. Pour Walter B., la reproduction industrielle de l'œuvre d'art marque la destruction de son « aura », la « dévaluation de son authenticité »¹¹.

Dans la décennie 1970-1980, ce processus de marchandisation et d'industrialisation de la culture évolue très rapidement malgré la critique de l'École de Francfort. Les innovations technologiques contribuent fortement à l'évolution rapide des modalités de production et de diffusion des produits culturels ainsi qu'à la diversification des pratiques culturelles. Les marchés culturels s'élargissent et favorisent alors le développement des industries culturelles. La notion d'« industries culturelles » au pluriel prend alors place et renvoie à la pluralité des secteurs économiques de la culture (musique, cinéma, édition) caractérisés par la reproductibilité en masse de l'œuvre originale à partir de moyens technologiques et par la marchandisation. Les définitions vont évoluer concomitamment aux mutations des industries culturelles. On entend aujourd'hui par « industries culturelles » « *les activités de production et d'échanges culturels soumises aux règles de la marchandisation, où les techniques de*

¹⁰ Mayer-Robitaille L., *Le statut juridique des biens et services culturels dans les accords internationaux*, Paris, L'Harmattan, 2008, p. 280.

¹¹ Walter B., *L'Œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique* (1936), in Benhamou F., *Economie de la culture*, Paris, Edition la Découverte, 2004, 123 p.

production industrielle sont plus ou moins développées, mais où le travail s'organise de plus en plus sur la double séparation entre le producteur et son produit, entre les tâches de création et d'exécution »¹².

Dans les années 1990, le concept d' « industrie créative » émerge avec le poids économique de plus en plus grandissant des secteurs dits « créatifs ». Le Mot « créatif » brouille alors les frontières entre les notions d'« industries culturelles » et d'« industries créatives ». La créativité individuelle, l'habileté et le talent sont les traits caractéristiques des industries créatives. Les industries créatives mobilisent donc la ressource « culture » ou mieux le talent artistique pour améliorer l'attractivité des biens. Ce qui fait que la tâche devient plus difficile pour désigner avec exactitude les industries créatives, car de façon générale, elles débordent largement les secteurs culturels et artistiques. Cette nouvelle expression se veut alors plus globalisante. Outre les industries culturelles classiquement connues que sont l'édition, la musique enregistrée, le cinéma et l'audiovisuel, il faudra y compter d'autres secteurs, moins reconnus comme culturels, mais où l'on estime que la créativité est une composante essentielle tels que la publicité, l'architecture, l'artisanat, le design, la mode, les jeux vidéo, le logiciel (software), etc.¹³.

Face à ce renouvellement constant du secteur culturel, chaque pays ou région essaie de circonscrire le champ d'application des industries culturelles et créatives en fonction de leurs enjeux sociaux, économiques et politiques. Au Burkina Faso, les domaines applicables aux industries culturelles et créatives sont entre autres, la musique enregistrée, le cinéma et l'audiovisuel, le livre et l'édition, les arts de la scène (théâtre et arts apparentés, danse et concert), l'artisanat d'art, les arts plastiques et appliqués (arts visuels, mode, design, art culinaire, art décoratif), le patrimoine culturel matériel et immatériel et le multimédia à contenu culturel¹⁴.

La figure ci-dessous schématise l'évolution du secteur culturel et montre que, le rapport entre les industries culturelles et les industries créatives doit être vu comme un continuum et non d'une manière séparée.

Figure 2 : Évolution générale de l'économie créative



Source : Christian Poirier (dir.) et Myrtille Roy-Valex, *L'économie créative : Bilan scientifique et analyse des indicateurs de la créativité*, Institut national de la recherche scientifique, Centre Urbanisation Culture Société, 2010, p. 6.

¹² Tremblay G., « Industries culturelles, économie créative et société de l'information », in *Global Media Journal-Edition Canadienne*, Volume 1, Numéro 1, 2008, p. 70.

¹³ Tremblay G. (2008), idem, p. 75.

¹⁴ Ministère de la culture et du tourisme, *Document de présentation de l'agence de développement des industries culturelles et créatives (ADICC)*, Novembre 2013, Ouagadougou, p. 25.

I. 1. 2. La notion d'entreprise culturelle

Pour parvenir à une meilleure clarification du concept d' « entreprise culturelle », il convient de définir d'abord la notion d'entreprise. L'entreprise est définie en économie comme étant une unité de production de biens et services destinés au marché. L'entreprise culturelle pourrait alors se définir comme étant une unité de production de biens et services ayant un contenu culturel destiné à un public (consommateurs)¹⁵. Ces biens et services culturels sont porteurs de valeurs, de symboles, et d'identités et peuvent s'échanger dans la sphère marchande ou non marchande. Cette dualité constitue une caractéristique fondamentale de l'entreprise culturelle. La notion d'entreprise culturelle, devenue plus courante et plus légitime dans le milieu culturel, introduit aujourd'hui l'esprit d'entrepreneuriat. L'entrepreneur culturel se distingue de l'amateur ; car, averti, il est guidé par une logique d'affaires en milieu culturel. Misant sur l'innovation et la création artistique, il doit aussi maîtriser avec son équipe les outils de gestion et de marketing de son entreprise¹⁶.

Une entreprise culturelle peut être active sur un ou plusieurs des maillons de la chaîne de valeur, à savoir la création, la production, la distribution/diffusion ou la conservation. Au Burkina Faso, on distingue deux types d'entreprises culturelles: les entreprises culturelles privées et les entreprises culturelles publiques. Elles revêtent plusieurs formes juridiques. On y trouve des entreprises individuelles, des sociétés à responsabilité limitée (Sarl), des Groupements d'intérêts économiques (GIE), des associations, etc.

¹⁵ Mollard C., L'ingénierie culturelle, Paris, 1994, Presse Universitaire de France 1^{ère} édition, p. 84.

¹⁶ Mollard C., 1994, Op. Cit. p. 84.

Tableau 1 : Répartition des entreprises culturelles dans leurs domaines d'activités au Burkina Faso

- Domaine d'activités	- Secteurs d'activités
- Livre	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Maisons d'édition de livres et de manuels scolaires, ✓ Maisons de distribution, librairies et papeteries, ✓ Bibliothèques, ✓ Groupes de presse, éditeurs de journaux et magazines
- Cinéma et audiovisuel	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Maisons de production et de distribution ✓ Salles de cinéma ✓ Chaînes de télévisions et radio
- Musique enregistrée	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Maisons de production et studios d'enregistrement ✓ Maisons de distribution
- Arts de la scène	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Centres culturels ✓ Théâtres et jardins ✓ Salles de spectacles (danse, théâtre, etc.)
- Patrimoine culturel, arts plastiques et appliqués et artisanat d'art	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Musées, galeries d'art et villages artisanaux ✓ Vitrines d'expositions ✓ Entreprises de peinture, de design, de publicité, d'architecture
- Multimédias à contenu culturel	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Salles de jeux vidéo ✓ Centres multimédias

Source : Auteur

I. 1.3. Le financement public des entreprises culturelles

Au Burkina Faso, le secteur culturel bénéficie de (02) deux sources de financement : le financement extérieur et le financement intérieur.

Le financement extérieur s'obtient principalement dans le cadre de la coopération bilatérale et multilatérale. Ce financement est appelé financement public international.

Quant au financement intérieur, il est constitué d'une part du financement public et d'autre part, du financement privé. Le financement privé est caractérisé par l'intervention des banques et

établissements financiers, des associations, du sponsoring, du mécénat, du parrainage et de l'autofinancement¹⁷.

Dans le cadre de notre étude, nous nous intéressons plus particulièrement au financement public des entreprises culturelles. Ce financement public renvoie au financement assuré par des ressources d'origine publique, qu'elles proviennent de l'État, des collectivités territoriales ou de fonds internationaux, éventuellement par le biais d'organismes et d'établissements publics ou de sociétés d'économie mixte. Dans ce cas, le financement public des entreprises culturelles renvoie à tout montant financier qu'un département ministériel, qu'un établissement public à caractère administratif, qu'un organisme international ou qu'une collectivité territoriale octroie (sous la forme de subvention, de prêt, etc.) à un porteur de projet culturel sur la base d'un ensemble de dispositions, d'un arrêté ministériel ou d'un décret qui en détermine les conditions.

I. 1. 4. La structuration des entreprises culturelles

L'entreprise est un système organisé et structuré, et la structure constitue un élément essentiel pour en assurer le fonctionnement optimal. La structure d'une entreprise peut être définie comme l'ensemble des dispositifs par lesquels elle répartit, organise, coordonne et contrôle ses activités. L'ensemble de la structure d'une entreprise est représenté par un organigramme qui montre la répartition des domaines d'activités. Cependant, dans le secteur de la culture, la structuration des entreprises culturelles requiert une autre analyse, assez particulière, liée à la nature du produit culturel, à sa création, à sa diffusion en passant par sa production.

En effet, d'un point de vue fonctionnel, la structuration d'une entreprise culturelle se situe au sein d'une chaîne de valeur constituée d'un ensemble de maillons. Cette chaîne de valeur détermine le cycle de vie allant de la conception à la commercialisation d'un contenu culturel. Ainsi, la production et la diffusion de biens culturels impliquent une succession d'activités qui permettent de faire circuler l'œuvre depuis son créateur jusqu'à sa réception par le public. Ces activités relèvent de quatre fonctions économiques successives. Le produit culturel est alors à la base de la structuration des entreprises culturelles. Cette structuration est constituée d'un ensemble d'activités interdépendantes : création-production-distribution-diffusion-commercialisation.

La création : phase de conception de l'œuvre originale, elle est l'apanage des artistes et créateurs.

La production : elle est la phase du choix de l'œuvre à fabriquer et du risque financier que ce choix implique et c'est aussi celle de la fabrication matérielle du produit. À ce stade, ce sont les entreprises et

¹⁷ Ministère de la Culture et du Tourisme (MCT), *Rapport de l'étude de faisabilité d'un mécanisme de financement et d'appui technique des entreprises culturelles au Burkina Faso*, novembre 2012, Ouagadougou, pp 21-33.

des entrepreneurs de l'édition (par exemple) qui sont les principaux acteurs et qui rémunèrent les auteurs/ créateurs ainsi que le personnel technique.

La distribution et la diffusion : elles constituent l'étape de la dissémination du produit culturel. Grâce à la promotion à travers les médias (presse, radio et télévision) et à la publicité, on suscite des commandes.

La commercialisation est la dernière phase, celle où l'on propose le produit au consommateur dans une relation de proximité. Si la phase de distribution-diffusion est celle du commerce de gros, la commercialisation est la phase du commerce de détail de produits culturels. À ce stade, ce sont les libraires, les disquaires, les exploitants de salles de cinéma qui sont les principaux acteurs. Cet ensemble d'activités forme une filière d'activités culturelles effectuées alors par des entreprises culturelles. C'est ainsi que l'on distingue la filière image de celle du livre ou de la musique. Chaque filière obéit à une logique de structuration différente qui s'articule selon une chaîne de valeur. La formation occupe de plus en plus une place prépondérante dans chacune d'elles, car, elle est au cœur du savoir et du savoir-faire des acteurs culturels¹⁸.

¹⁸ D'Almeida F., « *Filières des industries culturelles et créatives: structures, acteurs, marchés et enjeux pour la diversité culturelle et le développement* », Notes de cours, du 21 au 27 janvier décembre 2014, p. 4.

Figure 3 : Exemple de structuration de la chaîne de valeur de la filière de l'image au Burkina Faso

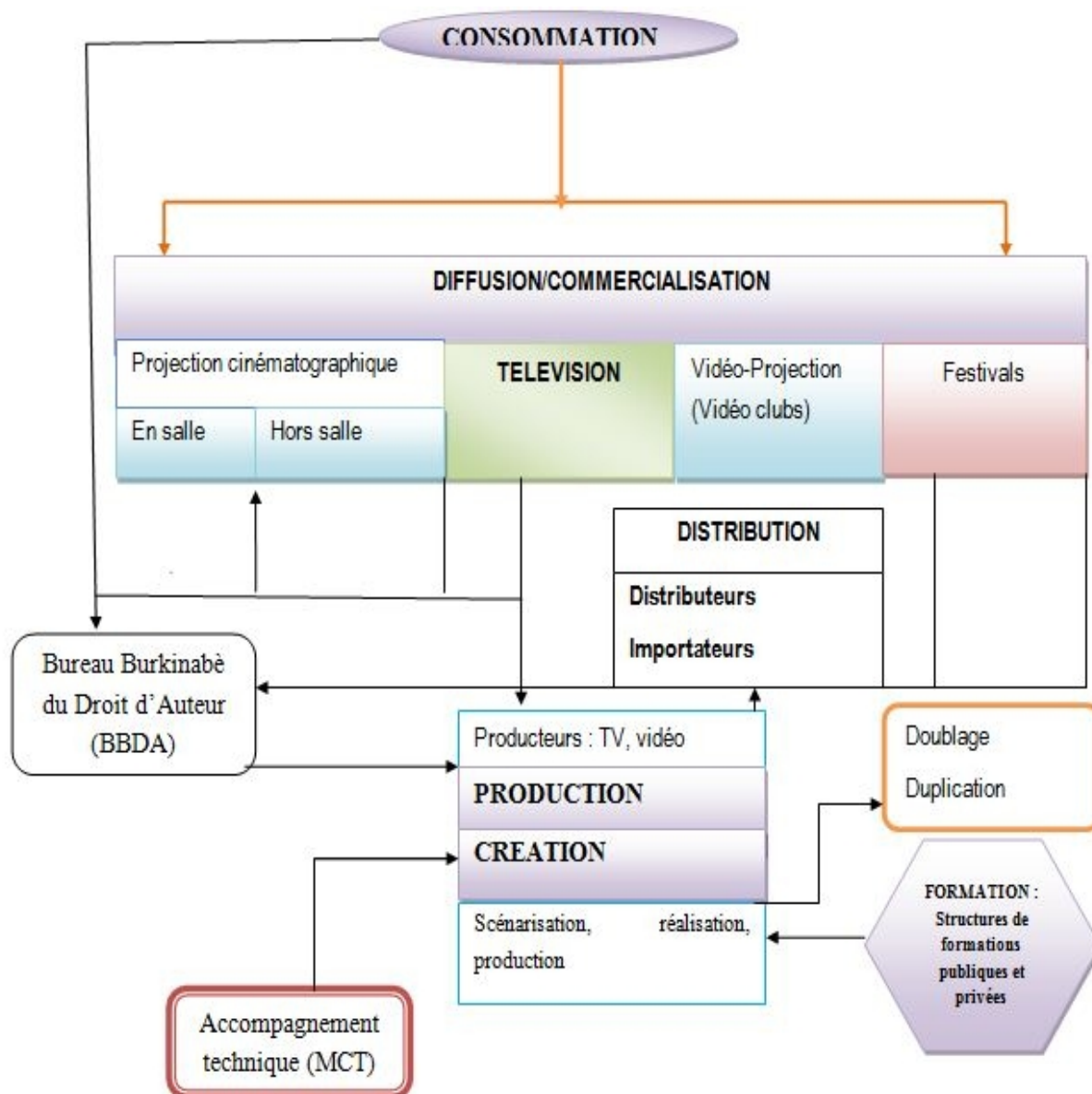


Figure 3 : Source : Ministère de la Culture et du Tourisme, *Séminaire sur les politiques publiques d'encadrement, de développement et de financement de la filière image au Burkina Faso* du 13 au 17 octobre 2014 à Ouagadougou, organisé par ARPIC.

Ce schéma met en relation les fonctions économiques et les acteurs de la chaîne de valeur de la filière de l'image. Il existe plusieurs acteurs qui y interviennent :

Acteurs institutionnels : Ministère de la Culture et du Tourisme (MCT), Bureau Burkinabè du Droit d'Auteur (BBDA), structures de formations, etc.

Acteurs privés : salles de cinémas, vidéo clubs, distributeurs, producteurs, producteurs TV et vidéo, réalisateurs, etc.

Du point de vue organisationnel également, la structuration des filières culturelles renvoie à la structuration des acteurs dans des corps de métiers ou en organisations professionnelles. Ces organisations professionnelles jouent un rôle fondamental dans le développement du secteur culturel. Au Burkina Faso par exemple, elles sont parties prenantes dans la sphère de décision politique. Chaque filière est représentée par une ou des structures faitières. Nous avons la Fédération Nationale des Cinéastes du Burkina Faso (FNCF) dans le domaine du cinéma, le Groupe des Réseaux des Associations des Acteurs du Livre (GRAAL), dans la filière livre, de la Fédération Nationale des Professionnels de la Scène (FNPS), dans le domaine des arts de la scène, etc.

Le statut juridique d'une entreprise culturelle pourrait répondre au souci de la structuration en entreprise formelle ou non. De ce point de vue, les entreprises culturelles relèvent en grande partie, dans les pays en développement, de l'économie informelle en raison du fait qu'elles ne sont pas légalement enregistrées. Elles ne suivent pas donc les procédures légales préalables¹⁹. De façon officielle, elles sont inexistantes auprès des services de l'État ; ce qui renvoie à l'absence de soumission au cadre législatif et réglementaire applicable. Elles sont pour la plupart caractérisées par un travail hautement coopératif, impliquant des réseaux de sociabilité et marquées par des unités de production de petite taille, souvent à caractère familial voire individuel avec le plus souvent une inobservation des procédures minimales comptables et financières²⁰.

I.2. Revue de littérature

I.2.1. La culture en mutation : évolution des approches théoriques des industries culturelles

La culture est devenue véritablement un objet d'interrogation scientifique à partir du XX^e siècle avec l'apparition du concept d'*industrie culturelle*, qui marque le passage d'une production artisanale de la culture vers une production industrielle. Ce passage sera alors le point de départ et le fondement des débats théoriques de l'époque caractérisés par deux courants de pensée opposés : l'approche philosophico-éthique et l'approche sociologique. La première conçoit l'industrie culturelle comme la transformation de la culture en marchandise. La seconde, au contraire, envisage les industries culturelles comme des éléments importants qui transmettent des valeurs culturelles²¹. La critique de l'industrie culturelle va également inspirer, par la suite, un courant de recherche portant sur l'économie

¹⁹ Mbargane G. Y., *Etude sur les entreprises culturelles dans les villes de Dakar, Thiès et Louga*, Rapport final sur la Promotion des entreprises culturelles et créatives au Sénégal (PECCS), Sénégal, 2011/2012, p. 4.

²⁰ Lautier B., *L'économie informelle dans le Tiers monde*, Edition la découverte, Paris, 1994, p.33

²¹ Mayer-Robitaille L., *Le statut juridique des biens et services culturels dans les accords internationaux*, L'Harmattan, Paris, 2008, p. 280.

de la culture et de la communication, qui se situe à l'interface d'une approche sociologique et d'une approche économique²².

➤ **L'approche philosophico-éthique ou la thèse de l'École de Francfort**

La notion d'industrielle culturelle (au singulier) a été forgée pour la première fois en 1947 par Adorno T. W. et Horkheimer M. de l'école de Francfort. Cela, en réponse aux menaces appréhendées de l'application des techniques de reproduction industrielle à la création et à la diffusion massive des œuvres culturelles²³ avec l'émergence de la radio, du cinéma et de la télévision. En effet, selon ces auteurs, l'application des méthodes industrielles au champ de la culture aboutirait à la mort de l'art²⁴.

Malgré la critique de l'École de Francfort, au fil du temps, les outils techniques se développent du fait de la concentration et de l'internationalisation accélérée des structures de production, de l'implication croissante du capitalisme financier, de la division du travail artistique et intellectuel, du poids grandissant des logiques marchandes sur la création et de la standardisation des contenus culturels²⁵. Dans la décennie 1970-1980, ce processus de marchandisation et d'industrialisation de la culture est fort remarquable. Les marchés culturels s'élargissent et favorisent ainsi le développement des industries culturelles. Le concept d' « industries culturelles » est employé au pluriel pour désigner par là, une pluralité de secteurs économiques plutôt qu'un processus unique. Il se généralise au cours des années 1970-1980, donnant ainsi lieu à une nouvelle interprétation théorique : l'approche sociologique.

➤ **L'approche sociologique**

Contrairement aux auteurs allemands de l'École de Francfort, certains auteurs tels que Girard A. et Lacroix J-G. considèrent que l'industrialisation de la production culturelle a permis plutôt un accès plus large à la culture, donc à la démocratisation culturelle²⁶. Girard A.²⁷ soutient que la mort de l'art n'a pas eu lieu avec l'industrialisation de la culture, bien au contraire, celle-ci a plutôt contribué fortement à la production littéraire, par exemple. Pour Tremblay G., malgré le développement fulgurant des industries culturelles au XIXe siècle, il était difficile de soutenir qu'il s'est accompagné d'une extinction de la création artistique. « *Tout au contraire, car, si la production culturelle en série s'est considérablement développée, la recherche créative en a fait tout autant. Non seulement, l'art n'a pas disparu depuis l'avènement de l'industrialisation, mais il a connu une effervescence nouvelle, à tel point qu'on peut se demander s'il n'a pas stimulé la créativité. Et encore, de nouveaux médias se seront développés, au*

²² Miège B., « Les industries culturelles et médiatiques : une approche socio-économique », *MATRIZes*, Numéro 1, Octobre 2007, pp. 41-56.

²³ Tremblay G., « Industries culturelles, économie créative et société de l'information », *Global Media Journal-Édition canadienne*, Université du Québec à Montréal, Canada, Volume 1, Numéro 1, 2008, pp. 65-88.

²⁴ Tremblay G., *idem*, p. 68

²⁵ Mayer-Robitaille L., *idem*, p. 281,

²⁶ Mayer-Robitaille L., *Op.cit. Le statut juridique des biens et services culturels dans les accords internationaux*, Paris, L'Harmattan, 2008, p. 280.

²⁷ Girard A., cité par Mayer-Robitaille L, in *Le statut juridique des biens et services culturels dans les accords internationaux*, Paris, L'Harmattan, 2008, p. 281.

premier rang desquels la télévision, et la marchandisation de la culture s'est fortement accentuée. Du coup, une nouvelle problématique émerge, celle de la production de l'œuvre »²⁸.

De l'examen de ces deux approches théoriques, il ressort que la thèse de l'École de Francfort a relevé que l'impact de l'industrialisation de la production conduit à une marchandisation de la culture et lui fait perdre toute son essence. Cette interprétation a été contestée par d'autres auteurs qui estiment plutôt que l'émergence des industries culturelles a permis une plus large diffusion des valeurs culturelles.

Au regard de ces deux approches divergentes sur le concept d'industries culturelles, on peut retenir que les industries culturelles se situent à la frontière de la culture et de l'économie²⁹.

➤ **La théorie de l'économie de la culture et de la communication**

Loin d'être une théorie unifiée, elle pourrait tout de même être considérée comme le point de convergence de nombreux auteurs contemporains. Leur approche va au-delà de l'approche néo-libérale de la culture qui a tendance à assimiler les biens et services culturels aux biens économiques standards. Leurs analyses tiennent compte à la fois de la double nature (économique et symbolique) des biens et services culturels, de leurs systèmes de production, de consommation et surtout de leurs logiques de mise en marché, du constant renouvellement de l'offre, du caractère aléatoire et imprévisible de la demande³⁰. Ces auteurs analysent les conditions d'organisation des différentes filières culturelles (livre, disque, cinéma, radio, télévision, etc.) ainsi que les rapports qu'entretiennent les différents acteurs qui y interviennent (créateurs, éditeurs, producteurs, distributeurs, consommateurs, programmeurs, etc.)³¹. C'est dans cet ordre d'idée que Miège B.³² va s'intéresser à la formation des grands groupes transnationaux et aux rapports de domination qui en résultent. Parmi ces grands groupes industriels de la culture, on peut citer Time Warner aux États-Unis (cinéma, télévision, presse, réseau et logiciels), Vivendi en France (télécommunications télévision, édition musicale), Sony Corporation au Japon (Électronique, cinéma, télévision jeux vidéo, musique), etc.

Le développement des technologies de l'information et de la communication renforce le mouvement d'industrialisation et de marchandisation de la culture mais aussi de l'information, donnant lieu à deux modèles économiques de structuration des entreprises culturelles : le modèle éditorial et le modèle de flot. Dans le modèle éditorial, l'œuvre reproductible est individualisée, son contenu est discontinu et n'est pas pris en compte dans un flux de programmation. C'est le cas par exemple de l'industrie du disque, du cinéma et du livre. Quant au modèle de flot, le contenu est continu, éphémère, car les programmes sont renouvelés chaque jour, diffusés et non pas individualisés. Il s'agit d'un prototype non

²⁸ Tremblay G., *ibidem*, p. 68.

²⁹ Mayer-Robitaille L., *op.cit.* p. 281.

³⁰ Menard M., *Éléments pour une économie culturelle*, SODEC, Québec, Juillet 2004, p.167.

³¹ Fichez E., « Logiques socio-économiques, mise en marché des biens culturels, d'information et de formation », Geriico, Université Lille 3, France, *EduTice-00264781*, version 1, Mars 2008, p. 1.

³² Miège B., « Les industriels de la culture et de l'information à l'ère des nouveaux médias et des réseaux de diffusion », In *Sociologie de la communication*, 1997, volume 1 n°1. pp. 73-96.

appropriable par le téléspectateur. C'est le cas par exemple d'une chaîne de télévision qui émet des émissions articulées les unes aux autres sur la base de programmes³³.

Aussi, en même temps que la création artistique et culturelle se diversifie et occupe une place prépondérante dans l'économie, de nouveaux concepts émergent : industries créatives, économie créative, industries de l'information, industries de la connaissance ou de la créativité, etc.

Tout au long de cette partie, nous développons les énoncés théoriques des industries culturelles. Ces éléments théoriques, sans être exhaustifs, permettent de comprendre le contexte historique d'évolution des industries culturelles et de leurs fonctions. Aujourd'hui, la mondialisation et la libéralisation économique ont facilité un élargissement sans précédent des marchés culturels ; ce qui a favorisé le développement des industries culturelles et créatives aussi bien dans les pays développés que dans les pays sous-développés.

I. 2. 2. L'émergence des industries culturelles et créatives dans les pays en développement

C'est à la faveur de la mondialisation, de la libéralisation économique, de l'avènement du numérique et des technologies de l'information et de la communication (TIC) que les industries culturelles et créatives se développent dans les pays du Sud. Aussi, les dernières grandes concertations internationales, sous l'égide de l'Organisation des Nations Unies pour la Science et la Culture (UNESCO), ont débouché sur le consensus faisant de la préservation et de la promotion de la diversité culturelle l'un des grands objectifs de la communauté internationale³⁴. Ainsi, les industries culturelles et créatives, au-delà du rôle qu'elles pourraient jouer dans la croissance économique des pays et particulièrement dans les pays en développement, sont garantes de la promotion et de la préservation de la diversité culturelle de plus en plus menacée avec la mondialisation en cours. C'est pourquoi l'UNESCO encourage et accompagne ces pays dans l'élaboration des politiques en faveur des industries culturelles et créatives.

De nombreux pays d'Afrique tels que le Sénégal, la Côte d'Ivoire, le Burkina Faso, etc. disposent d'un potentiel de création et de production des biens et services culturels³⁵. Cette production culturelle a un impact sur les économies de ces pays et joue un rôle important dans la création d'emplois et la réduction de la pauvreté. Au Burkina Faso, par exemple, l'apport de la culture au PIB, en 2009, était de l'ordre de 2,02 %.

³³ Fichez E., 2008, idem, p. 3.

³⁴ Projet d'instrument juridique international sur la diversité culturelle, disponible sur http://ocpa.irmo.hr/resources/docs/argumentaire_diversite-fr.pdf, consulté le 15 novembre 2014.

³⁵ Organisation Internationale de la Francophonie, Profil culturel des pays membres de la Francophonie, un aperçu de trois pays membres de l'UEMOA : Le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, le Sénégal, 68 p., disponible en ligne, http://www.francophonie.org/IMG/pdf/Profil_OIF_UEMOA_vlegere.pdf, consulté le 15 décembre 2014.

Ainsi, avec l'essor grandissant des industries culturelles, les données statistiques de la Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (CNUCED), de l'Organisation des Nations Unies pour la Science et la Culture (UNESCO) et du Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD), révèlent que le commerce des produits culturels à travers le monde connaît une croissance régulière ces deux dernières décennies et contribue au Produit National Brut (PNB) de certains pays à hauteur de 1 à 6 %. Les emplois créés sont parfois à une hauteur équivalente à celle de l'agriculture. Malheureusement, cette croissance se répartit très inégalement entre les pays et ses retombées pour les économies en développement sont limitées³⁶. En effet, malgré un potentiel significatif de création et de production, la situation des entreprises culturelles en Afrique, plus précisément, présente les caractéristiques d'un marché dominé et peu structuré. Elles méritent alors d'être soutenues au regard du rôle qu'elles jouent dans la réduction de la pauvreté dans les pays. Au Burkina Faso, la synergie d'action entre l'État et ses partenaires a favorisé l'émergence d'industries culturelles et créatives non négligeables.

I. 2. 3. Le potentiel des industries culturelles et créatives au Burkina Faso

Au Burkina Faso, l'essor des industries culturelles reposerait sur huit (8) filières clés : la musique enregistrée (1), le cinéma et l'audiovisuel (2), le livre et l'édition (3), les arts de la scène (4) constitués du théâtre et arts apparentés, de la danse, etc., l'artisanat d'art (5), les arts plastiques (6) et appliqués composés des arts visuels, de la mode, du design, de l'art culinaire, de l'art décoratif, le patrimoine culturel matériel et immatériel (7) et le multimédia à contenu culturel (8)³⁷. Les données statistiques sur ces filières ont été présentées en détails dans le *Répertoire des entreprises culturelles au Burkina Faso* du Ministère de la Culture et du Tourisme, édition 2011³⁸.

Le dynamisme de la musique enregistrée (disque) est caractérisé par une quarantaine de maisons de production et d'enregistrement et une dizaine de maisons de distribution.

La filière du livre et de la presse écrite (livre, édition, journaux, magazines, et presse en ligne) est marquée par une quinzaine de maisons d'édition, une dizaine de maisons de distribution et une quinzaine de maisons de presse écrite.

Le fonctionnement de la filière du cinéma et de l'audiovisuel (cinéma, vidéo, radiodiffusion et télédiffusion) est assez dynamique, grâce à une cinquantaine de maisons de production, plus d'une dizaine de salles de cinéma, d'une vingtaine de chaînes de télévision et moins d'une dizaine de maisons de distribution.

³⁶ Organisation Internationale de la Francophonie, 2004, p. 15.

³⁷ Ministère de la culture et du tourisme, *Document de présentation de l'agence de développement des industries culturelles et créatives (ADICC)*, Novembre 2013, Ouagadougou, p. 25.

³⁸ Ministère de la Culture et du Tourisme, *Répertoire des entreprises culturelles du Burkina Faso*, édition 2011, pp. 20-71.

Les arts de la scène (théâtre et arts apparentés, danse, spectacle de musique, festivals culturels), faiblement structurés en raison de l'amateurisme des acteurs, sont tout de même représentés par plus d'une centaine de compagnies de théâtre, plus d'une centaine de festivals culturels et un nombre important de groupes de danse, de musiciens, de vedettes et d'orchestres.

Les arts plastiques et appliqués et l'artisanat d'art (photographie, peinture, sculpture, dessin, artisanat d'art, art vestimentaire et art décoratif) sont l'œuvre de plus d'un million d'artisans, à majorité constituée de femmes³⁹.

Le patrimoine culturel (matériel et immatériel), riche en raison d'une forte diversité culturelle (plus d'une soixantaine d'ethnies), est la source majeure de la création artistique et culturelle. On compte aussi plus d'une quinzaine de musées.

Les technologies à contenus culturels ou créatifs (jeux vidéo, numérique, etc.) sont en plein essor avec l'avènement des technologies de l'information et de la communication.

Le tourisme culturel se développe également de plus en plus grâce à la vitalité des manifestations et festivals culturels⁴⁰ d'envergure nationale et internationale. Malgré ce potentiel quantitatif, chacune des filières reste confrontée à d'énormes difficultés.

La musique enregistrée est en difficulté par le fait de la piraterie qui s'est accentuée avec la révolution du numérique, de l'internet et l'inadaptation rapide des moyens de production devant l'avènement des technologies de l'information et de la communication. Malgré une production musicale significative, la distribution demeure toujours le maillon le plus faible de la chaîne et les entreprises sont caractérisées par leurs petites tailles (moins de 05 employés en général peu qualifiés) avec une faible surface financière.

Le cinéma par contre est confronté au problème de diffusion en raison d'une insuffisance de salles de cinéma. Les coûts de production des films et documentaires demeurent élevés, ce qui aggrave les difficultés financières des structures de production cinématographique. Cette filière est également mise en mal par le faible niveau de qualification des ressources humaines dans les différents métiers (réalisateurs, scénaristes, etc.). Les productions cinématographiques deviennent de moins en moins compétitives et fortement dominées par des séries télévisées ou des vidéos.

Le livre également souffre de la piraterie. De même, le réseau de distribution est dominé par de petites librairies et des librairies informelles dites « par terre ».

Les arts de la scène sont confrontés à un faible niveau de structuration et de professionnalisation des acteurs et des sous-filières et métiers. Les entreprises évoluent en grande partie sous le mode

³⁹ Ministère de l'Économie et des Finances (Burkina Faso), *Stratégie de Croissance Accélérée et de Développement Durable* (SCADD), 2011-2015, 2010, p. 45.

⁴⁰ Exemples : Festival Panafricain du Cinéma et de la Télévision de Ouagadougou (FESPACO), Festival International des Masques (FESTIMA), Nuits Atypiques de Koudougou (NAK), Salon International de l'Artisanat de Ouagadougou (SIAO), etc.

associatif et sont dépendantes des subventions qui s'amenuisent de plus en plus compte tenu des restrictions budgétaires. L'insuffisance et à la vétusté des infrastructures et équipements de création et de production constituent des difficultés majeures. La production existante est aussi confrontée à l'insuffisance et à l'inadaptation des structures de diffusion, notamment dans les villes moyennes telles que Koudougou, Ouahigouya, Fada N'Gourma, Banfora, etc. Les métiers techniques (régisseurs son et lumière par exemple) sont gérés par une poignée de techniciens. L'importation des supports et équipements techniques pèsent lourdement sur les entreprises de cette filière.

Les arts plastiques, appliqués et l'artisanat d'art sont en situation difficile compte tenu de l'insuffisance des capacités matérielles et techniques de production pour satisfaire une demande grandissante, des capacités matérielles de commercialisation pour conquérir les marchés et de la faible organisation des acteurs⁴¹.

En définitive, la fragilité du secteur culturel dans son ensemble est aggravée par l'insuffisance des ressources financières et des ressources humaines qualifiées. Par conséquent, le secteur demeure vulnérable du fait de l'ensemble de ces aléas. L'étroitesse du marché des biens et services culturels, conjuguée à une forte piraterie, handicape le développement des entreprises. Cette mise en évidence du potentiel, mais aussi des maux qui minent le secteur culturel au Burkina Faso, pose la problématique du soutien à ce secteur. Est-ce le rôle de l'État ou celui du secteur privé? Quelles sont alors les approches théoriques qui fondent ou non le soutien public à la culture?

I. 2. 4. Le financement de la culture : est-ce le rôle de l'État ?

Pour Benhamou F.⁴², de nombreux présupposés théoriques, parfois controversés, ont tenté de justifier l'action publique en faveur de la culture. Considérée au départ par certains économistes, tels que Ricardo David ou Smith Adams, comme un travail non productif, la culture serait alors incapable de contribuer à la richesse d'une nation. Par la suite, d'autres études économiques démontreront que la culture est évidemment une source de richesse, mais seulement qu'elle requiert un traitement spécifique eu égard à la nature du bien culturel, distinct des autres biens. Il a fallu que les travaux de l'économiste américain Baumol W. démontrent que le spectacle vivant, par exemple, à la différence des biens culturels ordinaires, a besoin d'un financement externe (fonds publics par exemple) pour survivre étant donné qu'il doit assumer les coûts en travail incompressibles⁴³. Ces différents travaux ont jeté alors les bases des politiques culturelles.

Le premier postulat repose sur la nature des biens culturels. Lié à la défaillance des marchés culturels qui résulte de la nature des biens culturels qui sont indivisibles, collectifs ou mixtes, ce postulat légitime

⁴¹ Ministère de la Culture et du Tourisme, Stratégie nationale de développement des industries culturelles et créatives, 2013, pp. 15-26.

⁴² Benhamou F., *Economie de la culture*, Paris, Edition la Découverte, 2004, p.3.

⁴³ Département des Etudes de la Prospective et des Statistiques (DEPS), *Culture et Médias 2030, Perspectives des politiques culturelles*, Ministère de la Culture et de la Communication, France, Fiche 29, Financement et régulation, Budget de l'Etat, 2011, p. 391.

l'intervention publique⁴⁴. L'hypothèse d'une incapacité structurelle des activités culturelles, notamment les arts de la scène à affronter les lois du marché a donné naissance au postulat théorique selon lequel les biens culturels « ne sont pas des marchandises comme les autres », en raison de leur caractère prototypique et singulier, et du fait d'une demande imprévisible et aléatoire⁴⁵. Ce présupposé de spécificité est au fondement des dispositifs législatifs de protection ou de régulation de la concurrence et justifie les aides publiques (directes ou indirectes) au secteur culturel ».

Comparativement au postulat de la défaillance du marché culturel, « *l'effet multiplicateur de la dépense culturelle* » a été un énoncé théorique aussi convaincant de la nécessité d'un soutien public au secteur culturel. En effet, ce postulat part du présupposé selon lequel l'investissement culturel peut avoir des retombées positives directes ou indirectes à court, moyen et long termes, au double plan, social et économique. C'est ainsi que des études d'impacts socio-économiques de dépenses culturelles réalisées en France, par exemple, ont permis de distinguer trois grandes catégories de flux, directs (dépenses locales, salaires), indirects et induits (retours positifs de ces dépenses dans le long terme).

Outre « l'effet multiplicateur », la « théorie des externalités positives » apparaît comme un élément de conviction qui situe l'État au centre du développement culturel. En effet, écrit Françoise Benhamou « *des effets externes positifs apparaissent chaque fois que des individus ou des firmes sont affectés dans leur activité par l'existence du bien ou du service culturel, sans que le producteur puisse être payé en retour. Les effets externes peuvent être privés en faveur du tourisme par exemple, ou publics, améliorant le niveau de civilisation d'une nation. Le rôle de l'État est alors de contribuer au financement de la production, si l'agent qui bénéficie de ces retombées ne le fait pas*⁴⁶ ».

C'est à Marshall A., écrit Benhamou F., que l'on reconnaît le mérite d'avoir ouvert la voie à l'analyse des consommations artistiques qui constituent une exception à la théorie de la décroissance de l'utilité marginale lorsqu'il a fini par reconnaître que plus on écoute de la musique, plus le goût pour celle-ci augmente. La culture fait encore l'exception.

On comprend bien que l'ensemble de ces travaux donne lieu à la naissance d'une approche économique de la culture. Ainsi, la production culturelle est aussi confrontée à la loi de l'offre et de la demande. Mais la spécificité des biens culturels va susciter une double vision. Pour Menard M., tandis que certains auteurs vantent les chiffres d'affaires générés par la vente des produits culturels⁴⁷, d'autres dénoncent la perversion de la culture sur le marché et prônent l'exception culturelle.

Nonobstant ces présupposés théoriques en faveur du soutien public à la culture, l'interventionnisme de l'État, notamment en faveur des industries culturelles, pose aujourd'hui des questions renouvelées dans le contexte de la mondialisation et de la libéralisation économique. C'est pourquoi certains tenants du libéralisme économique dénoncent l'intervention de l'État, car son action fragilise le principe du libre-

⁴⁴ Benhamou F., idem, p. 91.

⁴⁵ Département des Etudes de la Prospective et des Statistiques (DEPS), *Culture et Médias 2030, Perspectives des politiques culturelles*, Ministère de la Culture et de la Communication, France, Fiche 29, Financement et régulation, Budget de l'Etat, 2011, p. 391.

⁴⁶ Benhamou F., ibidem, p. 90.

⁴⁷ Menard M., *Éléments pour une économie culturelle*, SODEC, Québec, Juillet 2004, 167 p.

échange. Dans certains pays anglo-saxons, explique Benhamou F., l'intervention publique reste faible et le secteur culturel est vu comme le secteur libéral par excellence. Par contre, dans les pays d'Europe (France, Belgique, Suisse, etc.), l'État est au centre des politiques culturelles. Les pays de l'Afrique francophone sont portés aussi vers un soutien public à la culture à l'image de la France, l'ancienne métropole. Alors, comment peut-on appréhender l'action publique en faveur de la culture au Burkina Faso ?

Chapitre II. Etat des lieux du financement de la culture au Burkina Faso

Ce deuxième chapitre aborde l'état des lieux du financement public de la culture au Burkina Faso. Il se subdivise en trois sections. La première section présente la vision de l'Etat en matière de développement des industries culturelles en insistant sur les orientations politiques nationales et internationales, le cadre institutionnel, juridique et réglementaire. La deuxième section aborde la question du financement public de la culture. Elle fait d'abord un rappel historique, puis, elle circonscrit le problème de financement des entreprises culturelles.

II.1. Comment développer les industries culturelles ? La vision de l'Etat burkinabè

Le développement des industries culturelles et créatives au Burkina Faso s'inscrit dans une vision à long terme. Cette volonté politique est traduite dans des documents de politique nationale⁴⁸ qui sont en harmonie avec les Conventions Internationales.

II. 1. 1. Les orientations de politiques nationales et internationales

Les orientations des organisations internationales sont élaborées en vue d'aider les pays à intégrer cette nouvelle donne des industries culturelles et créatives dans leurs politiques de développement. L'UNESCO se place, depuis 1945, au centre de ces actions. En tant que pays membre, le Burkina Faso a entériné la plupart de ses Conventions. Les plus importantes sont : la Convention pour la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles (2005)⁴⁹, la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel (2003)⁵⁰, la Convention pour la protection du patrimoine mondial culturel et naturel (1972)⁵¹, la Convention pour la lutte contre le trafic illicite des biens culturels (1970) et la Convention pour la protection des biens culturels en cas de conflit armé (1954)⁵². La convention de 2005 place les industries culturelles au cœur de la préservation et de la promotion de la diversité culturelle dans le contexte de la mondialisation. La nature spécifique⁵³ des biens et services culturels est unanimement reconnue et il appartient à chaque pays d'adopter des mesures destinées à protéger et à promouvoir ses ressources culturelles nationales et à développer ses industries culturelles. D'autres institutions internationales accompagnent aussi les pays au plan technique et institutionnel dans l'élaboration et la mise en œuvre des stratégies de développement des industries culturelles. C'est

⁴⁸ Documents d'orientations politiques de la culture : (01) Stratégie de Croissance Accélérée et de Développement Durable (2010), Politique Nationale de Culture (2009) et Stratégie Nationale de Développement des Industries Culturelles et Créatives (2013).

⁴⁹<http://www.unesco.org/new/fr/culture/themes/cultural-diversity/cultural-expressions/the-convention/convention-text/> consulté le 10 décembre 2014

⁵⁰<http://www.unesco.org/culture/ich/fr/convention> consulté le 10 décembre 2014

⁵¹<http://whc.unesco.org/fr/conventiontexte/> consulté le 10 décembre 2014

⁵²<http://www.unesco.org/new/fr/culture/themes/armed-conflict-and-heritage/the-hague-convention/> consulté le 10 décembre 2014

⁵³ Ayant une double nature économique et symbolique, les biens et services culturels ne sont pas des marchandises comme les autres.

le cas plus particulièrement de l'Organisation Internationale de la Francophonie (OIF) et de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI).

Aux plans africain et sous-régional, les pays tentent de travailler en synergie pour l'émergence d'industries culturelles et créatives naissantes dans le respect de la diversité culturelle. Les plans d'action de Dakar (Sénégal) et de Nairobi (Kenya) sur la promotion des cultures et des industries culturelles des pays d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique (adoptés en 2003), sont des exemples singuliers de ces nouvelles formes de coopération culturelle auxquelles adhère le Burkina Faso. Des espaces sous-régionaux aménagent leurs politiques culturelles. Par exemple, dans la Communauté des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO), dont le Burkina Faso est membre, les États harmonisent leurs politiques économiques et culturelles en vue de contribuer au développement de marchés communs, d'améliorer la compétitivité des activités économiques et culturelles et de favoriser leur insertion dans l'économie mondiale. Une charte culturelle a ainsi été élaborée en vue de favoriser la coopération culturelle entre les États africains et les autres pays du monde et d'intégrer le développement culturel dans le plan général de développement économique et social de chaque pays⁵⁴.

Au plan national, la politique de développement des industries culturelles est inscrite et consignée dans les documents-cadres de la Politique nationale de la culture (PNC) et de la Stratégie de croissance accélérée et développement durable (SCADD), adoptés respectivement en 2009 et en 2010. La PNC a pour objectifs stratégiques de développer l'économie de la culture, de renforcer la coopération culturelle et de soutenir la diffusion extérieure des produits culturels burkinabè⁵⁵. À la suite de la PNC, la SCADD place les industries culturelles parmi les secteurs prioritaires. Elles comptent alors parmi les secteurs clés de l'économie. Pour accroître davantage la rentabilité économique et sociale des industries culturelles, la SCADD recommande le développement de l'entrepreneuriat culturel, la mise en œuvre de stratégies efficaces de promotion extérieure des biens et services culturels et touristiques, la mise en place d'un mécanisme d'accompagnement technique et financier des acteurs en matière de création et de diffusion artistique et culturelle et le développement des infrastructures culturelles ainsi que l'aménagement de sites et zones à vocation culturelle⁵⁶.

II. 1. 2. Le cadre institutionnel

Au Burkina Faso, c'est le Ministère de la Culture et du Tourisme (MCT) qui est chargé de la mise en œuvre de la politique nationale de la culture. Le développement des industries culturelles relève de la compétence des directions techniques qui y sont rattachées, mais aussi des services déconcentrés,

⁵⁴ Union Africaine, Ex Organisation de l'Unité Afrique, *Charte culturelle de la renaissance africaine*, 2005, pp. 3-6.

⁵⁵ Ministère de la Culture du Tourisme et de la Communication (Burkina Faso), *Politique Nationale de la Culturelle*, 2009, pp. 46-51.

⁵⁶ Ministère de l'Économie et des Finances : *Stratégie de Croissance Accélérée et de Développement Durable* (SCADD, 2011-2015), 2010, p. 46.

des collectivités territoriales et des établissements publics culturels à caractère administratif⁵⁷. C'est précisément la Direction de la promotion des industries culturelles et créatives (DPICC) qui est chargée de la mise en œuvre de la stratégie nationale de développement des industries culturelles. Cette direction a pour mission « (i) de mettre en place un mécanisme pouvant contribuer à l'émergence d'entreprises culturelles, (ii) de proposer un dispositif facilitant le financement des entreprises culturelles, notamment leur accès au crédit bancaire, (iii) d'identifier et mettre en œuvre des mécanismes d'incitation à la consommation des produits culturels burkinabè, (iv) de créer les conditions pour renforcer l'exportation des biens et services culturels burkinabè, (v) de développer l'expertise et la concertation avec les entrepreneurs culturels et (vi) de gérer les aides apportées aux industries culturelles et créatives »⁵⁸.

Le Programme d'appui au renforcement des politiques et industries culturelles (ARPIC), mis en place conjointement par l'Etat burkinabè et l'OIF, se veut aussi un cadre majeur pour le développement des industries culturelles au Burkina Faso. Ce programme quinquennal (2011-2015) vise à appuyer le MCT dans la mise en œuvre de la politique nationale de la culture en lui donnant la pleine capacité à encadrer, dynamiser et réguler les filières du cinéma et de l'audiovisuel, du livre, de la musique et des arts du spectacle.

Eu égard à la transversalité du secteur culturel, le développement des industries culturelles est soutenu par d'autres départements ministériels, en l'occurrence les ministères de l'Économie et des Finances, de la Communication, de la Jeunesse et de l'Emploi, des Affaires étrangères, de l'Industrie, du Commerce et de l'Artisanat, de l'Education Nationale, etc.

Les organisations professionnelles du secteur de la culture jouent aussi un rôle important, car elles influencent les politiques publiques dans la mise en œuvre de la politique nationale de la culture.

II. 1. 3. Le cadre juridique et réglementaire

L'environnement juridique est relativement favorable au développement des industries culturelles au Burkina Faso. Il existe de nombreux accords de textes de lois nationaux et internationaux qui réglementent le secteur culturel.

Au plan international, en plus des conventions ci-dessus citées, le Burkina Faso est signataire de l'accord de Florence⁵⁹, de la Convention de Berne pour la protection des œuvres littéraires et

⁵⁷ Festival Panafricain du Cinéma et de la Télévision de Ouagadougou, Centre National des Arts du Spectacle et de l'Audiovisuel (CENASA), Village Artisanal de Ouagadougou (VAO), Salon International de l'Artisanat de Ouagadougou (SIAO), etc.

⁵⁸Décret n°2013-404/PRES/PM/SGG-CM du 23 mai 2013 portant organisation-type des départements ministériels

⁵⁹ L'accord de Florence supprime les droits de douanes sur l'importation d'objets à caractère éducatif, scientifique ou culturel.

artistiques, de la Convention pour la protection des producteurs de phonogrammes contre la reproduction non autorisée de leurs phonogrammes et du Traité de l'OMPI sur le droit d'auteur, etc.

Au plan national, il existe plusieurs textes juridiques tels que le dépôt légal, la loi sur protection de la propriété littéraire et artistique, le code de la publicité, la protection du patrimoine culturel, l'exportation des biens culturels, la tarification du droit de suite sur les œuvres graphiques et plastiques, les réglementations de l'exercice des métiers culturels, la perception de la rémunération pour la copie privée, la reprographie des œuvres fixées sur support graphique ou analogue, le statut de l'artiste, etc.

II.2. Du financement public de la culture au Burkina Faso

II. 2. 1. Aperçu historique

Au Burkina Faso, le rapport entre l'État et la culture a commencé à s'établir après son accession à l'indépendance, en 1960. Face aux multiples priorités et à la modestie des ressources, l'action de l'État est restée limitée à cette époque. Reconnaissant tout de même que les biens culturels sont des éléments fondamentaux de la civilisation et de la culture des peuples, l'État prend conscience de l'importance de son patrimoine culturel et de son devoir de le protéger. Il balise alors le terrain à travers la signature de conventions⁶⁰ dans le cadre de la coopération culturelle internationale. C'est le début d'une réglementation de la protection du patrimoine culturel. Suivant le modèle français, et sous l'influence des recommandations de l'UNESCO ainsi que de l'Union Africaine (UA)⁶¹, l'Etat crée un ministère de la culture, rattaché tantôt au ministère de la communication, tantôt à celui de l'éducation nationale ou au sport et loisirs. C'est le point de départ d'une vision politique pour le secteur de la culture, bien qu'oscillante.

Durant la décennie 1960-1970, la vie artistique et culturelle était véritablement animée par des associations scolaires, universitaires, ethniques, religieuses et culturelles⁶². La décennie 1980-1990 marque un tournant décisif avec l'avènement de la Révolution. La culture devient un élément important de la société burkinabè, tant au plan artistique, politique qu'idéologique. La Révolution d'août 1983 occasionne un grand bouleversement culturel. Il s'agit d'une révolution culturelle, car les pouvoirs précédents ont été incapables, selon le Conseil National de la Révolution (CNR), d'insuffler une valeur culturelle spécifique au pays, et se tournaient vers une culture extérieure qui perturbait les cultures

⁶⁰ Signature de la convention de Berne du 09 septembre 1886 portant sur la protection des œuvres littéraires et artistiques, ratifiée le 19 août 1963 ; signature de la charte culturelle de l'Afrique en 1976 ; signature de la convention concernant la protection du patrimoine mondial, culturel et naturel et de la Convention concernant les mesures à prendre pour interdire et empêcher l'importation, l'exportation et le transfert de propriété illicites des biens culturels respectivement les 02 et 07 avril 1987. (Cf. les dites conventions).

⁶¹ Ex Organisation de l'Unité Africaine,

⁶² Manly A. K., *La problématique de la politique de soutien aux initiatives culturelles publiques et privées au Burkina Faso*, Ecole Nationale d'Administration et de Magistrature (ENAM), Ouagadougou, Mémoire, p. 2.

authentiques. Le changement du nom du pays⁶³, de l'hymne national, etc., ont contribué à forger un nouvel homme burkinabè. Le nom Burkina Faso ou « *pays des hommes intègres* » est l'émanation de tout un projet de société pour son peuple et doit s'enraciner dans les valeurs culturelles. La culture, à travers la musique et l'art vestimentaire « Faso Danfani⁶⁴ », est le véhicule de l'idéologie révolutionnaire. Le soutien public commence à prendre forme et se traduit par un intérêt manifeste pour le cinéma, l'artisanat, la musique et les danses traditionnelles. Le développement du cinéma et de l'audio-visuel avait donné naissance déjà au FESPACO, en 1969. Institutionnalisé, en 1972, le FESPACO devient une affaire de l'État. L'artisanat n'était pas en reste. Il bénéficiait lui aussi auparavant d'un cadre de promotion avec le Salon International de l'Artisanat de Ouagadougou, créé en 1988. Attaché à la valorisation et à l'expression des identités culturelles, l'État crée, en 1983, la Semaine Nationale de la Culture. Le livre est promu à travers la Foire Internationale du Livre de Ouagadougou, créée en 2000.

Mais, les Programme d'Ajustements Structurels (PAS) imposés par les institutions internationales (Banque Mondiale et Fonds Monétaire International) aux pays en développement, à la fin des années 1980 et au début des années 1990, fragilisent le soutien public à la culture. Elle était devenue de moins en moins une priorité gouvernementale⁶⁵.

L'intervention de l'État en faveur de la culture redevient plus importante après 1991 avec l'instauration de la IV^{ème} République. La constitution consacre un article à la culture⁶⁶. L'État va tenter également de mobiliser la société civile comme partenaire du développement culturel. Ce qui va susciter la création par des associations culturelles une pluralité de festivals et d'événements culturels tels que le Festival International du Théâtre pour le Développement (FITD), les Nuits Atypiques de Koudougou (NAK), le Festival International des masques (FESTIMA), etc.

Faisant suite à ces progrès accomplis, l'État mesure les enjeux politiques, sociaux, et économiques du secteur culturel. Il y va de son rôle d'encadrer le secteur et d'accroître ses ressources. Pour y parvenir, il faut nécessairement une politique culturelle qui fonde l'orientation et la vision de l'État. C'est ainsi qu'en 1997, sous l'égide du ministère de la Communication et de la Culture, un forum national est organisé pour réfléchir sur les enjeux d'une politique culturelle⁶⁷. Finalement, en 2005, une politique culturelle bien élaborée voit le jour. Elle est revue et améliorée en 2009. Elle s'intitule alors Politique nationale de la Culture (PNC). Son but est de fonder l'avenir de la nation sur les valeurs et les réalités endogènes en mutation. À ce titre, elle propose de mettre en valeur le patrimoine culturel, de promouvoir la créativité artistique et la diversité culturelle. Elle vise quatre objectifs stratégiques, à

⁶³ Haute Volta devenue Burkina Faso.

⁶⁴ Bande de cotonnade pure à l'origine, tissé par des artisans locaux

⁶⁵ Présidence du Faso, *Etude sur le renforcement des capacités au Burkina Faso, secteur de la culture*, Centre d'Analyse des Politiques Economiques et Sociales (CAES), Ouagadougou, Burkina Faso, 2006, p. 6

⁶⁶ Article 28 : La loi garantit la propriété intellectuelle. La liberté de création et les œuvres artistiques, scientifiques et techniques sont protégés par la loi. La manifestation de l'activité culturelle, intellectuelle, artistique et scientifique est libre et s'exerce conformément aux textes en vigueur.

⁶⁷ Napon A., « Le rôle des langues nationales dans la promotion de la culture burkinabè », Université de Ouagadougou, in *Revue du CAMES-Nouvelle série B*, Vol. 007, N°1, 2006, p. 206.

savoir la préservation de la diversité culturelle (1), le renforcement des capacités institutionnelles du secteur culturel (2), la structuration et le développement de l'économie de la culture (3), le renforcement de la coopération culturelle et le soutien à la diffusion extérieure des produits culturels burkinabè (4)⁶⁸.

Dans le cadre de la décentralisation, le soutien public à la culture s'élargit davantage. Les collectivités territoriales, notamment les plus importantes (communes urbaines), tentent de soutenir le secteur tant bien que mal à travers les plans communaux de développement. De nombreuses communes bénéficient du soutien d'autres communes de pays étrangers dans le cadre de la coopération culturelle décentralisée⁶⁹. C'est l'exemple de la coopération belge à travers le projet d'appui aux politiques culturelles, de l'Institut français à travers le Fonds Spécial Prioritaire (FSP) destiné aux filières du théâtre, de la danse et de la musique et de la Suisse, à travers le programme d'appui au secteur culturel pour la période 2012-2015 et du fonds du développement du cinéma⁷⁰.

À côté de l'État et des collectivités territoriales, la société civile (Associations et ONG) et les acteurs privés (compagnies de téléphonie mobile, établissements financiers, etc.) jouent un rôle fondamental dans le financement et la mise en œuvre de la politique nationale de la culture au moyen du sponsoring, de parrainage et du prêt. Ce qui renforce le partenariat public-privé et donne lieu à une sorte d'économie culturelle mixte.

Bien qu'il y'ait eu ces soutiens multiples et multiformes, le gap du financement de la culture est difficile à combler car, les initiatives culturelles se multiplient. Le budget du Ministère de la Culture, très peu significatif, varie en dents de scie et dépasse à peine 0,4 % du budget global de l'État ((Cf. tableau de l'annexe N°1 sur « *l'évolution annuelle du budget du MCT de 2007 à 2012* »). Au regard de la faiblesse des ressources de l'État, le financement public de la culture s'est limité à trois grandes lignes budgétaires : Fonds de Développement des Activités Cinématographiques, Fonds de soutien aux arts et à la culture et Fonds du Bureau Burkinabè du Droit d'Auteur (BBDA)⁷¹. La somme totale de fonds de soutien, nettement en deçà des attentes, oscille entre environ 100 millions et 200 millions de francs CFA (environ 155 000 à 306 000 euros). Ils sont destinés à soutenir, depuis 2000, les artistes, les cinéastes et les entrepreneurs culturels exerçant dans la production, la création artistique et l'organisation de festivals⁷².

C'est dans le cadre de la coopération culturelle internationale que l'Etat a véritablement bénéficié d'un mécanisme financier de soutien au secteur culturel. Il s'est agi du Programme d'Appui aux Initiatives

⁶⁸ Ministère de la Culture du Tourisme et de la Communication (MCTC), *Politique Nationale de la Culture (PNC)*, Ouagadougou, 2009, p 41.

⁶⁹ C'est le cas par exemple du jumelage entre la ville de Ouagadougou (Burkina Faso) et celle de Grenoble France) dans le projet du jardin de la musique « Remdoogo » qui se veut un exemple de réussite.

⁷⁰ Ministère de la Culture et du Tourisme (MCT), *Etude de faisabilité d'un mécanisme de financement et d'appui technique des entreprises culturelles au Burkina Faso : Evaluation des dispositifs d'appui et de financement*, novembre 2012, Ouagadougou, pp. 16-17.

⁷¹ Ouédraogo S., *La problématique du financement des initiatives culturelles privées au Burkina Faso*, Mémoire de fin de cycle, Ecole Nationale d'Administration et de Magistrature (ENAM), Ouagadougou, juin 2013, p 15.

⁷² Manly A. K., idem, p. 21.

Culturelles Décentralisées (PSIC I et II), financé par les 8^e et 9^e Fonds Européen de Développement (FED). D'un montant global de 3,7 millions d'euros, ce programme de financement ciblé s'est étalé sur cinq ans, de 2000 à 2005⁷³.

De 2006 à 2011, le PSIC cède la place au Programme d'Appui au Secteur Culturel (PASC), dans le cadre des 9^e et 10^e FED. En consolidant les acquis du PSIC, le PASC avait pour objectif de renforcer la contribution du secteur de la culture au développement économique et social du Burkina Faso. Spécifiquement, il s'est agi de développer les capacités du secteur de la culture dans les domaines où le Burkina Faso a des compétences, notamment dans le cinéma, les arts vivants, les arts plastiques et appliqués. Le coût total du Programme était de l'ordre de 2.835.000 euros⁷⁴.

Le soutien de l'OIF est aussi déterminant. En plus de son accompagnement aux centres de lecture et d'animation culturelle, il a contribué à hauteur de près de quatre cent mille (400 000) euros à la mise en place d'un programme quadriennal (2011-2015) conjoint avec l'État burkinabè (dont l'apport est estimé à 50 000 000 FCFA/an) dénommé, Programme d'Appui au Renforcement des Politiques et Industries Culturelles (ARPIC)⁷⁵.

Parallèlement, au plan international, le secteur culturel burkinabè bénéficie d'autres sources financement mis en place par des institutions internationales pour soutenir les pays en développement. C'est l'exemple du Fonds de Garantie des Industries Culturelles (FGIC), du Fonds International pour la Diversité Culturelle (FIDC), du Fonds International pour la Promotion de la Culture (FIPC), etc.

Ces financements produisent des résultats sur le terrain. L'entrepreneuriat culturel se développe de plus en plus. Une étude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique du Burkina Faso démontre, à partir de données statistiques, que le secteur est en plein essor. L'exportation des produits culturels par exemple avait rapporté au pays en 2009 près de 13 milliards de francs CFA, l'équivalent d'une vingtaine de millions d'euros⁷⁶. Cela conforte davantage la position des décideurs politiques à l'égard de la culture. L'État décide alors de mettre en place, courant 2015-2016, un mécanisme public d'appui technique et financier aux entreprises culturelles en vue d'accroître davantage leur capacité financière dans la perspective de développer une économie de la culture. D'où l'Agence de développement des industries culturelles et créatives (ADICC) qui est l'objet de notre réflexion.

⁷³ Manly A. K., opt. Cit, p. 15.

⁷⁴ Programme FED de l'Union Européenne pour le Burkina Faso, *Evaluation finale du programme cadre d'appui au secteur de la culture (PASC) au Burkina Faso*, Ouagadougou, 2013, p. 12.

⁷⁵ Warma K., *Le financement des industries culturelles au Burkina Faso : état des lieux et perspectives*, Mémoire de fin de cycle, Ecole Nationale des Régies Financières (ENAREF), Ouagadougou, 2013, p. 20.

⁷⁶ Ministère de la Culture et du Tourisme (MCT), *Etude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique du Burkina Faso*, Ouagadougou, Mai 2012, pp. 74-81.

II. 2. 2. Le secteur de la culture « exclu » des dispositifs publics de financement

Au Burkina Faso, il existe de nombreux dispositifs publics de financement orientés généralement vers des groupes spécifiques (femmes, jeunes, etc.) ou vers de petites et moyennes entreprises (PME) et les petites et moyennes industries (PMI). Ces mécanismes de financements sont appelés fonds nationaux de financement (FNF). Il existe plus d'une dizaine de fonds nationaux de financement (Cf. annexe N°2, « *Liste des Fonds nationaux de Financement* »). Ces outils financiers de l'État visent à développer l'entrepreneuriat dans les secteurs d'activités économiques et sociaux (élevage, agriculture, petits commerces, activités génératrices de revenus, etc.) mais aussi la recherche et le développement. Ils sont plus souples comparativement au système bancaire classique et sont plus adaptés aux besoins des groupes spécifiques. En plus du financement (prêt, garantie de prêt, subvention, etc.), ils accompagnent les bénéficiaires à travers l'appui-conseil⁷⁷.

Cependant, il n'existe pas de dispositif public de financement propre au secteur de la culture au regard de sa spécificité hormis les lignes budgétaires déjà cités du MCT. Ce qui fait que le secteur culturel reste tributaire des sources de financement extérieures. Pourtant, la crise économique que les pays développés ont traversé ces dernières années a entraîné une réduction des financements pour le secteur de la culture⁷⁸. Compte tenu de cette situation, une solution serait de mettre en place un mécanisme de financement public propre au secteur culturel.

II. 2. 3. Les problèmes de financement des entreprises culturelles

Il est possible aujourd'hui, dans l'environnement culturel burkinabè comme dans celui d'autres pays en développement, de formuler, en termes globaux, le problème du financement des entreprises culturelles en sept constats: la faiblesse du budget public alloué au ministère chargé de la culture, (1), la rentabilité souvent insuffisante des productions culturelles (2), le problème de la garantie exigée dans le cas d'un financement bancaire(3), la piraterie (4), le caractère non bancable des projets culturels (5), la volatilité de la demande culturelle (6) et le caractère informel (reconnaissance officielle) des entreprises culturelles (7).

Le budget alloué au ministère chargé de la culture est faible compte tenu des restrictions budgétaires mais aussi de la faiblesse des ressources financières de l'Etat et les charges de fonctionnement et les dépenses de personnel représentent plus de 60% du budget du MCT. Ce qui limite son appui financier aux entreprises culturelles⁷⁹. Le financement public de la culture relève aussi de la volonté politique mais aussi de la stabilité socio-politique du pays. En octobre 2014 par exemple, le Burkina Faso a connu un tournant décisif dans sa vie politique et sociale. Une révolution populaire a conduit à un

⁷⁷Warma K., *Le financement des industries culturelles au Burkina Faso : état des lieux et perspectives* (2013), idem, p. 18.

⁷⁸Dupuis X., *Le financement des projets culturels : Guide méthodologique d'introduction à une base des données internationale*, Unesco, 1991, p. 6.

⁷⁹ Ministère de la Culture et du Tourisme (MCT), *Annuaire statistique 2011 culture tourisme- communication*, Ouagadougou, 2011, 118 p.

changement de régime. Ce qui aura sans doute des répercussions sur les engagements pris par l'Etat en 2012 pour la mise en place de l'Agence nationale de développement des industries culturelles et créatives au profit des entrepreneurs culturels.

La rentabilité souvent insuffisante des productions culturelles se traduit par l'incapacité des entreprises culturelles à payer les dettes contractées en raison de la faiblesse des recettes enregistrées dans la vente des produits culturels d'une part et, d'autre part, par l'impossibilité de prévoir la demande culturelle sur le marché. La rentabilité insuffisante des productions culturelles est un risque jugé très élevé par les banques et établissements financiers dans le secteur de la culture. Car, contrairement aux autres entreprises, les entreprises culturelles peuvent passer du jour au lendemain de succès inattendus avec des retombées financières considérables à l'échec ou à la disparition⁸⁰.

La question de la garantie exigée par les banques et établissements financiers dans l'octroi des prêts aux entrepreneurs culturels constitue un véritable handicap pour ces derniers. En général, nombre de promoteurs culturels ne disposent ni de ressources en nature ni en espèces qui pourraient représenter le garant du prêt demandé. Cela constitue alors une entrave à l'accès aux crédits bancaires par les opérateurs culturels. Pour que la garantie devienne envisageable au Burkina Faso, il faudrait alors revoir sa forme.

La piraterie des œuvres littéraires et artistiques est une véritable gangrène du marché de productions culturelles. Elle est de ce fait considérée comme un risque élevé par les établissements de crédit en raison de sa forte importance dans les pays en développement et particulièrement au Burkina Faso. Elle représente 80 % du marché des cassettes et 90 % du marché des films et DVD⁸¹.

Le caractère non bancable des projets culturels repose sur la qualité artistique et technique du dossier de demande d'aide adressée à une tierce personne (morale ou physique) ou à une entreprise financière. La constitution d'un tel dossier requiert des connaissances minimales dans les divers domaines (comptabilité, analyse de projet, fiscalité, etc.). Mais, les promoteurs culturels manquent en général de compétences dans le montage des dossiers de financement. Aussi, faute de ressources financières suffisantes, ils ne peuvent s'attacher les services d'un cabinet d'études. Ils ne peuvent par conséquent pas bénéficier de crédit⁸². Le caractère non-bancable des projets découle aussi du peu d'actifs des entreprises et de projets aux perspectives parfois mal assurées.

Le caractère informel (reconnaissance officielle) et l'insuffisance de professionnalisme des entreprises culturelles constituent aussi un handicap pour leur financement par les banques et établissements

⁸⁰ Soura Y., *Enjeux et défis des entreprises culturelles du Burkina Faso : Cas des entreprises culturelles de la filière des arts du spectacle*, Mémoire de fin de cycle, Ecole Nationale d'Administration et de Magistrature (ENAM), Ouagadougou, juin 2012, p. 23.

⁸¹ Estimation du Directeur des études et de la planification du Ministère de la culture et du tourisme cité par WARMA K., in *Le financement des industries culturelles au Burkina Faso : état des lieux et perspectives* (2013), Op. Cit. p. 22.

⁸² Warma K., in *Le financement des industries culturelles au Burkina Faso : état des lieux et perspectives* (2013), ibidem p. 21.

financiers. Les entreprises culturelles du Burkina Faso sont en majorité de petites structures à faible surface financière. Elles emploient parfois un personnel très peu qualifié et n'ont pas une stratégie entrepreneuriale, d'outils modernes de qualité et de capacités de gestion financière et administrative rigoureuse⁸³. Le manque d'organisation rationnelle des activités et l'absence de planification, d'un plan de développement, d'une comptabilité, d'une stratégie de conquête de marché, d'un plan d'affaires, de données chiffrées fiables sur les activités constituent les principaux points faibles des entreprises culturelles. Au-delà, « *l'entreprise culturelle souffre en raison du seul fait qu'elle tourne autour de la seule personne de son créateur sans un minimum de personnel qualifié* »⁸⁴. Toutes ces situations constituent des risques pour tout investisseur. La perception négative de ces risques est un frein à l'investissement dans le secteur culturel.

⁸³ Soura Y., *Enjeux et défis des entreprises culturelles du Burkina Faso : Cas des entreprises culturelles de la filière des arts du spectacle*, 2012, idem, p. 25.

⁸⁴ Entretien réalisé avec l'interlocuteur **A** le 27 août 2014 de 15h à 16h.

Chapitre III. Cadre méthodologique et résultats de la recherche

Ce troisième chapitre est subdivisé en deux sections. La première section est entièrement consacrée à la méthodologie de la recherche, c'est-à-dire à la méthode de la recherche de l'information documentaire, à la collecte et au traitement des données de terrain et au stage professionnel. La seconde section propose quelques éléments d'appuis à la consolidation des actions de mise en œuvre de l'ADICC.

III. 1. Méthodologie de la recherche

La problématique du financement de la culture est un champ d'investigation assez vaste. Son analyse requiert la mobilisation de plusieurs outils de recherche. Pour mieux l'appréhender, nous avons utilisé trois types d'approches, à savoir la recherche documentaire, l'enquête de terrain et le stage professionnel. La recherche documentaire nous a permis, à partir des travaux antérieurs, de discuter les approches théoriques développées autour des industries culturelles ainsi que du financement de la culture, en l'occurrence le financement public. Les travaux de terrain ont été effectués à Ouagadougou, au Burkina Faso. Cette étape a consisté en la collecte de données qualitatives. Le stage professionnel a été effectué à l'Institut du Patrimoine Wallon, en Belgique au cours duquel nous avons aussi réalisé des entretiens. Cette mise en situation professionnelle avait pour objectif de nous permettre de développer et de renforcer nos capacités professionnelles, mais aussi de capitaliser des acquis pour le mémoire et le projet professionnel.

III. 1. 1. La recherche documentaire

La recherche documentaire est une étape charnière pour la recherche scientifique. À partir de la littérature existante, elle permet de mieux cerner les contours théoriques du sujet et de mieux poser la problématique de recherche. Pour ce faire, nous avons effectué la recherche documentaire dans les bibliothèques de l'Université Senghor, de l'Université de Ouagadougou, de l'École Nationale d'Administration et de Magistrature (ENAM) du Burkina Faso ainsi que dans les centres d'Information et de Documentation de l'Institut du Patrimoine Wallon, en Belgique et du Programme ARPIC au Burkina Faso. Nous avons également effectué des recherches à travers l'internet. Tenant compte de la nature et de la spécificité de notre objet de recherche, nous avons d'abord consulté les documents officiels et provisoires sur la mise en place de l'Agence de développement des industries culturelles et créatives. Les études préalables ayant permis d'asseoir les fondements et orientations de cette agence sont, entre autres, *la politique nationale de la culture du Burkina Faso*⁸⁵, *l'analyse diagnostique des industries*

⁸⁵ Ministère de la Culture du Tourisme et de la Communication (MCTC), *Politique Nationale de la Culture (PNC)*, Ouagadougou, Octobre 2009, 68 p.

*culturelles et créatives au Burkina Faso*⁸⁶, *la stratégie nationale de développement des industries culturelles et créatives*⁸⁷, *le document de présentation de l'Agence de développement des industries culturelles et créatives (ADICC)*⁸⁸, *l'Étude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique du Burkina Faso*⁸⁹, *la Stratégie de Croissance accélérée et de Développement Durable (SCADD)*⁹⁰ » et *le Rapport de l'étude de faisabilité d'un mécanisme de financement et d'appui technique des entreprises culturelles au Burkina Faso*⁹¹.

Ensuite, nous avons élaboré une revue de littérature sur les approches théoriques développées sur les industries culturelles et du financement public de la culture en nous référant aux travaux des auteurs tels qu'Adorno T. W. et Horkheimer M., Baumol William et al, Benhamou Françoise, Ménard Marc, Ricardo David, Walter Benjamin, Miège Bernard et al, Tremblay G., etc.

Enfin, la recherche via l'internet nous a aussi permis d'accéder à la documentation officielle mise en ligne par l'OIF, l'UNESCO, l'OPCA, la SODEC, l'IFCIC, le FIEC, le FWB, le MCT et le programme ARPIC.

III. 1. 2. L'enquête de terrain

Il s'est agi d'une enquête qualitative partant des suggestions d'acteurs individuels et collectifs du secteur culturel en vue de formuler des propositions susceptibles de contribuer à la consolidation des actions de mise en œuvre de l'ADICC au Burkina Faso. Ce choix tient compte également des contraintes de temps. L'enquête a été réalisée à Ouagadougou, capitale du Burkina Faso. Ville culturelle et touristique, Ouagadougou rassemble plus de 70% des entreprises et manifestations culturelles du pays et l'ensemble des services centraux du MCT⁹².

III. 1. 3. La question de l'échantillonnage

L'enquête qualitative nous permet d'opter pour le principe de la saturation. Nous avons procédé par un choix raisonné de nos interlocuteurs. Nous n'avons donc pas au préalable déterminé le nombre de personnes à interroger. C'est lorsque nous avons réalisé l'enquête et que les entretiens nous ont apporté de moins en moins des informations nouvelles nécessaires pour la compréhension de l'objet

⁸⁶ Ministère de la Culture et du Tourisme (MCT), *Analyse diagnostique des industries culturelles et créatives au Burkina Faso*, Version provisoire, février 2013, 56 p.

⁸⁷ Ministère de la Culture et du Tourisme (MCT), *Stratégie nationale de développement des industries culturelles et créatives au Burkina Faso*, Novembre 2013, 85 p.

⁸⁸ Ministère de la culture et du tourisme, *Document de présentation de l'Agence de développement des industries culturelles et créatives (ADICC)*, Novembre 2013, Ouagadougou, 57p.

⁸⁹ Ministère de la Culture et du Tourisme (MCT), *Etude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique du Burkina Faso*, Ouagadougou, Mai 2012, 107 p.

⁹⁰Ministère de l'Économie et des Finances : *Stratégie de Croissance Accélérée et de Développement Durable (SCADD) 2011-2015*, septembre 2010, 108 p.

⁹¹ Ministère de la Culture et du Tourisme (MCT), *Rapport de l'étude de faisabilité d'un mécanisme de financement et d'appui technique des entreprises culturelles au Burkina Faso*, novembre 2012, Ouagadougou, 102 p.

⁹² Ministère de la Culture et du Tourisme, *Répertoire des entreprises culturelles du Burkina Faso*, édition 2011, 73 p.

d'étude que nous avons arrêté la liste des personnes à interviewer. Nous avons interviewé au total quarante (40) personnes ressources dont dix (10) en Belgique (à Bruxelles, à Namur et à Amay) et trente (30) au Burkina Faso (à Ouagadougou).

Tableau 2 : Répartition des personnes interrogées

- Catégorie de personnes interviewées			
- Au Burkina Faso		- En Belgique	
- Profil professionnel	- Nombre	- Profil professionnel	- Nombre
- Entrepreneurs culturels	- 07	- Entrepreneurs culturels	-
- Consultant culturels	- 02	- Consultant culturels	-
- Directeurs de structures publiques culturelles	- 04	- Directeurs de structures publiques culturelles	02
- Directeurs/Administrateurs de structures culturelles privées	- 02	- Directeurs/Administrateurs de structures culturelles privées	01
- Agents publics de la culture	- 05	- Agents publics de la culture	2
- Artistes	- 03	- Artistes	-
- Représentants et membres d'associations culturelles	- 07	- Représentants et membres d'associations culturelles	04
- Chargé de communication d'une structure de financement du secteur culturel	- -	- Chargé de communication d'une structure de financement du secteur culturel	01
- Total	- 30	- Total	10

III.1. 4. Les outils et techniques de collecte des données

III. 1. 4. 1. L'observation directe

L'observation a été un outil indispensable dans le cadre de notre étude. L'objectif était d'avoir un aperçu général des entreprises culturelles, toute chose pouvant nous permettre d'identifier les acteurs, de comprendre le fonctionnement global, et l'environnement organisationnel qui y règne. Elle a été effectuée durant notre stage, suivant des visites guidées à l'Institut du Patrimoine Wallon (IPW), au Centre Culturel les « Chiroux » de Liège, et à la Fédération Wallonie-Bruxelles (FWB).

III. 1 .4. 2. Les entretiens individuels

Ils ont consisté en des entretiens avec différents acteurs du secteur culturel aussi bien en Belgique qu'au Burkina Faso. Ces entretiens ont été effectués sur la base d'un guide d'entretien semi-directif adressé aux personnes ressources, notamment aux responsables d'entreprises culturelles et d'organisations professionnelles ainsi qu'aux administrateurs culturels, aux artistes et aux entrepreneurs culturels. Tous les entretiens individuels ont fait l'objet de prise de notes. La collecte des données a duré au total trois mois. La première étape de collecte de données a été effectuée durant notre stage en Belgique, et la seconde étape en août, au Burkina Faso, où nous y avons passé deux semaines au programme ARPIC et à la DPICC du MCT pour rassembler la documentation nécessaire. Outre les entretiens formels, nous avons réalisé des entretiens informels avec des professeurs associés et invités de l'Université Senghor, en particulier le Pr. Bernard Miège⁹³, Messieurs Francisco D'Améida⁹⁴ et Toussaint Tiéndrébéogo⁹⁵. A cela s'ajoute les échanges riches et constructifs que nous avons eus périodiquement avec notre directeur de mémoire, Monsieur Bernard Boucher.⁹⁶

III. 1. 5. Les techniques de traitement et d'analyse des données

Comme nous l'avons déjà relevé, les entretiens individuels ont fait l'objet de prises de notes. Les informations recueillies lors des entretiens ont été transcrites en vue de faciliter l'analyse. Nous avons ensuite procédé à leur recoupement afin de pouvoir saisir les variations et les différences permettant de procéder à une classification des opinions convergentes, divergentes et complémentaires. Le dépouillement des entretiens s'est effectué sur la base des rubriques suivant le guide d'entretien (Cf. « guides d'entretiens en annexe »). Enfin, toutes les données ont été traitées manuellement permettant une analyse de contenu suivant les thèmes ou les rubriques. Afin de protéger l'identité des personnes interrogées, nous observons l'anonymat quand il s'agit d'illustrer nos propos par les déclarations des interviewés. Pour ce faire, nous les désignons par des lettres (exemple : interlocuteur **A**).

III.1. 6. Le stage professionnel

Le stage professionnel a été effectué à l'Institut du Patrimoine Wallon durant dix semaines, du 14 mai au 19 juillet 2014. Créé en 1999, l'Institut du Patrimoine wallon est un organisme public de la Région

⁹³ Bernard Miège est professeur à l'Université de Grenoble. Il dispense des cours à l'Université Senghor en qualité de professeur associé. Son cours porte sur *l'approche socio-économique du secteur culturel*

⁹⁴ Monsieur D'Almeida Francisco est Directeur général de l'ONG Culture et Développement. Il dispense des cours à l'Université Senghor en qualité de professeur associé. Son cours porte sur les « *filiales des industries culturelles et créatives: structures, acteurs, marchés et enjeux pour la diversité culturelle et le développement* ». Il a une connaissance approfondie de l'évolution du secteur culturel dans de nombreux pays en développement.

⁹⁵ Monsieur Toussaint Tiéndrébeogo est chargé du programme « Développement des politiques et industries culturelles à l'OIF. Il est chargé de cours à l'Université Senghor sur « les filières industrielles de l'image et des médias ».

⁹⁶ Monsieur Bernard Boucher est consultant culturel, ex Directeur général des « Politiques, communications et relations internationales » de la SODEC (Québec) et professeur associé à l'Université Senghor. Il est chargé de cours portant sur « *les politiques publiques culturelles dans les pays en développement* ». Il a également une connaissance approfondie des politiques publiques de soutien au secteur culturel en Afrique et particulièrement au Burkina Faso.

wallonne. L'une de ses missions fondamentales est la gestion du centre de perfectionnement aux métiers du patrimoine appelé, Centre des métiers du Patrimoine « la Paix-Dieu ». Le Centre des métiers du Patrimoine est un exemple-type de « laboratoire » de mise en situation professionnelle dans le domaine du patrimoine culturel.

Ayant à l'idée de comprendre la question du financement public des entreprises culturelles et la structuration des acteurs professionnels en Belgique, nous avons également ratissé plus large avec le soutien de nos encadreurs de stage⁹⁷ en approchant d'autres structures telles que la Fédération de la Wallonie-Bruxelles et le Fonds d'investissement des entreprises créatives. Ce qui nous a permis d'approfondir nos connaissances sur le financement de la culture grâce aux entretiens réalisés avec des personnes ressources. Ces entretiens nous ont aidé à comprendre l'approche globale de financement de la culture en Belgique. En effet, il existe dans ce pays différentes sources de financement du secteur culturel. Le financement public est représenté par les subventions de l'Etat, des régions et des communes. Le financement privé est caractérisé par l'intervention des banques et des établissements financiers, des associations, du sponsoring, du mécénat, du parrainage et de l'autofinancement.

À propos du financement public, il existe en Wallonie deux principales formes de soutien financier au secteur culturel. Les subventions, qui s'élevaient à près de 288 millions d'euros en 2013, représentent une part importante du financement public des services non marchands. Elles relèvent de la compétence de l'Administration générale de la culture qui les octroie aux associations sans but lucratif (ASBL) et aux structures collectives et privées dans les filières des arts de la scène, du livre, des arts plastiques, du patrimoine culturel et aux centres culturels⁹⁸.

La Région wallonne dispose également d'un instrument financier propre aux services marchands de la culture, en l'occurrence les industries culturelles et créatives. Il s'agit du Fonds d'Investissement pour les Entreprises Créatives (St'Art). Il constitue une composante clé dans les politiques publiques de financement de la culture. Le fonds St'Art a été créé, en 2009, à l'initiative commune de la Région wallonne et de la Fédération de la Wallonie-Bruxelles. Doté d'un budget de 16 millions d'euros, le fonds St'Art a pour objectif de soutenir le développement de l'économie créative en finançant sous forme de prêts ou de prises de participation les entreprises culturelles structurées⁹⁹. Au-delà de l'importance du budget, la Région wallonne a réussi à se doter de moyens techniques et de contrôle et a su accompagner et organiser les acteurs culturels dans la structuration de leurs entreprises. Ce qui garantit la stabilité du fonds St'Art.

Au Burkina Faso, il n'existe pas encore une structure de ce genre. On pourrait considérer que le projet de création de l'Agence nationale de développement des industries culturelles s'apparente au modèle

⁹⁷ Sous la direction de Dr. Anne-Françoise Cannella, Directrice du Centre des Métiers du Patrimoine de l'Institut du Patrimoine wallon et sous l'encadrement de M. Vincent Duvigneaud, Ir. Architecte, Chargé de l'Administration.

⁹⁸ Ministère de la Culture de la Fédération Wallonie-Bruxelles (Belgique), *Focus 2013 Culture, faits et gestes*, 2013, p. 18

⁹⁹ <http://www.start-invest.be/> consulté le 12 juillet 2014

St'Art qui se présente comme une opportunité pouvant orienter nos réflexions sur le modèle économique de financement des entreprises culturelles au Burkina Faso.

III. 1. 7. Difficultés et limites méthodologiques de l'étude

L'approche qualitative privilégiée dans notre étude présente sans doute des limites. Elle ne permet pas d'atteindre une représentativité statistique. Elle pouvait être appuyée par une enquête quantitative auprès d'un grand nombre d'acteurs culturels. En raison des contraintes de temps et de moyens, il était difficile pour nous de mener une étude statistique.

III. 2. Propositions pour une consolidation des actions de mise en place de l'ADICC

III. 2. 1. Présentation générale de l' ADICC

La présente section est consacrée à la présentation de l'Agence de développement des industries culturelles et créatives et fait référence aux travaux antérieurs déjà réalisés¹⁰⁰. En effet, l'ADICC est un mécanisme de financement et d'appui technique aux industries culturelles et créatives du Burkina Faso. Ce mécanisme consiste à encadrer les entrepreneurs et porteurs de projets culturels au moyen de formations adaptées à leurs besoins et à soutenir financièrement les entreprises culturelles à travers des subventions, des prêts, etc.

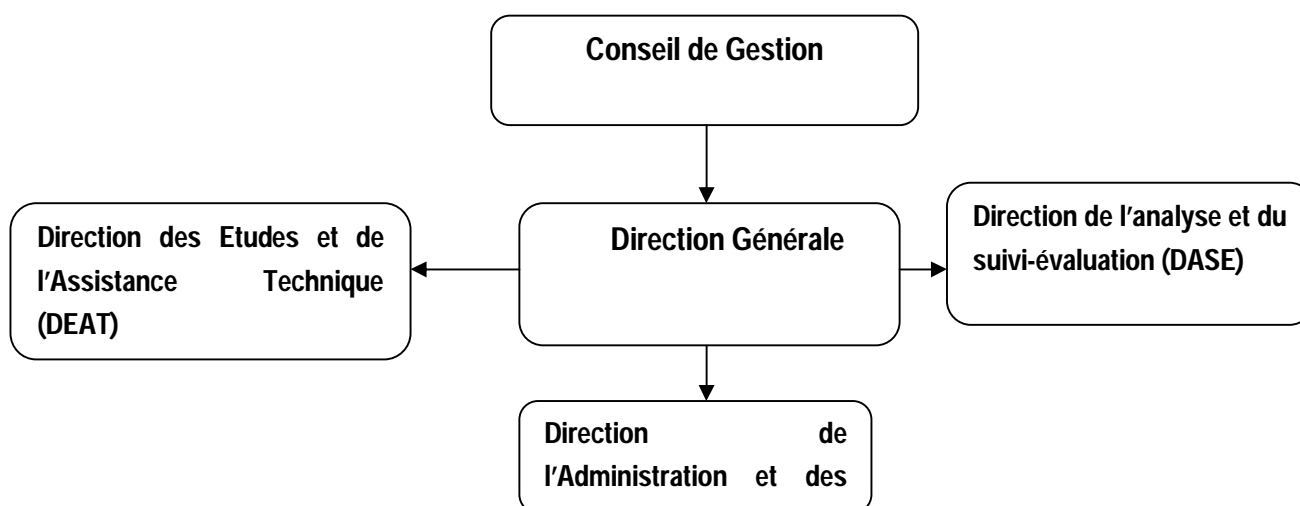
L'ADICC est un établissement public de l'Etat, placé sous la tutelle administrative du Ministère de la culture et sous la tutelle financière du Ministère chargé des finances. Elle est dotée d'une autonomie de gestion et jouit des prérogatives de droit public. Ses organes de gestion sont d'une part le conseil de gestion et d'autre part la direction générale. Son budget prévisionnel global s'élève à près de 19 milliards de francs CFA, soit plus de 29 millions d'euros sur cinq (05) ans¹⁰¹. La mobilisation de cette importante ressource financière reste l'étape la plus difficile. Elle se fera suivant deux modèles économiques de financement. Le premier modèle de financement repose sur les subventions de l'Etat, des partenaires techniques et financiers et du secteur privé. Le second modèle est basé sur le prélèvement de taxes sur les produits culturels, de ressources provenant des appels à projets lancés par des institutions internationales et celles provenant de la gestion des projets ou programmes sous la tutelle de l'ADICC ainsi que les recettes générées par les activités courantes à savoir les produits financiers issus du placement des fonds, les recettes issues des prestations d'expertises (suivi technique des projets par exemple), la plus-value issue des financements directs accordés

¹⁰⁰ Notamment l'étude de faisabilité d'un mécanisme de financement et d'appui technique des entreprises culturelles au Burkina Faso et le document de présentation de l'agence de développement des industries culturelles et créatives au Burkina Faso.

¹⁰¹ Il s'agit d'un budget prévisionnel quinquennal

(commissions sur garanties , intérêts sur prêts, frais de dossiers, intérêt sur la prise de participation), etc.¹⁰². En attendant la signature officielle du décret portant création de l'ADICC, on pourrait la considérer comme un fonds national de financement, conformément à la loi N°010-2013/AN statuant sur les règles de création des catégories d'établissements publics¹⁰³.

Figure 4 : Organigramme de l'ADICC



Source : Ministère de la culture et du tourisme (Burkina Faso), *Document de présentation de l'agence de développement des industries culturelles et créatives (ADICC)*, 2013.

Adapté par : Auteur

III. 2. 2. Mission, objectifs et résultats attendus

Dans le but de développer la dimension économique de la culture à moyen et à long termes suivant les recommandations des documents de politique générale¹⁰⁴, l'agence a une vision, une mission et des objectifs qui lui sont assignés.

À l'horizon 2025, l'ADICC a pour vision de faire des industries culturelles un secteur dynamique de l'économie de la culture participant, dans toutes les régions du Burkina Faso, à la réduction de la pauvreté au profit de toutes les couches sociales du pays, en l'occurrence les jeunes et les femmes.

¹⁰²Ministère de la culture et du tourisme, *Document de présentation de l'agence de développement des industries culturelles et créatives (ADICC)*, Novembre 2013, idem, p. 16.

¹⁰³ Ministère de la Culture et du Tourisme, *Statuts particuliers de l'Agence de développement des industries culturelles et créatives (ADICC)*, Ouagadougou, 2014, p. 2.

¹⁰⁴Stratégie de Croissance Accélérée et de Développement Durable (SCADD), Politique Nationale de la Culture (PNC), Etude prospective nationale Burkina 2025.

Cette mission s'inscrit dans le cadre de la politique globale du programme de développement des entreprises culturelles (PDEC)¹⁰⁵.

Tableau 3 : Mission, Objectifs et résultats de l'ADICC

Agence de Développement des Industries Culturelles et Créatives	
Mission	offrir au secteur culturel burkinabè, un accompagnement technique et surtout financier pour assurer le développement des industries culturelles et créatives.
Objectifs	Objectif général (O.G)
	Objectifs spécifiques (OS)
Résultats attendus	<p>Apporter un soutien financier aux entreprises culturelles afin de développer la dimension économique de la culture au Burkina Faso et accroître ainsi sa contribution au produit intérieur brut (PIB) et à la création d'emplois.</p> <p>O. S 1 : assurer l'accompagnement financier des projets des acteurs culturels ;</p> <p>O. S 2 : assurer le renforcement des capacités techniques des acteurs culturels;</p> <p>O. S 3 : mettre en place un mécanisme d'informations sur les industries culturelles et créatives.</p> <p>R. 1 : les projets des acteurs culturels sont financés sous plusieurs formes (subventions, prêts, etc.).</p> <p>R. 2 : les capacités techniques des acteurs culturels sont renforcées à travers des formations.</p> <p>R. 3 : les informations sur les industries culturelles et créatives sont disponibles et accessibles à partir d'un système de veille informationnelle.</p>

III. 2. 3. Mode de financement des entreprises culturelles par l'ADICC

Le mode de financement des entreprises culturelles par l'ADICC porte sur diverses formes :

- ❖ Les crédits : crédits directs, avances sur recettes,
- ❖ Les subventions : subvention des projets culturels non marchands. Les bénéficiaires de la subvention sont les associations, les coopératives et les entreprises culturelles. Ils doivent remplir les conditions afférentes à une association, une coopérative ou une entreprise légalement constituée et être à jour de leurs obligations,
- ❖ La garantie : pour une facilitation de l'accès aux crédits bancaires,
- ❖ Le portage ou prise de participation : participation de l'agence à la gestion d'entreprises,

¹⁰⁵Ministère de la culture et du tourisme, *Document de présentation de l'agence de développement des industries culturelles et créatives (ADICC)*, Novembre 2013, idem, p. 16.

- ❖ l'appui au renforcement des capacités des acteurs culturels aussi bien sur les métiers techniques que sur la dimension managériale et marketing,
- ❖ la collecte et la diffusion d'informations sur les industries culturelles pour permettre de rendre les informations statistiques disponibles, faciliter l'accès aux opportunités d'affaires et ouvrir les partenariats nationaux et internationaux.

Les éléments d'appréciation des différents dossiers de prêts, de subventions et de garanties tiennent compte de la pertinence du plan d'affaires, de l'adéquation du coût du projet par rapport aux activités prévues, de l'apport personnel du porteur du projet, de la rentabilité du projet, de l'engagement d'une structure de financement pour le projet (pour les cas de garantie), des compétences avérées des ressources humaines intervenant dans le projet, de l'expérience avérée du promoteur dans l'activité et de l'impact économique et culturel du projet.

III. 3. Problématique

Au Burkina Faso, l'Etat est au centre de la politique culturelle. La Politique Nationale de la Culture (PNC) est conduite par le Ministère de la Culture et du Tourisme (MCT) appuyé par les collectivités territoriales, les acteurs culturels privés et les partenaires techniques et financiers. L'action conjuguée de l'ensemble de ces acteurs a contribué fortement au développement du secteur culturel marqué par l'émergence d'industries culturelles dans les domaines du cinéma et de l'audiovisuel, de la musique, du livre, du spectacle vivant, etc. Au de-là de sa contribution au développement économique et social, le secteur culturel représente aujourd'hui un enjeu économique important (2,02% au PIB)¹⁰⁶. C'est pourquoi, dans sa nouvelle vision de développement, notamment à travers la Stratégie de Croissance Accélérée et de Développement Durable (SCADD), les industries culturelles ont été identifiées au Burkina Faso comme un secteur prioritaire. Cette politique publique a pour ambition la structuration et le développement de l'économie de la culture sur la période 2011-2015¹⁰⁷. Ainsi, en vue d'accroître la rentabilité économique du secteur culturel, l'Etat tente de créer un cadre juridique, institutionnel et financier favorables à l'essor des industries culturelles. Le financement du secteur culturel de façon particulière a été toujours une préoccupation majeure de l'ensemble des acteurs. Habituellement, il bénéficie au Burkina Faso de deux sources de financement que sont le financement extérieur et le financement intérieur.

Le financement extérieur s'obtient principalement dans le cadre de la coopération bilatérale et multilatérale. Ce financement public international avoisinait 6 milliards de francs CFA, soit 9 147038

¹⁰⁶ Ministère de la Culture et du Tourisme (MCT), *Etude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique du Burkina Faso*, idem, p. 7.

¹⁰⁷ Ministère de l'Économie et des Finances (Burkina Faso), *Stratégie de Croissance Accélérée et de Développement Durable (SCADD) 2011-2015*, Ouagadougou, 2010, p. 54.

euros entre 2005-2011¹⁰⁸ et représente une part importante pour l'évolution du secteur culturel au Burkina Faso.

Quant au financement intérieur, il est constitué d'une part du financement public et d'autre part, du financement privé. Le financement public est représenté par les subventions publiques de l'Etat et des collectivités territoriales. Le financement privé est caractérisé par l'intervention des banques et établissements financiers, des associations, du sponsoring, du mécénat, du parrainage et de l'autofinancement¹⁰⁹. Pour nombre de petites et moyennes entreprises, l'accès à ces canaux traditionnels de financement est de plus en plus limité¹¹⁰. En raison de la crise économique mondiale conjuguée aux multiples priorités, les budgets alloués par l'ensemble de ces partenaires au secteur culturel ont considérablement baissés au cours de la dernière décennie entraînant des restrictions à l'accès au soutien financier.

En ce qui concerne le financement public, il est en grande partie supporté par le MCT. Qualifié parfois de « parent pauvre » par rapport aux autres départements ministériels, le MCT dispose d'un budget de moins d'1% du budget global de l'Etat (confert tableau de l'annexe N°1 sur « *l'évolution annuelle du budget du MCT de 2007 à 2012* »). Son apport financier au secteur culturel ne peut qu'être limité. Suivant des lignes budgétaires dévolues à la promotion des activités culturelles¹¹¹, il accompagne les porteurs de projets culturels au travers des subsides. D'un montant d'environ 185 millions de francs Cfa par an, soit 282 033 euros, ces subventions sont destinées essentiellement au cinéma (Fonds de Développement des Activités Cinématographiques), aux initiatives culturelles et à la musique (Fonds de soutien aux arts et à la culture)¹¹².

Pour accroître davantage la productivité et la capacité financière de ces entreprises, il appartient alors à l'Etat et aux acteurs privés de repenser les politiques de financements de la culture. Cela pourrait se traduire par la mise en place d'un dispositif de financement propre au secteur culturel comme c'est le cas dans certains pays (Belgique¹¹³, France¹¹⁴, Canada¹¹⁵, Bénin¹¹⁶, etc.). C'est dans cette optique que

¹⁰⁸ Ministère de la culture et du tourisme, *Document de présentation de l'Agence de développement des industries culturelles et créatives (ADICC)*, Novembre 2013, Ouagadougou, p. 16.

¹⁰⁹ Ministère de la Culture et du Tourisme (MCT), *Rapport de l'étude de faisabilité d'un mécanisme de financement et d'appui technique des entreprises culturelles au Burkina Faso*, novembre 2012, Ouagadougou, pp. 21-33.

¹¹⁰ Soura Y., *Enjeux et défis des entreprises culturelles du Burkina Faso : Cas des entreprises culturelles de la filière des arts du spectacle*, Mémoire de fin de cycle, Ecole Nationale d'Administration et de Magistrature (ENAM), Ouagadougou, juin 2012, p. 23.

¹¹¹ Ministère de la culture et du tourisme, *Document de présentation de l'Agence de développement des industries culturelles et créatives (ADICC)*, Novembre 2013, Ouagadougou, p. 16.

¹¹² Ouédraogo S., *La problématique du financement des initiatives culturelles privées au Burkina Faso*, Mémoire de fin de cycle, Ecole Nationale d'Administration et de Magistrature (ENAM), Ouagadougou, juin 2013, p. 15.

¹¹³ Fonds d'Investissement pour les Entreprises Créatives

¹¹⁴ Institut de Financement du Cinéma et des Industries Culturelles

¹¹⁵ Société de Développement des Entreprises Culturelles (Québec)

¹¹⁶ « Le milliard culturel »

le Burkina Faso voudrait se doter d'une politique d'aide publique aux industries culturelles pour pallier aux difficultés d'accès au financement afin de faire de ces industries un facteur de croissance économique et social. Pour y parvenir, le MCT a procédé à des études préalables. Ces études ont démontré d'une part, la vitalité et le potentiel des industries culturelles et d'autre part, le besoin pressant de financement du secteur culturel. L'on a alors abouti à l'élaboration d'un document final de mise en place d'une Agence nationale de Développement des Industries Culturelles et Créatives (ADICC) qu'il faudrait doter d'un budget de près de 19 milliards de francs Cfa (soit 28 965 622 Euros) au cours de cinq (05) années premières de fonctionnement¹¹⁷. Les filières qui seront éligibles sont entre autres : la musique enregistrée, le cinéma et l'audiovisuel, le livre, les arts de la scène, l'artisanat d'art, les arts plastiques et appliqués, le patrimoine culturel et le multimédia à contenu culturel.

La mise à disposition des entrepreneurs culturels au Burkina Faso d'un mécanisme public de financement, notamment l'ADICC, pourrait s'avérer un instrument fondamental pour le développement d'industries culturelles naissantes. Mais cet outil de financement ne pourrait être viable que s'il s'opère dans un cadre professionnel. Malheureusement, le paysage culturel burkinabè est marqué par la prédominance de l'économie informelle et par une kyrielle d'entrepreneurs culturels individuels ou collectifs, peu organisés et peu qualifiés¹¹⁸. La structuration du secteur culturel au Burkina Faso repose largement sur la dynamique associative. Les politiques de soutien au secteur ont été précédemment élaborées suivant la logique de la subvention, non pas en direction des entreprises, mais sur une aide au projet. Cette forme de soutien a confiné ces associations culturelles dans un schéma classique, où elles sont peu enclines à évoluer vers un modèle entrepreneurial basé sur une structuration en entreprises dont le besoin principal est le financement de l'investissement. Pour ce faire, le renforcement des capacités des acteurs culturels serait une exigence pour la réussite d'un tel projet.

Les subventions publiques restent aussi confrontées à deux difficultés majeures, à savoir la faiblesse des ressources allouées et le nombre élevé de demandeurs. Ainsi, la multiplication des acteurs du secteur culturel réduit l'efficacité de la subvention à partager entre plusieurs demandeurs étant donné que les projets et initiatives artistiques et culturels foisonnent de jour en jour. Ce qui réduit les marges de manœuvre des bénéficiaires dans la mesure où la chaîne de production-distribution des biens et services culturels nécessite de grands moyens, et cela empêche le développement d'une véritable assise et une structuration des entreprises. En somme, la structuration et la professionnalisation des acteurs culturels ainsi que la légalisation et la formalisation des entreprises culturelles seraient un gage pour la fiabilité, la vitalité et la rentabilité de ce mécanisme de financement.

¹¹⁷ Ministère de la culture et du tourisme, *Document de présentation de l'Agence de développement des industries culturelles et créatives (ADICC)*, Novembre 2013, Ouagadougou, p. 37

¹¹⁸ Organisation Internationale de la Francophonie, *Profil culturel des pays du Sud, membres de la Francophonie. Un aperçu des pays de l'UEMOA : Le Sénégal, le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire*, 2004, p. 10.

Alors, comment l'ADICC peut-elle parvenir à optimiser son soutien financier dans un environnement marqué par une faible structuration des acteurs (culturels) et par une prédominance de l'économie informelle? Comment peut-elle faire partager par tous les acteurs culturels ses objectifs et leur offrir un appui technique adéquat? Quel est le rôle de la communication dans sa mise en œuvre? Ces questions constituent la toile de fond de la présente étude.

III. 3. 1. Objectifs de l'étude

Objectif général

Contribuer à la consolidation des actions de mise en place de l'Agence nationale de développement des industries culturelles et créatives (ADICC).

Objectifs spécifiques

- faire un état des lieux du financement public de la culture au Burkina Faso,
- identifier les processus d'intervention et les actions à mettre en place pour un renforcement des capacités des acteurs culturels par l'élaboration d'un plan de communication

III. 3. 2. Hypothèses de recherche

Pour répondre aux questions précédemment posées, trois hypothèses ont été formulées.

Hypothèse principale

Pour optimiser les retombées du soutien financier et des programmes d'accompagnement professionnel qu'elle offre aux entreprises culturelles, l'ADICC doit se doter d'une stratégie de communication lui permettant de répondre efficacement à leurs besoins de formation et d'information.

Hypothèses secondaires

Hypothèse secondaire 1 : L'approche communication favorise une collaboration plus systématique des parties prenantes (pouvoirs publics, partenaires financiers et acteurs culturels) et facilite une meilleure compréhension par les bénéficiaires (entrepreneurs culturels) des objectifs et des enjeux socio-économiques de l'organisation.

Hypothèse 2 : L'approche communication aboutit à un réel renforcement des capacités des acteurs culturels en matière de gestion d'entreprises culturelles et produire les résultats attendus.

III. 4. Résultats et recommandations

La présente section fait la synthèse des résultats des travaux de terrain réalisés à Ouagadougou, au Burkina Faso et en Belgique, dans le cadre du stage professionnel.

Les entretiens réalisés à Ouagadougou nous ont permis de comprendre le regard porté par les acteurs culturels sur l'agence de développement des industries culturelles et créatives.

Certains répondants demeurent optimistes par rapport à sa création et à sa mise en œuvre. Ils saluent cette initiative de l'État. Cela se traduit par une marque de soulagement comme si l'épineuse question de financement de la culture serait enfin résolue.

Par contre, certains acteurs culturels dissimulent leur pessimisme et estiment que l'ADICC n'est pas forcément la solution. Car les maux qui minent le secteur culturel relèvent plus de sa désarticulation, de la faible organisation des acteurs, de l'amateurisme et de l'émiettement des initiatives culturelles. Ils jettent également un discrédit sur la gestion opaque passée des fonds de financement dédiés à la culture. Les propos de notre interlocuteur **C**¹¹⁹ sont illustratifs de ce point de vue : *« Je ne suis pas trop partant pour l'ADICC parce qu'il vient pour financer un secteur qui est mal structuré. Je prends en exemple le cinéma burkinabè qui n'a pas encore compris qu'il faut changer de système de fonctionnement. Il est désarticulé. Il n'existe aucun modèle économique qui marche »*. Il dénonce également la mauvaise gestion des entreprises : *« L'entreprise repose sur la seule personne du fondateur. Il n'existe pas véritablement un projet d'entreprise. Le créateur ne peut pas être à la fois chef d'entreprise, c'est-à-dire administrateur-gestionnaire et réalisateur. Il y a certains entrepreneurs culturels qui font à la fois la réalisation, la production, la distribution; tout, et finalement rien. L'ADICC, c'est bien beau, mais la réalité est là »*, renchérit-il.

La position de certains administrateurs culturels est plutôt nuancée. Conscients des maux qui minent le secteur de la culture burkinabè, ils émettent des réserves. Bien que la mise place de l'ADICC soit nécessaire pour pallier les difficultés qu'éprouvent les entreprises culturelles burkinabè à accéder aux financements, ils sont conscients qu'elle n'est pas la panacée pour le secteur culturel. Certains maux sont inhérents au fonctionnement et à la structuration même des entreprises culturelles. À ce propos, notre interlocuteur **D**¹²⁰ donne son opinion en ces termes : *« nos entreprises culturelles évoluent à majorité dans l'informel. Très peu tiennent une comptabilité. Elles n'ont aucun plan de développement et ne disposent pas de personnel qualifié. Elles n'ont aucune stratégie de conquête du marché. Les entrepreneurs ne savent pas ce que c'est qu'un business plan. Et la gestion de l'entreprise repose sur la seule personne de l'entrepreneur, c'est-à-dire celui qui a initié le projet »*. Il ajoute qu'*« il faut quitter cette question de la spécificité du secteur culturel et considérer les entreprises culturelles comme les*

¹¹⁹ Entretien réalisé avec notre interlocuteur **C** le 09/09/2014 de 15h 30 à 17h

¹²⁰ Entretien réalisé avec notre interlocuteur **D** le 27/08/2015 de 14h à 15h 10.

autres entreprises. Pour ce faire il faut adopter des règles rigoureuses de gestion comme c'est le cas dans les autres entreprises ».

La perception donc des acteurs culturels sur le projet de création de l'ADICC est positive d'une manière générale. Mais, ils relèvent que le succès de cette agence reposera sur la capacité des entrepreneurs culturels à maîtriser les outils en matière de gestion d'entreprise et à s'inscrire dans une logique entrepreneuriale. La prédominance de l'économie informelle marquée par une faible structuration des entreprises du secteur culturel est inhérente à la faible capacité professionnelle des promoteurs culturels. Il convient, en amont, de travailler à une meilleure structuration des filières et des entreprises culturelles.

III. 4. 1. De la structuration des filières et des entreprises culturelles

La structuration des filières culturelles est un processus long et complexe. Pour y parvenir, il faut d'abord commencer par une analyse des problématiques de chacune des filières et procéder à une offre d'accompagnement professionnel continu en fonction des besoins de chacune d'elles. Le regroupement en organisations professionnelles n'est pas suffisant pour parler véritablement d'une structuration du secteur culturel. Il appartient aux entreprises culturelles de se spécialiser d'abord dans les différentes fonctions de production des biens culturels.

Les entreprises culturelles ont tendance à vouloir prendre des responsabilités correspondant à tous les maillons de la chaîne de production. En se spécialisant, elles pourront se regrouper en organisations professionnelles, en structures faitières ou en corps de métiers au sein de chaque maillon de la chaîne, pour influencer les politiques publiques. C'est aussi l'occasion d'évoluer vers une contractualisation dans les relations de travail. Les entreprises culturelles informelles gagneraient également à se formaliser et à s'inscrire dans une logique entrepreneuriale et à être en règle vis-à-vis de la fiscalité, car leur crédibilité et leur professionnalisme en dépendent. Les entreprises culturelles sont en mutation constante et leurs capacités de production et de distribution de biens culturels se diversifient malgré les difficultés à couvrir tous les maillons de la chaîne de production. Toutefois, elles sont confrontées à une série d'obstacles qui les incitent à rester en marge de la législation pénale, sociale, mais aussi fiscale et elles échappent ainsi à la comptabilité nationale. Très peu d'entre elles sont de véritables entreprises disposant d'un statut juridique, d'un projet d'entreprise et d'une gestion d'entreprise¹²¹.

On comprend que la structuration des entreprises culturelles au Burkina Faso se situe à plusieurs niveaux. Le travail de la structuration relève de l'ordre de la formation et de l'appui-conseil qui visent à renforcer les capacités professionnelles des entrepreneurs culturels pour leur permettre de mieux développer leurs entreprises. La formation et l'appui-conseil font appelle à une approche « communication » qui peut agir positivement sur les objectifs du projet « ADICC » par exemple. Dans

¹²¹ Organisation Internationale de la Francophonie, *Profil culturel des pays du Sud, membres de la Francophonie. Un aperçu des pays de l'UEMOA : Le Sénégal, le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire*, 2004, p. 10.

ce cas, l'ADICC, devra placer la communication au centre de son processus de mise en œuvre puisque le renforcement des capacités de ses bénéficiaires, notamment les entrepreneurs culturels occupe une place prépondérante.

III. 4. 2. Le rôle de la communication pour l'Agence de Développement des Industries Culturelles et Créatives (ADICC)

La communication autour de l'ADICC est nécessaire pour répondre à six besoins essentiels :

❖ Les besoins de sensibilisation

L'enjeu de la sensibilisation est de faire en sorte que les messages diffusés sur le projet soient acceptés et adoptés par les acteurs culturels, les partenaires et la population.

❖ Les besoins de formation

L'objectif de la formation est d'apporter un enseignement, de transmettre aux acteurs culturels des aptitudes professionnelles à réaliser certaines tâches liées à la gestion des projets d'entreprises culturelles ou compléter leurs connaissances. Cette approche de formation s'inscrit dans une communication de proximité à travers des ateliers à effectifs réduits.

❖ Les besoins d'informations

L'information peut avoir un intérêt pratique immédiat pour le projet en vue de faire passer des annonces diverses, de faciliter des échanges d'information entre les partenaires et les acteurs culturels, d'améliorer la participation des partenaires aux projets et de dynamiser la collaboration entre les acteurs.

❖ les besoins de promotion

La promotion vise à donner de la visibilité au projet, justifier son importance et son action, inciter les bénéficiaires à s'impliquer, susciter la demande de partenariat, légitimer davantage l'existence du projet auprès des partenaires, des pouvoirs publics et des acteurs culturels et à termes faciliter la collaboration entre l'ensemble des parties prenantes.

❖ les besoins de lobbying

Le lobbying visera ici à établir une véritable relation de partenariat entre les professionnels et les décideurs et à faire valoir le bien-fondé du projet.

❖ les besoins de diffusion des bonnes pratiques en entrepreneuriat culturel

Il s'agit ici de promouvoir et de stimuler l'entrepreneuriat culturel à travers un bulletin d'information culturelle qui sera dénommé « *Le bulletin de l'entrepreneur culturel et créatif* ».

Pour répondre à ces besoins, il faudra mettre en place, un plan de communication. En donnant de la visibilité à l'ADICC, une bonne approche de communication pourrait d'abord favoriser une collaboration plus systématique entre les parties prenantes. Ensuite, elle peut faciliter une meilleure compréhension

par les bénéficiaires (entrepreneurs culturels) des objectifs et des enjeux socio-économiques du projet. Enfin, cette approche peut également aboutir à un réel renforcement de leurs capacités techniques et professionnelles en matière de gestion des projets d'entreprises culturelles et produire les résultats attendus. Nonobstant le rôle de la communication, il faudra repenser le modèle économique de financement des entreprises culturelles au Burkina Faso.

III. 4. 3. Évoluer vers un modèle économique de financement orienté sur l'entreprise

Les acquis théoriques et pratiques reçus durant le stage nous ont également permis d'approfondir nos connaissances sur la question du financement de la culture. En Belgique, tout comme au Burkina Faso, la culture souffre d'une façon générale de la faiblesse des financements aussi bien publics que privés. En Belgique, il existe tout de même différentes sources de financement du secteur culturel. Le financement public est représenté par les subventions de l'État, des régions et des communes. Le financement privé est caractérisé par l'intervention des banques et établissements financiers, des associations, du sponsoring, du mécénat, du parrainage et de l'autofinancement.

La Région wallonne, par exemple, dispose d'un fonds de financement propre aux industries culturelles et créatives. Il s'agit du fonds d'investissement pour les entreprises créatives, dénommé St'Art, crée en 2009, à l'initiative commune de la Région wallonne et de la Fédération Wallonie-Bruxelles. Il a pour objectif de soutenir le développement de l'économie créative. Son modèle économique de financement repose sur le prêt et la prise de participation aux entreprises culturelles et créatives orientées dans une logique de rentabilité économique. Le taux d'intérêt du prêt varie entre 4 et 5% et la prise de participation (action) demeure minoritaire. Elle ne dépasse pas 10% au sein d'une entreprise. Son capital global initial était de 16 millions d'euros. Les éléments d'analyse du dossier de prêt ou de prise de participation reposent en particulier sur le plan d'affaires de l'entreprise (plus-value en termes de rentabilité financière et d'emplois générés). Le fonds St'Art n'octroie pas de subsides aux associations sans but lucratifs (ASBL). Elles dépendent alors des subventions du Ministère de la Culture de la Fédération Wallonie-Bruxelles. À la date du 17 juillet 2014, le fonds St'Art aurait financé trente-cinq (35) entreprises professionnelles. En termes de risques, c'est seulement 10% des entreprises qui ont fait faillite. Les difficultés de remboursement sont marginales selon l'interviewé **F**¹²². Ce modèle économique de financement minimise à notre sens les risques et garantit véritablement la survie de la structure bénéficiaire et de celle qui octroie. Ce modèle nourrit notre réflexion par rapport au mode de financement par projet des entreprises culturelles au Burkina Faso. Pour développer véritablement un secteur privé de la culture, l'ADICC pourrait envisager ce modèle économique de financement orienté vers des entreprises (déjà structurées) en tenant compte de la viabilité économique de l'entreprise (plus-value en termes de rentabilité financière et d'emplois générés) demandeuse de subvention, de

¹²² Entretien réalisé avec l'interviewé **F** le 17/07/2014 en Belgique lors de notre stage professionnel de 16h à 18h.

prêt, de garantie ou de prise de participation. Cela s'inscrit dans une logique de rentabilité économique et financière, donc dans la perspective de développer une économie de la culture.

Chapitre IV. Projet d'élaboration d'un plan de communication pour l'Agence nationale de Développement des Industries Culturelles et Créatives (ADICC) au Burkina Faso

IV. 1. Contexte et justification

À l'instar de nombreux pays en développement, le secteur culturel devient de plus en plus un enjeu stratégique pour une modernisation de l'économie au Burkina Faso. Sa contribution au PIB était de l'ordre de 2,02% en 2009 et la proportion des actifs occupés représentait 1,78 %, soit près de deux cent mille employés¹²³. Mais, ce secteur reste confronté à un problème de financement. Les financements extérieurs sont en baisse en raison de la conjoncture économique et les subventions de l'Etat restent limitées, donc en deçà des attentes des acteurs culturels. Bien qu'il existe un potentiel de création et de production des biens et services culturels relativement important, les entreprises culturelles demeurent en grande partie faiblement développées et structurées avec une base financière faible. Pourtant, elles représentent aujourd'hui un enjeu socio-économique important pour le pays. Conscient de cet état de fait, le Burkina Faso s'est engagé résolument en 2012 dans la mise en place d'un mécanisme de financement public des entreprises culturelles en vue d'accroître, à moyen et à long termes, les impacts du secteur de la culture sur le développement économique et social. Une étude de faisabilité a conduit ainsi à la création d'une Agence nationale de développement des industries culturelles et créatives courant 2015-2016. Cette agence aura pour mission de soutenir au plan financier les entreprises culturelles en vue d'accroître leur base financière et leur capacité d'investissement dans des projets culturels et créatifs. Pour que l'appui financier puisse produire les résultats attendus, l'agence devra aussi travailler au renforcement des capacités des acteurs culturels. Pour parvenir à mettre en place cette agence, de nombreuses concertations et études préalables se sont penchées sur les stratégies de sa mise en œuvre, son management, ses outils de gestion, son suivi-évaluation et ses textes d'applications. Cependant, le volet de la communication a été très rarement évoqué ou parfois effleuré. Pourtant, la communication est fondamentale dans ce projet dont le but est d'apporter une aide publique à des milieux professionnels culturels épars. C'est l'approche « communication » qui donnera véritablement de la valeur ajoutée à l'accompagnement professionnel des acteurs culturels. Elle suppose sensibilisation, information et formation. La démarche information/formation permet de renseigner les acteurs culturels sur les modalités de mise en œuvre de l'ADICC et de renforcer leurs capacités professionnelles. Elle permet également de mettre en place un système de veille informationnelle sur les financements extérieurs destinés au secteur culturel mais aussi sur les industries culturelles en constante évolution avec l'avènement du numérique qui modifie sans cesse les modes de production, de distribution et de consommation des produits culturels.

¹²³Ministère de la Culture et du Tourisme (MCT), *Etude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique du Burkina Faso*, Ouagadougou, mai 2012, p. 7.

L'approche de la communication relève de la planification. Dès le début de mise en œuvre de l'agence, il faudra mettre en place un plan de communication en phase avec l'évolution du secteur culturel. D'où l'intérêt du présent projet dénommé « plan de communication de l'ADICC ». Ce plan de communication s'inscrit dans le cadre d'une stratégie globale de communication en phase avec l'évolution des innovations technologiques au Burkina Faso. Il mobilise plusieurs outils de communication et prend en compte la définition des objectifs, l'identification des publics cibles, les moyens et ressources, les coûts, les résultats attendus, la planification des activités, le suivi et l'évaluation, le cadre logique, etc.

IV.2. Description du projet

Ce projet de plan de communication est porté par l'ADICC qui sera une structure financièrement autonome et bénéficiant de prérogatives de puissance publique, placée sous la tutelle financière du Ministère de l'Economie et des Finances et sous la tutelle administrative du Ministère de la Culture et du Tourisme. C'est une stratégie de communication, d'information, de sensibilisation, de formation et d'appui-conseil. Elle vise à donner une plus grande visibilité à l'ADICC auprès de son public, de ses partenaires et de la population à travers une vision stratégique du Web, des ateliers de formation et des relations médias. L'élaboration du plan de communication couvre une période de sept (07) mois avant le début de mise en œuvre de l'agence.

IV. 2. 1. Vision, objectifs et résultats attendus du plan de communication

Tableau 4 : Vision, objectifs et résultats attendus du plan de communication

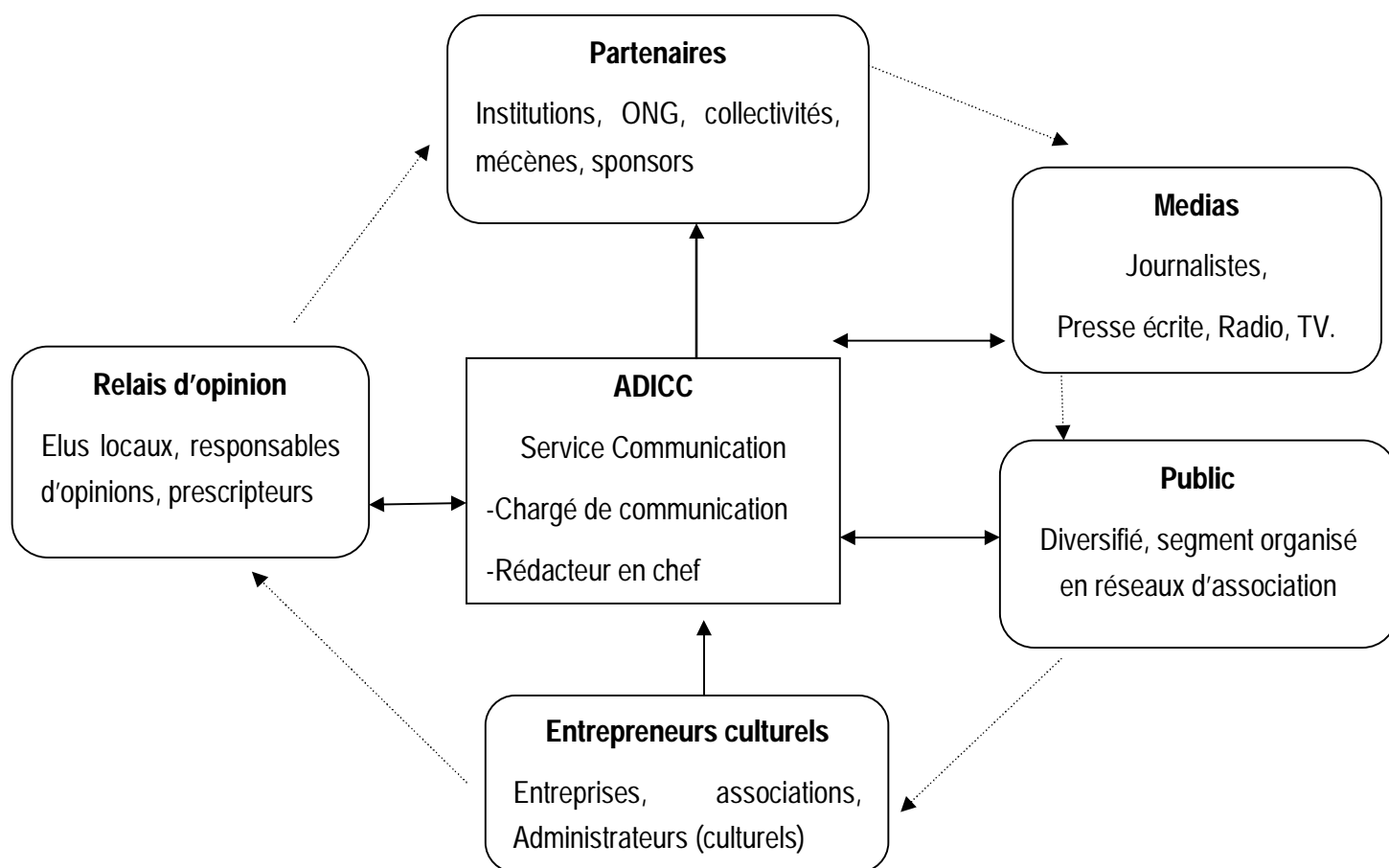
Le plan de communication de l'ADICC		
Vision	Donner de la visibilité à l'ADICC auprès de ses partenaires en favorisant une collaboration plus systématique et en offrant un accompagnement professionnel aux entrepreneurs culturels	
Objectifs	Objectif général	Positionner l'ADICC comme un partenaire économique de première importance pour le développement des industries culturelles et créatives au Burkina Faso en présentant sa vision, son approche de la culture, ses outils d'intervention et ses ressources professionnelles et financières.
	Objectifs spécifiques	<p>Informer 90 % des acteurs culturels (parties prenantes) de l'existence de l'ADICC dès la 1^{ère} année de sa mise en œuvre à travers les médias, des dépliants et un site Web.</p> <p>Sensibiliser 60% des entrepreneurs culturels sur les bonnes pratiques à observer dans la réalisation et la mise en œuvre des activités de l'ADICC pour l'atteinte de ses objectifs dès les 05 premiers mois de sa mise en œuvre.</p> <p>Organiser 42 ateliers de formation (soit 3 ateliers par région en moyenne par région/13) en vue d'assurer un accompagnement professionnel à 30% des entrepreneurs culturels dès la première année de mise en œuvre de l'ADICC.</p> <p>Organiser une conférence en vue de mettre à contribution des universitaires, des spécialistes nationaux et internationaux, des chercheurs, des organisations internationales des industries culturelles et créatives dès le 6^{ème} mois de mise en œuvre de l'ADICC.</p>
Résultats attendus	<p>90 % acteurs culturels (parties prenantes) sont informés de l'existence de l'ADICC dès la 1^{ère} année de sa mise en œuvre. Les activités de l'ADICC sont visibles et suscitent de l'intérêt auprès des acteurs culturels, des partenaires et des populations.</p> <p>60 % des entrepreneurs culturels sont sensibilisés sur les bonnes pratiques à observer pour l'atteinte des objectifs de l'ADICC dès les 05 premiers mois de sa mise en œuvre. Ils saisissent mieux ses enjeux, ses objectifs et sa stratégie de mise en œuvre. Ce qui leur permet de mieux situer leur rôle dans ce projet.</p> <p>39 ateliers de formation (soit 3 ateliers par région/13) sont organisés dès la première année de mise en œuvre de l'ADICC en vue d'assurer un accompagnement professionnel à 30% des entrepreneurs culturels.</p> <p>Les entrepreneurs culturels maîtrisent au fur et à mesure les outils de gestion des projets d'entreprise culturelle et les filières des industries culturelles et créatives se structurent et connaissent un développement de leurs compétences professionnelles,</p> <p>Les entrepreneurs culturels soumettent des projets pertinents et de qualité aux appels à candidature de l'ADICC</p> <p>Une conférence est organisée en vue de mettre à contribution des universitaires, des chercheurs, des organisations internationales, des spécialistes nationaux et internationaux des industries culturelles et créatives dès le 6^{ème} mois de mise en œuvre de l'ADICC.</p>	

IV. 2. 3. Publics cibles

Le plan de communication s'adresse à un public à la fois large et spécifique. Il s'agit des entrepreneurs, des promoteurs ou opérateurs culturels publics et privés porteurs de projets dans les 8 filières reconnues de l'ADICC (la musique enregistrée, le cinéma et l'audiovisuel, le livre et l'édition, les arts de la scène, l'artisanat d'art, les arts plastiques et appliqués, le patrimoine culturel matériel et immatériel et les Multimédias a contenu culturel¹²⁴). Ce sont les bénéficiaires directs du projet.

De façon générale, il est destiné à la population, aux acteurs culturels et privés, aux Organisation Non Gouvernementales (ONG), aux associations culturelles, aux organisations professionnelles de la culture, aux étudiants, aux enseignants-chercheurs, aux collectivités territoriales et aux partenaires techniques et financiers.

Figure 5 : Approche « communication » de l'ADICC



¹²⁴ Ministère de la culture et du tourisme, *Document de présentation de l'agence de développement des industries culturelles et créatives (ADICC)*, Novembre 2013, Ouagadougou, p. 25.

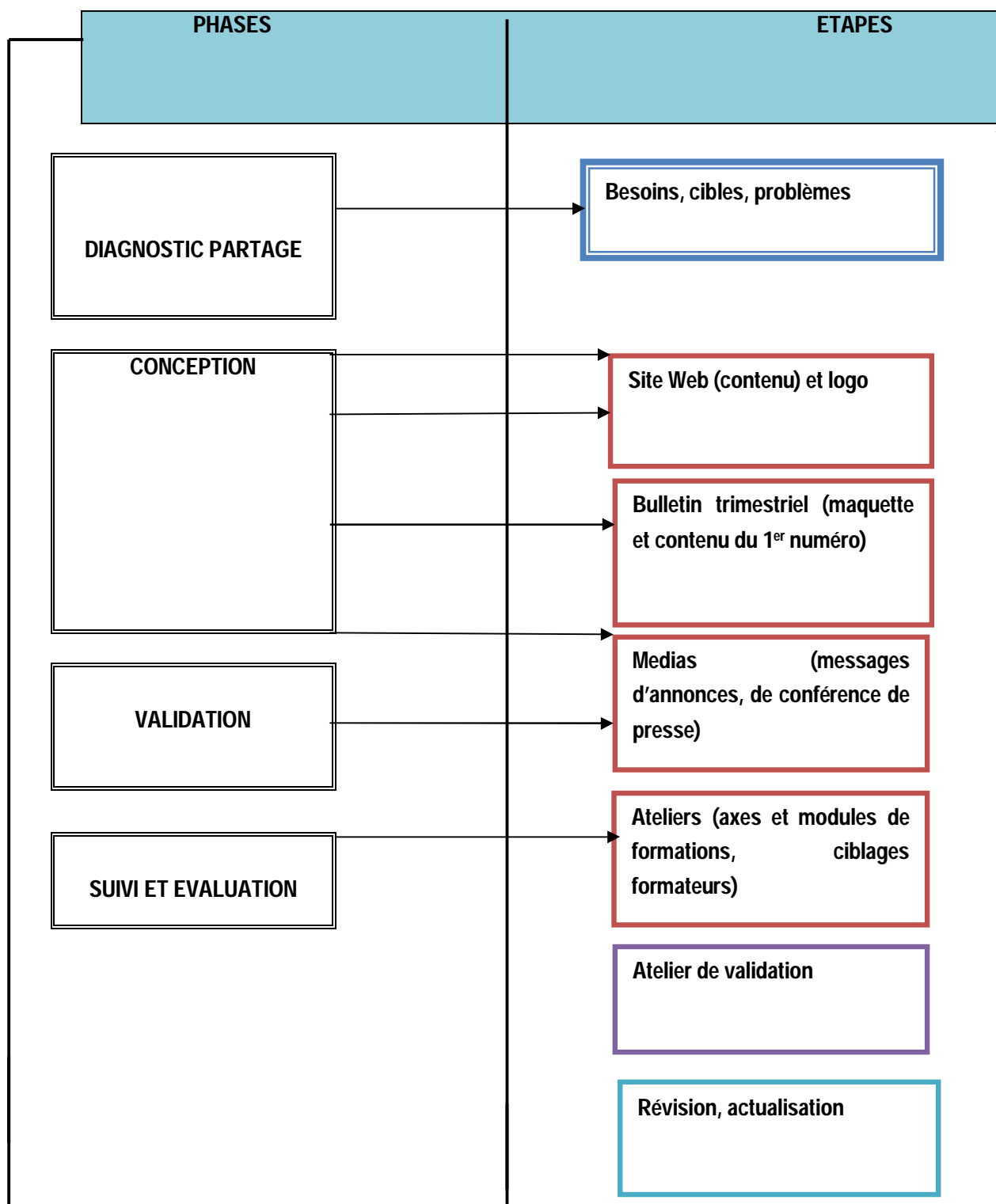
IV. 2. 4. Moyens et actions

Tableau 5 : Moyens et actions

Moyens et actions
<ul style="list-style-type: none">- mise en place une équipe de communication- création d'un site web dynamique de l'ADICC,- organisation des ateliers de formation modulaire ou thématique- création d'un bulletin trimestriel de l'entrepreneur culturel et créatif,- conception des supports de communications imprimés (dépliants) sur la charte de l'ADICC, ses objectifs et activités, ses programmes d'aide et sa politique de financement, etc.- organisation de conférences, de séminaires, de colloques en vue de mettre à contribution des universitaires, des spécialistes nationaux et internationaux, des chercheurs, des organisations internationales des industries culturelles et créatives.

IV. 3. Processus de planification de l'élaboration du plan de communication

Figure 6 : Processus de planification de l'élaboration du plan de communication



IV. 4. Cibles et objectifs de la communication

Tableau 6 : Cibles et objectifs de la communication

Cibles	Moyens de communication	Objectifs visés
Équipe-communication de l'ADICC (interne).	Travail collaboratif Réunions, lettres administratives, courriels, appels téléphoniques, boîtes à idées	Transparence et bonne circulation de l'information
Partenaires	Site web, bulletin trimestriel, courriels, lettres Internet, réunions, appels téléphoniques	suivi des actions de l'ADICC
Médias	Conférences de presse, dossiers de presse, communiqués de presse	visibilité de l'ADICC
Acteurs culturels porteurs de projets (opérateurs, promoteurs, entrepreneurs culturels publics et privés)	Site web, bulletin trimestriel, dépliants, formations et appuis-conseils (ateliers par exemple)	Adhésion, appropriation, renforcement des capacités techniques et professionnelles
Population	Site web, bulletin trimestriel, dépliants, communiqués, Conférences de presse, réseaux sociaux	Information, adhésion de la population

IV. 5. Les axes du plan de communication

Tableau 7 : Les axes du plan de communication

- Les axes de la communication	
- Axe 1 : Communication de lancement de l'agence	- Mise en route des activités de l'ADICC
- Axe 2 : Communication partenariale et de réseautage	- mise en réseau, mise en confiance, renforcement de la collaboration
- Axe 3 : Formation et appui-conseil	- Encadrement professionnel
- Axe 4 : Communication événementielle	- Evènements culturels d'envergure nationale et internationale
- Axe 5 : Veille informationnelle	- Actualité des industries culturelles
- Axe 6 : Communication post	- Bilan, rapport d'activités après la 1 ^{ère} phase de mise en œuvre de l'ADICC

IV. 6. Les outils de communication

Aujourd'hui, au Burkina Faso, l'information culturelle est relayée par de nombreux canaux de communications (presse en ligne, radio, télévision, presse écrite, etc.). Nous avons privilégié ici quatre types d'outils : le site web, les ateliers, le bulletin trimestriel d'information culturelle appelé « bulletin de l'entrepreneur culturel et créatif », les relations médias (Radios et Télévisions, presse écrite) et les dépliants.

IV. 6. 1. Le site web de l'agence

Le site web de l'agence se place au cœur du plan de communication. Il doit être dynamique et construit de façon simple pour faciliter son usage par les acteurs culturels. Il pourrait être composé de 5 grandes rubriques d'informations au niveau de sa page d'accueil :

- la présentation de l'ADICC (missions et activités),
- les actualités de l'ADICC
- les formations et l'appui-conseil
- Le bulletin de l'entrepreneur culturel et créatif
- Les programmes d'aides et de politique financière.

IV. 6. 2. Le bulletin trimestriel de l'entrepreneur culturel et créatif

Le bulletin trimestriel de l'entrepreneur culturel et créatif fait le bilan trimestriel des activités de l'agence. En plus des pages d'actualités, il met en évidence les bonnes pratiques en matière de gestion des entreprises culturelles ainsi que des exemples de projets qui ont connu du succès pour susciter de l'intérêt. Il doit être accessible en ligne via le site web et en version papier. Le bulletin devrait également être envoyé régulièrement sous forme électronique à l'ensemble des partenaires et bénéficiaires du projet à travers une liste d'envoi élaborée au préalable.

IV. 6. 3. Les ateliers de formation

Il s'agit d'une offre de formations thématiques assurées par plusieurs intervenants (professionnels, consultants, formateurs, etc.). Ces ateliers de formation visent à renforcer les compétences des participants, en gestion de projet et d'entreprises culturelles, à améliorer les capacités d'analyse, de formulation et de présentation des dossiers de demande de financement à l'ADICC ou ailleurs, renforcer les capacités de négociation avec des interlocuteurs financiers ; faciliter l'établissement de contacts et la constitution d'un réseau d'entrepreneurs culturels. Ces ateliers interactifs sont à effectifs réduits et doivent être organisés dans les treize régions du Burkina Faso. Les ateliers sont une forme de communication de proximité. Ils sont fondamentaux dans le cadre de ce projet. Par ailleurs, ils

permettent une interaction entre les acteurs, permettent d'identifier leurs besoins, facilitent une meilleure transmission du message et créent le dialogue et la concertation. Les ateliers devront être organisés régulièrement chaque trois mois à partir du début de mise en œuvre de l'agence.

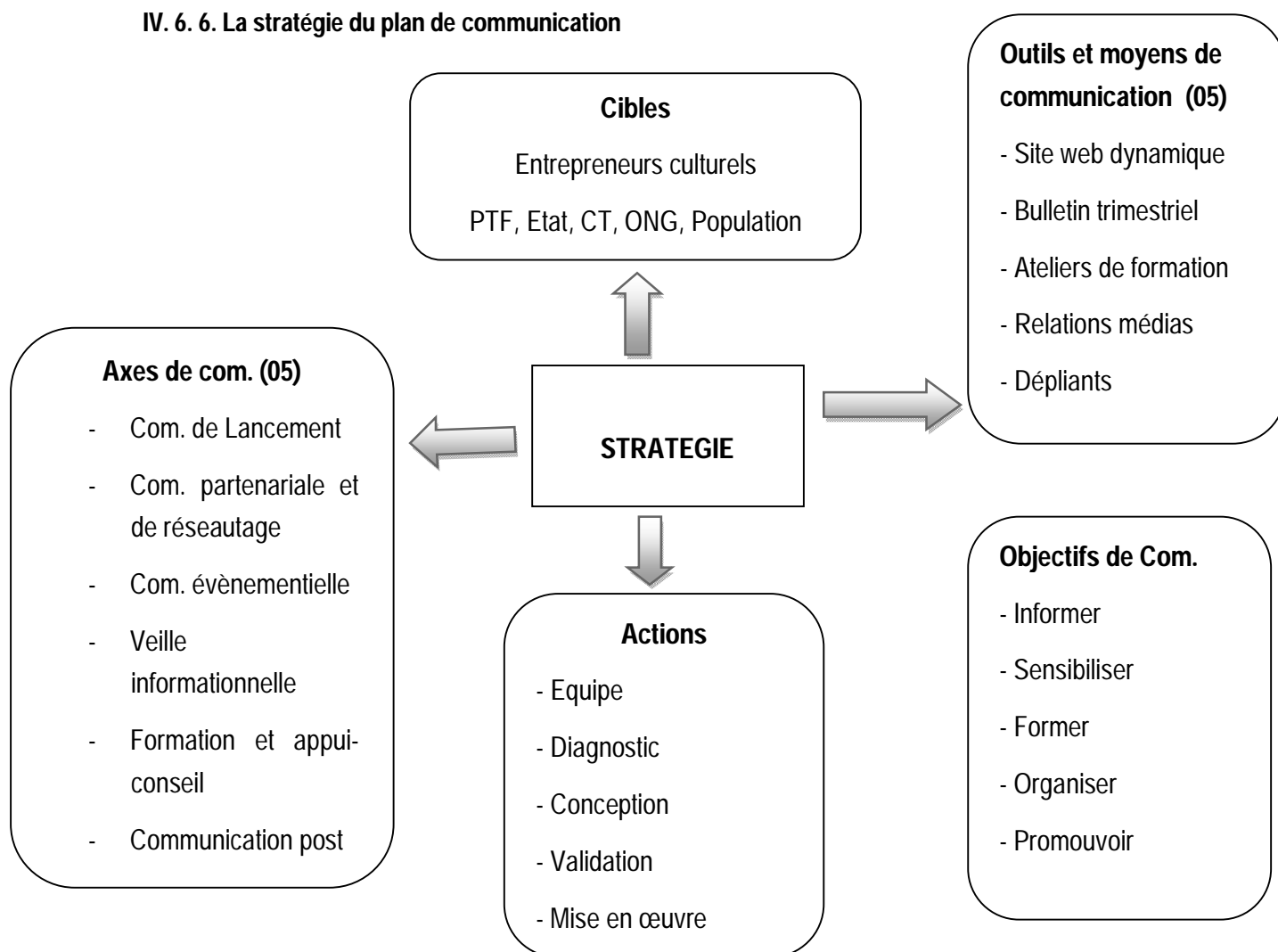
IV. 6. 4. Les supports de communication imprimés

Les dépliants ou supports de communications imprimés sont faciles d'usage. Ils présenteront l'ADICC la charte de l'ADICC, ses objectifs et activités, ses programmes d'aide et sa politique de financement. Ils doivent être régulièrement mis à jour en fonction de l'évolution du projet de financement.).

IV. 6. 5 les relations médias

Les médias (Radio, télévision, presse écrite) seront des canaux importants de diffusion des activités de l'ADICC. Ils joueront un rôle important dans sa phase de lancement à travers des conférences de presse et des communiqués de presse.

IV. 6. 6. La stratégie du plan de communication



IV. 7. Budget prévisionnel du plan de communication

Tableau 8 : Budget prévisionnel du plan de communication

IV. 8. Budget prévisionnel du projet								
Charges						Recettes		
Type	Description	Unité	Prix unitaire	Cout en CFA	Cout en Euro	Partenaires	Montants CFA	Montants Euro
I. Equipements						Fonds ADICC	6 339 000	9 678,10 €
	Ordinateurs portables	2	400 000	800 000	1 221,37 €	MCT	3 500 000	5 344,00 €
	Imprimante	2	150 000	300 000	458,01 €	PTF	2 800 500	4 275,02 €
	Photocopieuse	1	750 000	750 000	1 145,03 €			
	Appareil photo	2	200 000	400 000	610,68 €			
	Camera avec HD	2	15 000	30 000	45,80 €			
	Clé USB	2	10 000	20 000	30,53 €			
	Micro sans fil	2	135 000	270 000	412,21 €			
	Vidéoprojecteur	2	150 000	300 000	458,01 €			
	Tablette graphique	2	132 500	265 000	404,58 €			
	Disque dur externe	1	80 000	80 000	122,13 €			
Sous-total 1	Total1			3 215 000	4 908,35 €			
II. Salaires et honoraires	Frais de mission	1	650 000	650 000	992,36 €			
	Atelier de validation	40	25 000	1 000 000	1 526,71 €			
	Restauration	40	6 000	240 000	366,41 €			
	Webmaster	1	1 500 000	1 500 000	2 290,07 €			
	Infographe	1	500 000	500 000	763,35 €			
	Assurances	1	1 000 000	1 000 000	1 526,71 €			
Sous-total 2	Total2			4 890 000	7 465,61 €			
III. Frais d'administration	Internet (site Web)	1	350 000	350 000	534,35 €			
	Charges Diverses	1	2 684 500	2 684 500	4 098,74 €			
	Communication tel.	1	1 500 000	1 500 000	2 290,07 €			
Sous-total 3	Total3			4 534 500	6 923,16 €			
Total Général				12 639 500	19 297,12 €	Total	12 639 500	19 297,12 €

IV.9. Planification des activités

Tableau 9 : Planification des activités

Etapas		Juin 2015	Juillet 2015	Août 2015	Septembre 2015	Octobre 2015	Novembre 2015	Décembre 2015
Mise en place de l'équipe de la communication								
Diagnostic (besoins, cibles et problèmes)								
Conception	Site web de l'ADICC							
	Bulletin trimestriel culturel							
	Medias (messages)							
	Ateliers thématiques							
	Dépliants							
Validation de la stratégie								
Elaboration du budget								
Mise en œuvre de la stratégie								
Suivi et évaluation								

IV. 10. Diagnostic du plan de communication : forces, faiblesses, opportunités et menaces

Tableau 10 : Diagnostic du plan de communication : forces, faiblesses, opportunités et menaces

- Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> - Nombreuses études déjà réalisées sur le projet ADICC - existence de directions techniques capables de porter le projet ADICC (Direction de la promotion des industries culturelles et créatives (DPICC) et Programme d'appui au renforcement des politiques et industries culturelles (ARPIC) - soutien des partenaires techniques et financiers (OIF par exemple) - Motivation de l'équipe de pilotage du projet ADICC 	<ul style="list-style-type: none"> -faiblesse des ressources financières souvent affectées à la communication dans les projets -lourdeurs administratives -l'offre de la connexion internet parfois faible -capacité du plan de communication à couvrir toute l'étendue du territoire -ressources financières requises pour l'ADICC -retards dans le démarrage des activités de l'ADICC 	<ul style="list-style-type: none"> -culture comme une priorité Gouvernementale -engagement de l'Etat pour la création de l'ADICC suite aux recommandations de la SCADD et de la PNC -dynamisme des acteurs culturels -existence d'organisations professionnelles dans le secteur de la culture et de structures faitières -vulgarisation des TIC et de l'internet au Burkina Faso -disponibilité de ressources humaines compétentes dans divers domaines de la communication -existence des médias locaux et nationaux -existence de journalistes culturels 	<ul style="list-style-type: none"> - faible accès des acteurs culturels à l'internet -faible niveau de formation (analphabétisme) des acteurs culturels du privé -inadaptation du matériel technique -diffusion massive des informations avec l'avènement du numérique, -mauvaise gestion financière -mauvaise gestion des risques -stabilité politique du pays

IV. 11. Cadre logique

Tableau 11 : Cadre logique

	Logique d'intervention	Indicateurs objectivement vérifiables (IOV)	Sources de vérifications
Objectif général	Positionner l'ADICC comme un partenaire économique de première importance pour le développement des industries culturelles et créatives au Burkina Faso en présentant sa vision, son approche de la culture, ses outils d'intervention et ses ressources professionnelles et financières.	-Nombre d'activités de communication et d'informations réalisées auprès des parties prenantes	-Rapports d'activités de suivi et d'évaluation de l'équipe de la communication, - Enquêtes, sondage, bases de données
Objectifs spécifiques	Informer 90 % des acteurs culturels (parties prenantes) de l'existence de l'ADICC dès la 1 ^{ère} année de sa mise en œuvre à travers les médias, des dépliants et un site Web.	-Nombre d'activités de communication et d'informations réalisées -Nombre d'acteurs culturels informés	Base de données, enquêtes, sondages
	Sensibiliser 60% des entrepreneurs culturels sur les bonnes pratiques à observer dans la réalisation et la mise en œuvre des activités de l'ADICC pour l'atteinte de ses objectifs dès les 05 premiers mois de sa mise en œuvre.	Nombre d'entrepreneurs culturels sensibilisés	-Rapports d'activités de sensibilisation -Liste de présence
	Organiser 42 ateliers de formation (soit 3 ateliers par région en moyenne par région/13) en vue d'assurer un accompagnement professionnel à 30% des entrepreneurs culturels dès la première année de mise en œuvre de l'ADICC.	-Nombre d'ateliers organisés -Nombre d'entrepreneurs culturels formés	-Rapports d'ateliers -Liste de présence
	Organiser une conférence en vue de mettre à contribution des universitaires, des spécialistes nationaux et internationaux, des chercheurs, des organisations internationales des industries culturelles et créatives dès le 6 ^{ème} mois de mise en œuvre de l'ADICC.	Nombre de participants à la conférence	-Rapports de conférence -Liste de présence
Résultats	90 % acteurs culturels (parties prenantes) sont informés de l'existence de l'ADICC dès la 1 ^{ère} année de sa mise en œuvre. Les activités de l'ADICC sont visibles et suscitent de l'intérêt auprès des acteurs culturels, des partenaires et des populations.	Dossiers de candidature au fonds « ADICC »	Base de données
	60 % des entrepreneurs culturels sont sensibilisés sur les bonnes pratiques à observer pour l'atteinte des objectifs de l'ADICC dès les 05 premiers mois de sa mise en œuvre. Ils saisissent mieux ses enjeux, ses objectifs et sa stratégie de mise en œuvre. Ce qui leur permet de mieux situer leur rôle dans ce projet.	La pertinence des projets et des plans d'affaires	enquêtes, sondage, bases de données

	39 ateliers de formation (soit 3 ateliers par région/13) sont organisés dès la première année de mise en œuvre de l'ADICC en vue d'assurer un accompagnement professionnel à 30% des entrepreneurs culturels.	- La pertinence des projets et des plans d'affaires	- Base de données, enquêtes, sondages -
	Les entrepreneurs culturels maîtrisent au fur et à mesure les outils de gestion des projets d'entreprise culturelle et les filières des industries culturelles et créatives se structurent et connaissent un développement de leurs compétences professionnelles	- La pertinence des projets et des plans d'affaires	- Enquêtes
	Les entrepreneurs culturels soumettent des projets pertinents et de qualité aux appels à candidature de l'ADICC	- La pertinence des projets et des plans d'affaires	- Enquêtes
	Une conférence est organisée en vue de mettre à contribution des universitaires, des chercheurs, des organisations internationales, des spécialistes nationaux et internationaux des industries culturelles et créatives dès le 6 ^{ème} mois de mise en œuvre de l'ADICC.	- Contributions des universitaires, des chercheurs, des organisations internationales, des spécialistes nationaux et internationaux des industries culturelles et créatives	- Rapports, actes
Activités	créer un site web de l'ADICC	- Visites du site par les internautes	- Base de données
	- concevoir des supports de communications imprimés (dépliants)	- Le nombre de dépliants distribués	- Les dépliants distribués
	- créer un bulletin trimestriel de l'entrepreneur culturel et créatif	- Le nombre de bulletins édités et diffusés par trimestre	- bulletins édités et diffusés par trimestre -
	- organiser des ateliers de formation	- Nombre de formations	- Rapports de formations - Fiche d'évaluation, enquêtes
	- Organiser une conférence	- Nombre de participants	- Rapports de conférence
	- Mise en place de l'équipe chargée de la communication	- Critères de recrutement des membres de l'équipe de la communication, - Annonce de l'appel à candidature ; - Sélection et publication des résultats du recrutement	Rapports d'activités de l'équipe de la communication

L'analyse SWOT, nous permet de tirer les enseignements suivants :

Les faiblesses sont des éléments d'alerte pouvant permettre de corriger les dysfonctionnements qui peuvent entraver la mise en œuvre du plan de communication. Elle peut permettre par exemple d'anticiper sur les lourdeurs administratives.

Les menaces sont des éléments liés à l'environnement externe sur lesquels, l'on peut s'appuyer pour mieux positionner l'approche de la communication de l'ADICC dans son environnement et faire face aux risques et menaces.

L'analyse des forces et des opportunités permet de corriger les faiblesses du plan de communication, de minimiser les risques et de disposer d'une organisation efficace. Elles permettent également d'assurer la pérennité du plan de communication et l'implication des bénéficiaires dans sa mise en œuvre.

IV. 12. Suivi et évaluation du plan de communication

Le suivi consistera à surveiller et analyser de façon régulière, à travers des réunions, l'évolution des activités en vue de s'assurer que le plan élaboré est exécuté comme prévu, détecter les écarts éventuels et identifier les difficultés rencontrées.

L'évaluation de la stratégie de communication se fera dès la première année de mise en œuvre de l'ADICC à travers une évaluation qualitative et une évaluation quantitative. L'évaluation quantitative se fera à travers des enquêtes et des sondages auprès des groupes cibles. A la fin d'une session de formation pendant les ateliers par exemple, les participants seront soumis à un questionnaire d'évaluation. Le nombre d'internautes sur le site de l'ADICC permet également d'évaluer son utilisation. Chaque outil de communication sera donc évalué en vue de savoir celui qui est le plus demandé par les publics.

L'analyse de la visibilité de l'ADICC se fera aussi à partir du nombre d'articles de presse paru sur ses activités. L'évaluation qualitative se fera à travers les interviews et des enquêtes auprès des parties prenantes.

Conclusion

Le financement des entreprises culturelles au Burkina Faso requiert aujourd'hui une attention particulière de l'Etat au regard de leurs enjeux socio-économiques. Vecteurs de développement social et garantes de la diversité culturelle, elles sont désormais considérées comme un secteur clé de l'économie burkinabè. C'est pourquoi, en vue de développer davantage la dimension économique de la culture et accroître sa contribution au produit intérieur brut (PIB) et à la création d'emplois, l'Etat burkinabè s'est engagé résolument depuis 2012 à la mise en place d'un mécanisme de financement au profit des entreprises culturelles. Il s'agit de la création d'une Agence nationale de développement des industries culturelles et créatives (ADICC). L'objectif de cette agence serait de soutenir financièrement les entreprises culturelles afin de développer leurs capacités de création, de production et de distribution des biens et services culturels. Bien que le financement des entreprises culturelles demeure la préoccupation centrale de l'ensemble des acteurs culturels, ce n'est pas pour autant que la mise en place d'un dispositif de financement serait la panacée. Puisque, les nombreuses expériences de financement public et privé du secteur culturel n'ont pas atteint les résultats escomptés comme le témoigne le faible niveau de développement des entreprises culturelles caractérisé par leur faible structuration et par une faible capacité professionnelle des entrepreneurs.

L'ADICC, devenue une véritable priorité gouvernementale au regard de ses enjeux socio-économiques pourra être un instrument fondamental pour le développement des entreprises culturelles à condition qu'elle opère dans un environnement professionnel. Dans ce processus, il faudra alors bâtir progressivement une approche de financement qui s'enracine dans le renforcement de capacités des acteurs et dans le montage, le suivi et l'exécution des projets d'entreprises culturelles. Il est clair que de nombreux facteurs influenceront sans doute sa réussite. Alors, pour optimiser son soutien financier aux entreprises culturelles, nous pensons que l'ADICC doit améliorer progressivement l'environnement professionnel des acteurs culturels à travers une stratégie de communication adaptée à leurs besoins de formations et d'informations. En donnant non seulement de la visibilité à l'agence, une bonne stratégie de communication peut déboucher sur une bonne collaboration des parties prenantes (Etat, acteurs culturels, partenaires techniques et financiers) et sur une parfaite compréhension de ses enjeux socio-économiques et de ses objectifs de ces bénéficiaires. Elle peut également aboutir à un réel renforcement de leurs capacités en matière de gestion des projets d'entreprises culturelles et produire à moyen et à long termes les résultats attendus.

Le plan de communication que nous avons développée se place donc au cœur de tout le processus de mise en œuvre des activités de l'ADICC. Ce plan mobilise plusieurs outils de communication en fonction des publics cibles et s'inscrit dans le cadre d'une stratégie globale de communication en phase avec l'évolution des technologies de l'information et de la communication au Burkina Faso.

Références bibliographiques

Ouvrages

Akouwandambou T. Barthélémy, *Entreprises culturelles africaines et marché international : le ballet national du Burkina Faso face au défi de la diffusion internationale du spectacle vivant*, Berlin, Allemagne, Éditions universitaires européennes, 2011, 78 p.

Menard Marc., *Éléments pour une économie des industries culturelles*, SODEC, Québec, Juillet 2004, 167 p.

Benhamou Françoise, *Economie de la culture*, Paris, Edition la Découverte, 2004, 123 p.

Lautier Bruno., *L'économie informelle dans le tiers Monde*, Paris, Edition la Découverte, 1994, 125 p.

Miège Bernard, *Les industries de contenu face à l'ordre informationnel*, Grenoble, Presse universitaire de Grenoble, 2000, 120 p.

Miège Bernard, *Les industries de contenu face à l'ordre informationnel*, Grenoble, Presse universitaire de Grenoble, 2000, 120 p.

Mayer-robotaille Laurence, *Le statut juridique des biens et services culturels dans les accords internationaux*, Paris, L'Harmattan, 2008, 280 p.

Mollard Claude, *L'ingénierie culturelle*, Paris, Presse Universitaire de France, 1994, 1^{ère} édition, 128 p.

Warnier Jean-Pierre, *La mondialisation de la culture*, Paris, Edition la Découverte, Quatrième édition, 2008, 128 p.

Articles

Fichez Elisabeth, « Logiques socio-économiques, mise en marché des biens culturels, d'information et de formation », GERIICO, *Edutice-00264781*, Université Lille 3, France, version 1, Mars 2008, pp. 1-8.

Miège Bernard, « Les industriels de la culture et de l'information à l'ère des nouveaux médias et des réseaux de diffusion », in *Sociologie de la communication*, 1997, volume 1 n°1. pp. 73-96.

Miège Bernard, « Les industries culturelles et médiatiques : une approche socio-économique », *MATRIZes*, Numéro 1, Octobre 2007, pp. 41-56.

Napon Abou, « Le rôle des langues nationales dans la promotion de la culture burkinabè », Université de Ouagadougou, *Revue du CAMES-Nouvelle série B*, Vol. 007, N°1, 2006, pp. 206-2013.

Paris Thomas, « Des industries culturelles aux industries créatives : un changement de paradigme salubre ? », in *Tic & société*, [En ligne], Vol. 4, n° 2, 2010, mis en ligne le 31 décembre 2010, consulté le 30 août 2014. URL : <http://ticetsociete.revues.org/871>.

Poirier Christian et Myrtille Roy-Valex, « L'économie créative : Bilan scientifique et analyse des indicateurs de la créativité », *Centre Urbanisation Culture Société*, Institut national de la recherche scientifique, Montréal, 2010, 141 p.

Rebillard Franck, Bouquillion Philippe et Combes Ylande. (dir.) « Les industries de la culture et de la communication en mutation », *Communication* [En ligne], Vol. 27/1 | 2009, mis en ligne le 12 octobre 2009, consulté le 12 janvier 2014. URL : <http://communication.revues.org/1216>

Tremblay Gaëtan, « Industries culturelles, économie créative et société de l'information », in *Global Media Journal-Édition canadienne*, Université du Québec à Montréal, Canada, Volume 1, Numéro 1, 2008, pp. 65-88.

Mémoires et thèses

Manly Abdou Kader, *La problématique de la politique de soutien aux initiatives culturelles publiques et privées au Burkina Faso*, Ecole Nationale d'Administration et de Magistrature (ENAM), Ouagadougou, Mémoire, 57 p.

Ouédraogo Salif, *La problématique du financement des initiatives culturelles privées au Burkina Faso*, Mémoire de fin de cycle, Ecole Nationale d'Administration et de Magistrature (ENAM), Ouagadougou, juin 2013, 79 p.

Soura Yaya., *Enjeux et défis des entreprises culturelles du Burkina Faso : Cas des entreprises culturelles de la filière des arts du spectacle*, Mémoire de fin de cycle, Ecole Nationale d'Administration et de Magistrature (ENAM), Ouagadougou, juin 2012, 56 p.

Warma Karim, *Le financement des industries culturelles au Burkina Faso : état des lieux et perspectives* (2013), idem, 60 p.

Rapports d'études

Département des Etudes de la Prospective et des Statistiques (DEPS), *Culture et Médias 2030, Perspectives des politiques culturelles*, Ministère de la Culture et de la Communication, France, Fiche 29, Financement et régulation, Budget de l'Etat, 2011, 391 p.

Jaguaribe A., Institut des études sociales et politiques de Rio de Janeiro, document de travail pour la XIème CNUCED, Sao Paulo, juin 2004, in Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (2012), *Politique commune de développement culturel au sein de l'UEMOA*, 2012, 94 p.

Mbargane G. Youssoupha, *Etude sur les entreprises culturelles dans les villes de Dakar, Thiès et Louga*, Rapport final sur la Promotion des entreprises culturelles et créatives au Sénégal (PECCS), Sénégal, 2011/2012, 91 p.

Ministère de l'Économie et des Finances (Burkina Faso), *Stratégie de Croissance Accélérée et de Développement Durable* (SCADD) 2011-2015, Ouagadougou, 2010, 116 p.

Ministère de la Culture de la Fédération Wallonie-Bruxelles (Belgique), *Focus 2013 Culture, faits et gestes*, 2013, 134 p.

Ministère de la Culture du Tourisme et de la Communication (Burkina Faso), *Politique Nationale de la Culture (PNC)*, Ouagadougou, Octobre 2009, 68 p.

Ministère de la Culture et du Tourisme (Burkina Faso), *Analyse diagnostique des industries culturelles et créatives au Burkina Faso*, Version provisoire, février 2013, 56 p.

Ministère de la Culture et du Tourisme (Burkina Faso), *Etude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique du Burkina Faso*, Ouagadougou, Mai 2012, 107 p.

Ministère de la Culture et du Tourisme (Burkina Faso), *Etude sur les impacts du secteur de la culture sur le développement social et économique du Burkina Faso*, Ouagadougou, mai 2012, 110 p.

Ministère de la Culture et du Tourisme (Burkina Faso), *Stratégie nationale de développement des industries culturelles et créatives au Burkina Faso*, Novembre 2013, 85 p.

Ministère de la Culture et du Tourisme (Burkina Faso), *Etude de faisabilité d'un mécanisme de financement et d'appui technique des entreprises culturelles au Burkina Faso : Evaluation des dispositifs d'appui et de financement*, novembre 2012, Ouagadougou, 80 p.

Ministère de la Culture et du Tourisme (Burkina Faso), *Rapport de l'étude de faisabilité d'un mécanisme de financement et d'appui technique des entreprises culturelles au Burkina Faso*, novembre 2012, Ouagadougou, 102 p.

Ministère de la Culture et du Tourisme et Organisation Internationale de la Francophonie, *Corpus de références pour l'élaboration de la charte et des outils de gestion de l'Agence pour le développement des industries culturelles et créatives (ADICC)*, Ouagadougou, rapport provisoire, Novembre 2014, 32 p.

Ministère de la culture et du tourisme (Burkina Faso), *Document de présentation de l'Agence de développement des industries culturelles et créatives (ADICC)*, Novembre 2013, Ouagadougou, 57 p.

Ministère de la Culture et du Tourisme (Burkina Faso), *Séminaire sur les politiques publiques d'encadrement, de développement et de financement de la filière Arts de la scène au Burkina Faso du 13 au 17 octobre 2014* à Ouagadougou, 31 p.

Ministère de la Culture et du Tourisme, *Statuts particuliers de l'Agence de développement des industries culturelles et créatives (ADICC)*, Ouagadougou, document provisoire, 2014, 13 p.

Organisation Internationale de la Francophonie, *Profil culturel des pays du Sud, membres de la Francophonie. Un aperçu des pays de l'UEMOA : Le Sénégal, le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire*, 2004, 123 p.

Présidence du Faso (Burkina Faso), *Etude sur le renforcement des capacités au Burkina Faso, secteur de la culture*, Centre d'Analyse des Politiques Economiques et Sociales (CAES), Ouagadougou, Burkina Faso, 2006, 28 p.

Programme Fonds Européen de Développement de l'Union Européenne pour le Burkina Faso, *Evaluation finale du programme cadre d'appui au secteur de la culture (PASC) au Burkina Faso*, Burkina Faso, 2013, 66 p.

Secrétariat des pays d'Afrique des Caraïbes et du Pacifique, *Manuel sur les industries culturelles ACP*, 2006, Secrétariat ACP, 56 p.

Union Africaine, Ex Organisation de l'Unité Afrique, *Charte culturelle de la renaissance africaine*, 2005, 15 p.

Communication et notes de cour

D'Almeida Francisco, « *Filières des industries culturelles et créatives: structures, acteurs, marchés et enjeux pour la diversité culturelle et le développement* », Notes de cours, du 21 au 27 janvier décembre 2014, 29 p.

Miège Bernard, *La question des industries culturelles impliquée par/dans la diversité culturelle*, Contribution au colloque international réuni à Douala en avril 2006, 7 p.

Webographie

<http://whc.unesco.org/fr/conventiontexte/> consulté le 10 décembre 2014

<http://www.centre-craig.org/page/financement-public-de-la-culture.html>, consulté le 30 avril 2014

http://www.faitsetgestes.cfwb.be/telechargement/FG_2010/faits_&_gestes_35.pdf, consulté le 30 avril 2014

<http://www.institutdupatrimoine.be/index.php/services/subsides>, consulté le 25 avril 2014

<http://www.start-invest.be/> consulté le 12 juillet 2014

<http://www.unesco.org/culture/ich/fr/convention> consulté le 10 décembre 2014

<http://www.unesco.org/new/fr/culture/themes/armed-conflict-and-heritage/the-hague-convention/> consulté le 10 décembre 2015

<http://www.unesco.org/new/fr/culture/themes/cultural-diversity/cultural-expressions/the-convention/convention-text/> consulté le 10 décembre 2014

<http://www.who.int/countries/bfa/fr>, consulté en janvier 2014

Organisation Internationale de la Francophonie, Profil culturel des pays membres de la Francophonie, un aperçu de trois pays membres de l'UEMOA : Le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, le Sénégal, 68 p., disponible en ligne, http://www.francophonie.org/IMG/pdf/Profil_OIF_UEMOA_vlegere.pdf, consulté le 15 décembre 2014.

Projet d'instrument juridique international sur la diversité culturelle, disponible sur

http://ocpa.irmo.hr/resources/docs/argumentaire_diversite-fr.pdf, consulté le 15 novembre 2014.

Annexes

Annexe 1

Tableau 1 : Evolution annuelle du budget du MCT par titre (en milliards FCFA)

Titres / Années	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Personnel	0.38	0,94	1.03	1,02	1,86	NR
Fonctionnement	0.11	0,72	0.38	0,36	0.09	NR
Transferts courants	1,7	3.19	2.64	3,24	1.77	NR
Investissements	0.79	1.77	3.86	2,95	0.01	NR
Dotation du MCT	2.98	6.62	7,91	7,57	3.73	4.64
Budget national	1032.66	1008.73	1026.00	1197.00	1264.76	1539
Part budgétaire du MCT (%)	0.29	0.65	0.77	0,63	0,31	0.30

Source: Direction de l'Administration et des Finances du MCT

Annexe 2

Tableau N° 5 : Liste des Fonds Nationaux de Financement au Burkina Faso

Fonds Nationaux de Financement par secteur	
Fonds du Ministère de la jeunesse, de la formation professionnelle et de l'emploi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fonds d'appui au secteur informel (FASI) MJFPE 2. Fonds d'appui à la promotion de l'emploi (FAPE) MJFPE 3. Fonds d'appui aux initiatives des jeunes (FAIJ) MJFPE 4. Fonds d'appui à la formation professionnelle et à l'apprentissage (FAFPA)
Fonds de développement social, des études et de la recherche	<ol style="list-style-type: none"> 5. Fonds national de solidarité (FNS, Subvention) MASSN 6. Fonds national de promotion du sport et loisirs (FNPSL, Subvention) MSL 7. Fonds national d'appui aux déflatés et retraités (FONA-DR) MFPTSS 8. Fonds national pour l'enseignement et la recherche (FONER) MESS 9. Fonds national pour la recherche, l'innovation et le développement (FONRID, Subvention)
Fonds de développement économique	<ol style="list-style-type: none"> 10. Fonds burkinabè de développement économique et social (FBDES) MEF 11. Agence pour le financement et la promotion de la petite et moyenne entreprise (AFP-PME) MICA 12. Fonds permanent de développement des collectivités territoriales (FPDCT) 13. Fonds d'appui aux activités rémunératrices des femmes (FAARF) MPF 14. Fonds de développement de l'élevage (FODEL) MRA

Source : Auteur

Annexe 3**Guide d'entretiens adressé aux acteurs culturels privés au Burkina Faso****1. Identification de l'interviewé :**

Nom et Prénom (s)	
Sexe	
Structure	
Fonction (s)	
Date de l'entretien	
Lieu de l'entretien	

2. Thèmes de discussion

- ❖ Les sources de financement du secteur de la culture au Burkina Faso
- ❖ Les difficultés et les problèmes de financement des entreprises culturelles
- ❖ Appréciation du financement public des entreprises culturelles (expériences passées)
- ❖ Le rapport entre l'Etat et les acteurs culturels privés
- ❖ Connaissance du projet « ADICC »
- ❖ Appréciation de ce projet
- ❖ La particularité de ce projet
- ❖ Les expériences de financement du secteur de la culture
- ❖ Les facteurs de réussite du projet ADICC
- ❖ Les responsabilités de l'Etat/Les responsabilités des acteurs privés
- ❖ Appréciation de l'environnement professionnel culturel burkinabè
- ❖ L'émission des initiatives culturelles
- ❖ La coordination et le réseautage
- ❖ Organisation des acteurs culturels et des filières culturelles
- ❖ La capacité professionnelle des acteurs culturels
- ❖ Les bénéficiaires du fonds ADICC
- ❖ Les modes de financement privilégiés
- ❖ Le renforcement des capacités des acteurs culturels
- ❖ Le rôle de la communication pour l'ADICC

Annexe 4.**Guide d'entretien adressé aux acteurs culturels publics au Burkina Faso****1. Identification de l'interviewé :**

Nom et Prénom (s)	
Sexe	
Structure	
Fonction (s)	
Date de l'entretien	
Lieu de l'entretien	

2. Thèmes de discussion

- ❖ Les sources de financement du secteur de la culture au Burkina Faso
- ❖ Les difficultés et les problèmes de financement des entreprises culturelles

- ❖ Le financement public des entreprises culturelles (expériences passées)
- ❖ Le rapport entre l'Etat et les acteurs culturels privés
- ❖ Présentation du projet « ADICC »
- ❖ Les facteurs de réussite du projet ADICC
- ❖ Les responsabilités de l'Etat/Les responsabilités des acteurs privés
- ❖ Appréciation de l'environnement professionnel culturel burkinabè
- ❖ L'émiettement des initiatives culturelles
- ❖ La coordination et le réseautage
- ❖ Organisation des acteurs culturels et des filières culturelles
- ❖ La capacité professionnelle des acteurs culturels
- ❖ Les bénéficiaires du fonds ADICC
- ❖ Les modes de financement privilégiés
- ❖ Le renforcement des capacités des acteurs culturels
- ❖ Le rôle de la communication pour l'ADICC

Annexe 5

Guide d'entretiens adressé aux acteurs culturels en Belgique

1. Identification de l'interviewé :

Nom et Prénom (s)	
Sexe	
Structure	
Fonction (s)	
Date de l'entretien	
Lieu de l'entretien	

2. Thèmes de discussion

- ❖ Les formes de financement de la culture en Belgique
- ❖ Le financement public
- ❖ Existence d'un mécanisme de financement public
- ❖ Présentation générale de la structure
- ❖ Fonctionnement du fonds public
- ❖ La capacité professionnelle des acteurs culturels
- ❖ Les bénéficiaires
- ❖ Les modes de financement privilégiés
- ❖ Le renforcement des capacités des acteurs culturels
- ❖ Le rôle de la communication pour ce mécanisme de financement
- ❖ Le rapport entre l'Etat et les acteurs culturels privés
- ❖ La particularité de ce fonds de financement
- ❖ Les facteurs de réussite de ce projet
- ❖ Les responsabilités de l'Etat/Les responsabilités des acteurs privés
- ❖ Appréciation de l'environnement professionnel culturel belge
- ❖ La coordination et le réseautage
- ❖ Organisation des acteurs culturels et des filières culturelles

Annexe 6

Grille d'observation

- ❖ Organisation
- ❖ Equipements
- ❖ Acteurs