

Culture et Développement Les Industries créatives, une richesse pour le développement économique et social EN/FR

1. Introduction

L'économie créative est reconnue comme l'un des secteurs à la plus forte croissance dans le monde, avec un fort potentiel en termes de création d'emplois de qualité et de génération de revenus, mais aussi en termes de recettes d'exportation. Elle représente environ 3 % du PIB mondial et 30 millions d'emplois.

Consciente de la capacité de ce secteur d'impliquer les jeunes, de créer emplois et croissance, la coopération culturelle dans les pays ACP s'est concentrée, depuis quelques années, sur la professionnalisation et le renforcement des industries culturelles en essayant de garantir à chacun un accès aux biens et services culturels.

Grâce aux appuis octroyés au secteur, au fil des programmes, des talents ont émergé, des initiatives ont été construites, des partenariats ont été créés et continuent de se développer, des politiques et fonds culturels se mettent en place petit à petit. Pour un développement durable, il faut à présent renforcer les petites structures pour les rendre indépendante financièrement et leur permettre de créer des emplois et d'accroître leurs revenus. μ

Avec les nouvelles technologies, des opportunités d'innovation se présentent pour les opérateurs culturels, qui devraient leur permettre de franchir une nouvelle étape : celle de l'entrepreneuriat. **L'innovation, qui permet notamment de toucher le jeune public**, se décline à toutes les étapes de la chaîne de valeurs : création (avec les écritures en ligne, des plateformes d'échanges de conception, réalité virtuelle, jeux vidéo, animation 3 D), production (fablabs), distribution sous toutes ses formes (TV, VOD, cinémas, festivals, projections mobiles, diffusion cross média), la formation (e learning, mise à disposition d'outils online). Elle touche également l'accès à des financements alternatifs (crowdfunding, capital risque, fonds de garantie...) et les nouvelles formes d'entrepreneuriat (participatif et collaboratif, starts ups au sein d'incubateurs).

2. Objectifs spécifiques

La matinée intitulée " Les Industries créatives, une richesse pour le développement économique et social" a pour objectifs de :

- **Faire découvrir aux collègues des délégations les opportunités que créent l'innovation et le numérique pour les jeunes** dans le pays en voie de développement en
 - ✓ partageant des expériences et des savoirs acquis par des porteurs de projets dans des approches novatrices qui peuvent être répercutées dans d'autres secteurs permettant aux jeunes une implication accrue ;
 - ✓ l'utilisation de nouveaux modèles de financement visant à réduire la dépendance des opérateurs culturels par rapport aux financements internationaux.

- ✓ Echanger avec les délégations de leur rôle sur le terrain pour nous aider à étendre l'accès à la culture et à éduquer les jeunes
- Obtenir des délégations des informations sur les résultats de terrain ou sur les besoins qui auraient pu être décelés :
 - ✓ liés à la création d'emplois,
 - ✓ à des dynamiques qui ont été créées pour et par les jeunes,
 - ✓ à l'implication des femmes.

3. Déroulement

Matin : 9.00 – 10.30 : Introduction – partage de l'expérience ACP cultures+

La culture est un **facteur de développement social et économique** qui contribue à la génération de revenus et la création d'emplois

Une présentation du programme ACP cultures+ par le site internet : découverte des différentes informations disponibles (centre de ressources incluant les études thématiques lancées par le programme, bonnes pratiques, vidéo, interviews, opportunités de financement).

Exemples de terrain dynamiques pour et par les jeunes sur le plan social, présentés par les Délégations.

Cas spécifique sur "éducation à l'image" qui est une bonne pratique du Festival Ile courts à Maurice suivi de discussion sous forme de questions/réponses.

Elise Mignot, ex-coordinatrice du festival Ile courts (Maurice). Elise Mignot a été la coordinatrice pendant 5 ans du festival Ile Courts. Elle a participé à pérenniser et professionnaliser ce festival de manière remarquable. Au fil des éditions, Ile courts s'est imposé comme un événement culturel majeur à Maurice, impliquant non seulement les professionnels du cinéma de Maurice et de la région mais également les autorités nationales et locales, les professeurs, les éducateurs et les élèves. Il faut souligner la mise en place d'une véritable stratégie de développement des publics et de formation en cinéma, l'attribution du label « Made in Moris » sur des produits culturels développés par l'Association et la mise en place du réseau des Festivals de l'océan indien ou encore la production d'un guide des bonnes pratiques. Elise nous parlera plus spécifiquement :

- des stratégies mises en place pour fidéliser un public autour d'un cinéma de création y compris grâce aux activités décentralisées ;
- de l'action à destination des jeunes : activités d'éducation à l'image de la jeunesse de Maurice et leurs effets (véritable engouement de la jeune génération pour le cinéma) ; création d'emplois ; inclusion des jeunes dans l'équipe ; collaborations avec les écoles ; formation ; production de courts métrages ; diffusion de premières œuvres ;...)
- du développement de l'industrie dans l'île et région (création du label Made in Moris, création du réseau des festivals de l'océan indien)
- des collaborations avec les pouvoirs publics (Ministères de la culture, de l'éducation, du tourisme) et avec la délégation de l'UE à Maurice

Matin : 11.00 – 13.00

1. « **Ethical Fashion** », **présentation d'un projet** qui appuie l'investissement dans les industries créatives comme un vecteur de développement économique inclusif et durable, de création d'emploi et de construction d'une identité.

2. Innovation/jeunes/entrepreneuriat

2 intervenants seront sollicités pour une approche interactive avec le public sur l'innovation :

- nouvelles formes artistiques de projets (projets cross média, jeu vidéo) et participation du public au projet, production axée vers le jeune public
- nouvelles formes et approches du financement (crowdfunding, capital risque, financements thématiques hors culture, évaluation d'impact),

2.1. Jeux vidéos

Dominique Yakan Brand, co-fondateur de Kiro'o Games (Cameroun). Cette jeune société camerounaise qui emploie 20 personnes a lancé en 2016 le premier jeu vidéo d'Afrique centrale, Aurion, lancé sur la plateforme Steam et accessible en Afrique et en Europe. Cette jeune entrepreneur, classée parmi les 3 gagnants des start up Total 2016, (le co-fondateur Olivier Madiba a participé à l'expédition 2016 du Young African Leader Initiative/Mandela Washington Fellows Program (YALI), a réussi une levée de fonds auprès de nombreux partenaires pour pouvoir lancer ce jeu. Kiroo's games est le premier studio de production de jeux installé en Afrique francophone et une des premières TPE à avoir exploré le capital risque pour financer ses activités. Les Camerounais ont investi en majorité dans le projet suivi par les Français, Togolais et Congolais.

Ce producteur nous parlera de :

- Création de jeux vidéo et de l'animation 2D et 3D (spécificités et potentiel)
- Son modèle économique et le financement alternatif (capital risque)
- Les outils pour accéder au marché pour ce type de projets (plateforme)
- L'entrepreneuriat culturel en Afrique (défis et contraintes)

Support : extrait du jeu « Aurion »

Q&A

2.2. Séries Télévisées éducatives

Alexandre Rideau de Kewu studio (Sénégal). Le producteur de « C'est la vie », série télévisée éducative initiée par l'ONG RAES (éducation au développement et santé) diffusée en français et en anglais, sur les chaînes TV5 et A+ et est diffusée gratuitement par une soixantaine de télévisions, atteignant ainsi 44 pays d'Afrique subsaharienne et une audience potentielle de 100 millions de téléspectateurs. La saison 2 est en cours de production. Le producteur nous parlera :

- des clés du succès (qualité du projet : appel à un auteur de BD pour le scénario coaché par un professionnel, réalisateur confirmé pour saison 1 ; sujet santé - éduquer en divertissant - qui

permet de trouver des partenariats hors du secteur ; approche professionnelle d'où introduction de Lagardère dans l'actionnariat de la structure- accompagnement,...) ;

- de la culture avec approche transversale (aborder des projets de santé publique qui ont un réel impact-cf évaluation) qui modifie les comportements
- de l'impact en termes de professionnalisation et emploi (150 à 200 personnes ACP travaillent sur la série, se professionnalisent et acquièrent de nouvelles compétences, appel à de jeunes réalisateurs pour la saison 2, le studio est prêt à produire de nouveaux projets -long métrage, série jeune public,...) ;
- de l'interaction entre télévisions, online et offline ;
- des nouvelles approches avec l'audience (version radio en langue locale) et des nouveaux formats en ligne (jeux,...) ;
- de l'évaluation de l'impact de la série sur les comportements en termes de santé publique (travail avec des chercheurs, indicateurs et enquêtes,...).

Support : powerpoint mettant en avant les chiffres et bande annonce de « C'est la vie » et visuel site internet

QetR

2.3. Atelier de réflexion :

Engager les jeunes dans les industries culturelles et créatives

Conclusions de l'atelier et conclusions générales