



CONTENUS

États-Unis	1
En attendant la doctrine Obama en matière de commerce extérieur : Présentation de certaines lignes directrices	1
Industrie cinématographique	3
Condamnation de la Chine par l'OMC : Enjeux politiques et considérations commerciales	3
Quotas positifs et quotas négatifs	3
Hollywood et Bollywood se rapprochent	5
Hollywood se délocalise	5
Actualités	6
Fonds francophone de production audiovisuelle du Sud : 14 films bénéficiaires	6

(Notre analyse) L'administration Obama n'a toujours pas révélé ses intentions et ses orientations en matière commerciale. Certes, elle est largement préoccupée, d'un côté, par la réforme du système de la santé considérée comme le grand défi politique du mandat d'Obama et comme un enjeu fort controversé et, de l'autre, par une crise financière d'une ampleur inédite, mais ses silences témoignent aussi de son indécision.

Il convient néanmoins de souligner deux points significatifs, mais contradictoires : d'un côté, la politique commerciale d'Obama s'inscrit, pour le moment du moins, dans la continuité (« Business as usual ») ; cela signifie que l'administration Obama vise à établir l'importance de la règle de droit dans les relations commerciales, bilatérales ou multilatérales, et à éliminer des obstacles, des pratiques commerciales déloyales qui nuisent à la robustesse de l'économie américaine et à l'efficacité de ses entreprises. De l'autre, elle cherche à se distancier de la politique commerciale de George W. Bush, du moins sur le style et la rhétorique. Ainsi, s'inspirant d'un « idéalisme conservateur », l'administration Bush a constamment cherché à recourir à des grands principes universels pour fonder sa politique de libre-échange vouée à l'affirmation de la suprématie américaine. De plus, elle n'a pas eu la volonté d'accepter les contraintes issues de la coordination internationale et s'est montrée sceptique sur les bénéfices du multilatéralisme. Le style de Barack Obama se caractérise, au contraire, par son pragmatisme politique et un retour à l'internationalisme libéral. Plus spécifiquement, sans renoncer au rôle de leader des États-Unis, l'administration Obama se rend compte qu'elle doit appuyer sur les institutions internationales et le multilatéralisme. Exprimé autrement, la politique commerciale doit s'exercer dans le respect des autres acteurs internationaux, en prenant en considération leurs intérêts. De plus, les principes universels sont examinés en fonction de leur opérationnalité et de leur efficacité. Loin d'être idéaliste, Barack Obama semble donc s'orienter vers une politique plus pragmatique, souhaitant accepter les contraintes de la coopération internationale mais aussi prescrire aux autres acteurs leurs tâches et leurs obligations, vis-à-vis de la réalité de l'économie mondiale mais aussi vis-à-vis de leurs populations. En somme, il lui faut résoudre le dilemme suivant : comment promouvoir les intérêts commerciaux et stratégiques des États-Unis dans le monde, tout en répondant aux préoccupations légitimes des Américains en matière d'emplois, d'environnement et de progrès social.

En attendant la doctrine Obama en matière de commerce extérieur :

Présentation de certaines lignes directrices

Lors d'une rencontre début août avec les représentants industriels, les hauts fonctionnaires du Bureau du Représentant américain pour le commerce (Bureau de l'USTR) ont affirmé que le discours du Président Obama sur les orientations majeures de la politique des États-Unis en matière de commerce extérieur aura lieu après que son administration ait géré l'enjeu sensible de la réforme du système de la santé.

Pour autant, l'administration Obama a présenté mi-juillet certaines lignes directrices de sa politique commerciale, s'engageant à se montrer plus stricte et sévère contre toutes les formes de protectionnisme, dont les barrières non tarifaires aux échanges. L'exposé de sa stratégie a été effectué par le représentant américain au Commerce extérieur Ron Kirk dans un discours à Pittsburgh, devant des ouvriers de la sidérurgie. Ron Kirk a déclaré que « le simple fait de respecter les règles écrites peut permettre à nos salariés et entreprises de bénéficier des échanges commerciaux aussi pleinement, justement et librement que nos accords le permettent », en ajoutant que « notre nouvelle



approche de la mise en application des règles est simple. Nous déploierons nos ressources plus efficacement pour identifier et résoudre les problèmes à la source ». Selon Kirk, le respect et l'application des normes commerciales dans les accords de libre-échange se sont vus comme une « pièce maîtresse » de la nouvelle politique en matière de commerce extérieur. En ce sens, la rentabilité et l'efficacité des accords commerciaux dépendent de l'application des normes commerciales.

A cet égard, il convient de souligner que l'établissement d'un commerce international loyal devient une question significative pour l'administration Obama, dans la mesure où en pleine crise financière, les industriels et les syndicats de salariés contestent les échanges commerciaux avec les pays en développement parce que leurs producteurs ne sont pas soumis aux mêmes contraintes qu'eux (en matière de protection de l'environnement ou de droits des travailleurs). En ce sens, la priorité majeure de la politique états-unienne consiste à mettre en place une législation commerciale consacrant la défense du commerce américain contre une concurrence internationale déloyale qui viole les droits internationaux des Etats-Unis.

Le représentant au Commerce a également promis un effort pour « parcourir la planète à la recherche des imitateurs et contrefacteurs, des gens qui volent la plus grande force de l'Amérique : la propriété intellectuelle qui découle des idées des Américains ». Il est clair que la propriété intellectuelle représente la nouvelle richesse des Etats-Unis, à travers laquelle leur économie peut se redéployer. A cet égard, les Etats-Unis continueront à avoir recours à des formes de « remèdes commerciaux », car ils constituent des « instruments vitaux » dans le règlement des déséquilibres commerciaux. En ce sens, Kirk a mentionné l'enjeu des pratiques commerciales « déloyales » chinoises. Enfin, l'administration

Lors d'un discours prononcé auprès de l'Institut Peterson, le directeur du Conseil national pour l'économie (NEC), Larry Summers, a déclaré que le président Obama devrait s'engager à promouvoir l'expansion économique et à appliquer les normes commerciales de l'OMC en vue d'éliminer les barrières et les restrictions aux flux commerciaux. L'objectif majeur d'administration Obama consistera à pallier la contraction du commerce international ; pour cela, l'expansion économique se considère comme un enjeu considérable afin de revitaliser les flux commerciaux, car la contraction du marché mondial est une conséquence directe de la « contraction macroéconomique globale ». Enfin, il a déclaré que « dépendamment du calendrier politique et des mesures entreprises pour résoudre les enjeux exceptionnels associés à la crise mondiale, nous souhaitons bien voir ces accords (de libre-échange avec le Panama, la Colombie et la Corée du Sud) votés et entérinés par le Congrès tout comme nous souhaitons bien voir le Cycle de Doha se conclure avec succès ».

Source: « Summers: Obama focused on Macroeconomic factors to expand trade », *Inside US Trade*, vol. 27, n°29, 24 juillet 2009.

Obama se veut ferme sur les « engagements en matière de droit des travailleurs » des pays avec lesquels les Etats-Unis ont un accord de libre-échange. Ron Kirk a souligné que « nous insisterons pour nos partenaires commerciaux arrêtent de profiter de cette aubaine. Les travailleurs américains ne devraient pas avoir à entrer en concurrence avec des conditions sociales et salariales au rabais ».

Par ailleurs, lors d'une rencontre le 8 juillet avec les représentants de la chambre basse du Congrès, Ron Kirk a affirmé que le passage des accords de libre-échange négociés par l'administration Bush avec le Panama, la Colombie et la Corée du Sud constitue une de ses priorités. Il a affirmé que ces accords seront portés devant le Congrès une fois qu'ils auront reflété les valeurs de la politique commerciale de Barack Obama en matière de normes du travail et d'environnement. Toutefois, Ron Kirk n'a pas précisé quant à la date à laquelle ces accords seront portés devant le Congrès pour être votés.

Enfin, soulignons que fin juin, le sénateur Sherrod Brown et le représentant Mike Michaud ont présenté une législation, nommée *Trade Reform, Accountability, Development and Employment Act* (TRADE) vouée à établir des nouvelles orientations dans la politique commerciale états-unienne. La nouvelle législation propose la révision de tous les accords de libre-échange et traités commerciaux des Etats-Unis, bilatéraux ou multilatéraux en fonction des critères relatifs à la protection environnementale et sanitaire, ainsi qu'au respect des normes du travail. Pourtant, alors qu'à la chambre basse du Congrès, TRADE est appuyée par 74 représentants, au Sénat, elle n'a reçu que l'appui de 6 sénateurs.

Sources: « Obama speech on trade may slip until after health care debate », *Inside US Trade*, vol. 27, n°30, 28 juillet 2009; « Kirk signals passage of three pending FTAs as his top priority », *Inside US Trade*, vol. 27, n°27, 10



juillet 2009; « Ron Kirk et les contours de la nouvelle politique commerciale », Chronique commerciale américaine, CEIM, 21 juillet 2009 ; « TRADE : réforme de la politique commerciale américaine ? », Chronique commerciale américaine, CEIM, 25 août 2009

Condamnation de la Chine par l'OMC : Enjeux politiques et considérations commerciales

L'Organisation mondiale du commerce (OMC) a condamné la Chine pour ses pratiques commerciales jugées illicites dans le domaine culturel – cinéma, livres, musique – un domaine considéré comme sensible par les autorités chinoises. Répondant à une plainte américaine qui estimait que depuis 2001 et l'entrée de la Chine dans l'organisation, son système d'importation et de distribution a largement violé les conditions fixées par l'OMC. L'Organe de règlement des différends commerciaux (ORD) a jugé, dans un texte de 464 pages fort détaillé, que l'Etat chinois devait « se mettre en conformité avec ses obligations ». Dans la mesure où le pays est adhérent de l'OMC, il a agi en contradiction avec les dispositions de l'accord qui réunit tous les membres de l'organisation et les conditions de son adhésion, ainsi que l'accord général sur le commerce des services. En ce sens, la Chine doit lever les restrictions sur la diffusion des films, des disques et des livres américains et lutter contre le piratage.

Rappelons que dans leur plainte, les Etats-Unis ont notamment mis en cause les réglementations posées par la Chine pour les exportateurs et distributeurs américains de nombreux produits audiovisuels, les jugeant « discriminatoires ».

Plus spécifiquement, le 10 avril 2007, les Etats-Unis ont demandé l'ouverture de consultations avec la Chine au sujet 1) de certaines mesures qui restreignent les droits de commercialisation concernant les films importés pour projection en salle, les produits de divertissement audiovisuels à domicile (par exemple cassettes vidéo et DVD), les enregistrements sonores et publications (par exemple livres, magazines, journaux et publications électroniques), et 2) de certaines mesures qui restreignent l'accès aux marchés des fournisseurs étrangers de services de distribution de publications et des fournisseurs étrangers de services audiovisuels.

En ce sens, l'OMC demande par exemple à Pékin d'autoriser les

Quotas positifs et quotas négatifs

A l'instar de Peter S. Grant et Chris Wood, il est important de faire la distinction entre les quotas positifs et quotas négatifs. Ainsi, d'un côté, les quotas positifs cherchent à « donner au public un choix d'émissions ayant un certain contenu sous-représenté mais estimé, sans indûment limiter l'accès à d'autres émissions » ; de l'autre, les quotas négatifs visent à « interdire l'accès à une expression culturelle diversifiée ».

Plus spécifiquement, l'exigence relative aux émissions pour enfants aux Etats-Unis ou la directive « Télévision sans frontière » sont autant d'exemples de quotas positifs. Ces mesures sont d'ordre inclusif, et non exclusif. Cela signifie qu'aucun contenu n'est interdit. Leur objectif consiste à « réserver plutôt une place sur le menu à des choix additionnels qui, autrement, ne résulteraient pas de la recherche de la rentabilité maximale pour l'industrie culturelle et du comportement particulier, sur le marché, des produits culturels ».

En revanche, comme le soulignent les auteurs, « le règlement chinois limitant l'importation de films étrangers à 20 par année est un exemple de quota négatif. Il exclut les produits culturels étrangers beaucoup plus que cela n'est nécessaire pour faire place à l'expression culturelle locale ». Par conséquent, ce type de quota devient un obstacle réglementaire limitant largement la diversité des expressions culturelles dans un territoire local ou national et privilégiant le protectionnisme national et l'étatisme.

Comme le précise également la Convention sur la diversité culturelle, « chaque Partie peut adopter des mesures destinées à protéger et promouvoir la diversité des expressions culturelles sur son territoire. Ces mesures peuvent inclure les mesures qui, d'une manière appropriée, offrent des opportunités, biens et services culturels nationaux, de trouver leur place parmi l'ensemble des activités, biens et services culturels disponibles sur son territoire ». La Convention insiste sur le terme « de manière appropriée », dans la mesure où la mise en place de mesures disproportionnées peut aller à l'encontre de la diversité des expressions culturelles.

Rappelons que la Chine est partie à la Convention sur la diversité des expressions culturelles depuis janvier 2007.

Source : GRANT Peter S., WOOD Chris, *Le marché des étoiles : Culture populaire et mondialisation*, Editions de Boréal, Montréal, 2004, p. 288-289.



producteurs étrangers à vendre de la musique sur Internet ou sur les téléphones mobiles – l'iPod et l'iPhone sont à ce jour bannis du marché chinois. De plus, l'OMC exige que Pékin cesse d'obliger les producteurs étrangers à ne négocier leur distribution qu'avec la société d'Etat qui leur est imposée. China Film Group taxe lourdement les produits audiovisuels étrangers – et par extension hollywoodiens – et n'autorise la diffusion que de vingt films par an. Rappelons que le cinéma, en Chine, reste officiellement un monopole d'Etat et ne répond donc aux règles de la concurrence. Sous l'autorité du Bureau d'Etat de la Radio, du Cinéma, de la Télévision, China Film est l'administration qui gère de façon centralisée et monopolistique toutes les composantes du cinéma : production, importation, distribution, exploitation.

Du côté hollywoodien, la *Motion Picture Association of America* (MPAA) a applaudi la décision de l'OMC, en déclarant que « c'est une victoire majeure dans la longue bataille pour ouvrir le marché chinois ». Considérant que « le système de distribution des films américains pour le public chinois est l'un des plus lourds et restrictifs au monde », la MPAA estime que « cette décision ouvre la voie à l'instauration de règles plus équitables dans cet important marché ». Il est clair que l'attente suscitée par l'ouverture du marché chinois est à la mesure de ses milliards de spectateurs potentiels. Toutefois, la « victoire » des studios hollywoodiens semble être d'ordre symbolique dans la mesure où la décision de l'OMC devrait permettre aux producteurs américains d'ouvrir une négociation dans de meilleures conditions pour desserrer les réglementations restrictives chinoises bridant la diffusion de leurs produits de divertissement.

A son tour, la Chine a regretté sa condamnation par l'OMC pour son régime d'importation et de distribution des produits culturels. Le porte-parole du ministère du Commerce Yao Jian a déclaré que « la Chine regrette que le groupe des experts de l'OMC n'ait pas rejeté la plainte des Etats-Unis concernant l'importation et la distribution des publications, films et produits audiovisuels », en affirmant d'ailleurs que « depuis son adhésion à l'OMC, la Chine a strictement rempli ses obligations pour l'accès au marché des publications ». Les responsables chinois disposent d'un délai de deux mois en vue de faire appel de ce verdict et le porte-parole chinois a laissé entendre que Pékin y recourrait. Le verdict de l'OMC tombe alors que les industries culturelles du pays montent en puissance. Le cinéma est en pleine expansion et Pékin estime qu'autorisant un quota de vingt films, il ouvre largement son marché cinématographique. Il est vrai que depuis son adhésion à l'OMC, la Chine s'est engagée à augmenter le nombre de films importés. Ainsi, le quota annuel des films produits à l'étranger et importés en Chine est passé de 10 à 20 et atteint quasiment un chiffre équivalent à 5% de l'ensemble des films distribués en salles.

De plus, face à la pression exercée par le gouvernement américain et les studios hollywoodiens, les autorités chinoises ont changé leur attitude inflexible et restrictive, cherchant à intégrer le savoir-faire et le financement étranger via la voie des coproductions. Ainsi, Hollywood est partie prenante avec plusieurs films réalisés chaque année en coproduction, réussissant à échapper aux quotas. En 2008 et 2009, Universal, Disney ou Miramax ont tous les trois participé à des coproductions chinoises. Sony prépare avec China Film Group le nouveau *Karate Kid*. Columbia continue de produire son poulain, Stephen Cow, un Hongkongais dont les films sont faits en Chine pour le marché local et international.

Par ailleurs, les majors américaines sont déjà assez implantées dans le paysage audiovisuel chinois, menant individuellement leurs propres affaires en Chine. Ainsi, Sony a engagé officiellement un lobbyiste pour ses relations avec les autorités chinoises ; AOL Time Warner et News Corp. (Fox) ont obtenu la diffusion élargie de leurs chaînes CNN et Star TV en échange de diffusion de chaînes chinoises sur leurs réseaux ; Disney et Universal poursuivent leurs négociations sur la construction de parcs à thème à Shanghai et Pékin.

Enfin, l'accès au marché cinématographique chinois constitue également un des plus importants enjeux pour le cinéma français, et spécialement pour l'association Unifrance qui a comme mission la promotion du cinéma français à l'étranger. En décembre 2003, lors de la visite du ministre français de la Culture Jean-Jacques Aillagon, Xu Guanghun, ministre du SARFT (*State Administration Radio Film and Television*) avait précisé qu'il n'a pas l'intention d'augmenter le nombre de films inclus dans les quotas, parce que cette ouverture profiterait avant tout aux films américains. De son côté, le ministre français avait marqué son souhait que « les films français soient mieux représentés dans le volume de quotas, qui bénéficient aujourd'hui (en 2003) massivement aux films américains ». Depuis 2004, Unifrance a développé une action volontariste vis-à-vis de la Chine, très fermée aux productions hexagonales. Ainsi, en avril 2004, en collaboration avec l'Ambassade de France à Pékin, Unifrance a organisé le Premier panorama du cinéma français en Chine. Ce dernier a connu un succès public et médiatique, servant de levier à la vente des films sélectionnés au Panorama. Ces 9 films français qui



ont été distribués en Chine en 2004, ont totalisé 2.000.000 spectateurs. Vu la potentialité du marché cinématographique chinois, Unifrance a décidé d'ouvrir une représentation à Pékin le 1^{er} juin 2005, ayant pour mission l'organisation du Panorama, la gestion quotidienne des relations avec China Film, le suivi des sorties commerciales des films français, ainsi que l'analyse du fonctionnement de la distribution.

Sources : « L'OMC oblige la Chine à s'ouvrir largement aux films, disques et livres américains », *Le Monde*, 14 août 2009 ; « Panel issues report on US-China dispute over publications and audiovisual products », Site de l'OMC, 12 août 2009 ; Christine Pernin, « Le marché cinématographique chinois et la situation du cinéma français », *Unifrance*, 6 avril 2009.

Hollywood et Bollywood se rapprochent

Depuis plusieurs mois, Hollywood et Bollywood, les deux places fortes du cinéma mondial, se sont mises à se rapprocher. A cet égard, les producteurs indiens sont de plus en plus séduits par l'expérience hollywoodienne, son prestige et les opportunités d'investissement. Ainsi, DreamWorks Studios, dont les activités s'étaient arrêtées depuis sa rupture avec la Paramount en octobre 2008, a réussi à obtenir un prêt de 325 millions auprès d'un groupe de banques, abondé d'autant par son actionnaire à 50%, le géant indien Reliance ADAG, dirigé par le milliardaire Anil Ambani. Ce dernier prévoit ainsi d'investir près d'un milliard de dollars pour produire entre six et huit films au cours de trois prochaines années, aux Etats-Unis. Farah Khan, grande figure, réalisatrice du film *Om Shanti Om*, a expliqué que « la formidable croissance indienne a permis l'émergence de capitaux importants, et le succès de *Smumdog Millionaire*, même s'il ne s'agit d'un film Bollywood, incite les producteurs indiens à investir aux Etats-Unis ». De leur côté, les studios américains ont multiplié les accords ces derniers mois. Cette semaine, Fox Star Studio a dépensé la somme record de 20 millions de dollars pour acquérir les droits de marketing et de distribution du film *My Name is Khan* interprété par Shahrukh Khan, la plus grande star de Bollywood. Tanaaz Bhatia, PDG de Bottomline, fonds d'investissement pour des films, souligne que « Bollywood et Hollywood ont deux modèles économiques bien distincts, avec notamment des coûts de production et de revenus moins importants en Inde, mais avec la globalisation, et l'industrie indienne qui s'est professionnalisée, ces partenariats se multiplient ».

Rappelons que comme dans le cas des Etats-Unis, l'Inde n'a pas pris presque aucune mesure publique en faveur de son industrie cinématographique car comme le souligne Monique Dagnaud, la machine productive privée (producteurs, distributeurs et organismes financiers), fonctionne magistralement et aboutit à saturer les écrans de films et de productions nationales : en salle, les films étrangers représentent à peine 5% de l'offre et de la consommation, et sur la télévision, cette hégémonie culturelle nationale s'affirme aussi. L'industrie indienne produit plus de 1000 films par an et accueille entre 100 et 300 films étrangers sur ces écrans, la plupart américains, dont la distribution se concentre dans les multiplexes des grandes villes. Mais aucun film étranger ne figure parmi les succès de fréquentation, le public indien se délecte exclusivement de ses films locaux, dits « masala », mélange de plusieurs éléments : pluralité d'activités artistiques, musique, danses et récits. Par ailleurs, en dépit d'une volonté affichée de gagner des parts de marché au niveau international, la capacité exportatrice de l'Inde est limitée. Le cinéma indien capte 12% de ces recettes hors de ses frontières et il trouve un public assidu auprès des communautés d'émigrés indiens.

Soulignons que les studios Disney ont sorti l'année dernière leur première coproduction en Inde. Le film d'animation, intitulé *Roadside Romeo*, a affiché des résultats décevants dans les salles indiennes, en dépit d'une importante campagne marketing et des nombreuses stars de Bollywood qui avaient prêté leurs voix aux personnages. Cependant, l'enjeu est fort considérable pour les studios hollywoodiens dans la mesure où les revenus générés par l'industrie cinématographique indienne devraient atteindre plus de 4 milliards de dollars en 2011 et les investissements étrangers ne représentent que 5%.

Sources : « Bollywood et Hollywood en pleine romance », *Le Figaro*, 18 août 2009 ; Monique Dagnaud, « L'exception culturelle indienne ne rassemble guère à celle de la France », *Telos*, 19 octobre 2006.

Hollywood se délocalise

A cause de la récession, une grande partie de productions échappent aux studios hollywoodiens, situés à Los Angeles, au profit d'autres Etats américains. Depuis quelques ans, ces derniers offrent des incitations fiscales aux producteurs de films et d'émissions de télévision. En conséquence, des centaines d'entreprises qui font vivre l'industrie du divertissement du sud de la Californie, souffrent largement de la forte diminution des contrats de production de films et d'émissions due à la crise



financière ainsi qu'aux effets de la grève des scénaristes et de la dispute entre les studios et la Guilde des acteurs (Screen Actors Guild, un syndicat professionnel d'acteurs et de figurants). Dans la région de Los Angeles, la production locale de longs-métrages a chuté pour atteindre les plus faibles niveaux jamais enregistrés. Selon la Commission du film de Californie, la part de la Californie dans la production américaine de longs-métrages est passée de 66% en 2003 à 31% en 2008. Ces chiffres reflètent bien l'effondrement de la popularité de la région de Los Angeles, où l'activité liée à la production de longs-métrages ne représentait, en 2008, plus que la moitié de ce qu'elle était à son plus haut, en 1996. La production d'émissions de télévisions, qui était jusqu'à récemment, une source fiable d'emplois dans la région, connaît également un déclin.

Selon une récente étude de Film L.A.Inc., 44 émissions pilotes sur 103 ont été tournées en 2009, dans ces endroits aussi disparates que le Canada, l'Illinois, la Géorgie, l'Etat de New York, la Louisiane et le Nouveau-Mexique. Plus de 30 Etats ont cherché à surenchérir par le biais de crédits et de remboursements d'impôt destinés à attirer les producteurs à l'extérieur de la Californie. Rappelons que la Californie, le pays le plus peuplé des Etats-Unis, s'est confronté à une crise d'une exceptionnelle gravité, subissant le plus fort ralentissement économique du pays. De son côté, Jack Kyser, économiste en chef auprès de la Société de développement économique du comté de Los Angeles, explique que « Los Angeles risque de perdre une bonne part de l'une de ses industries de référence, comme c'est arrivée avec l'industrie aérospatiale au début des années 1990 ».

Source : « Hollywood ne fait plus rêver les cinéastes », *Courrier international*, 1^{er} août 2009.

Fonds francophone de production audiovisuelle du Sud : 14 films bénéficiaires.

Quatorze films mis en chantier dans les pays francophones du Sud, représentant environ 17 heures de diffusion, recevront des aides à la production ou à la finition pour un montant total de 460 000 euros octroyés par l'OIF au titre de son Fonds francophone de production audiovisuelle du Sud. La Commission du Fonds, composée de sept professionnels du cinéma s'est réunie à Paris les 16 et 17 juillet 2009 et a sélectionné 14 projets parmi les 45 dossiers reçus suite à l'appel public à propositions lancé en janvier. Plus spécifiquement, les projets bénéficiaires se répartissent sur 9 aides à la production, à savoir 5 longs métrages de fiction et 4 courts métrages et 5 aides à la finition, à savoir 4 longs métrages de fiction et 1 long métrage documentaire.

Source : Site de l'OIF, http://www.francophonie.org/actualites/nouvelle.cfm?der_id=3197&affdebutr=1&type=liste.

Accords bilatéraux et diversité culturelle

Ce bulletin d'information est réalisé par le Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation pour l'Organisation internationale de la Francophonie



Direction scientifique : Gilbert Gagné

Recherche et rédaction : Antonios Vlassis

Pour nous joindre : +1 (514) 987-3000 #3910 - <http://www.ceim.uqam.ca> - ceim@uqam.ca

Les opinions exprimées et les arguments avancés dans ce bulletin demeurent sous l'entière responsabilité du rédacteur ainsi que du Centre d'études sur l'intégration et la mondialisation et n'engagent en rien ni ne reflètent ceux de l'Organisation internationale de la Francophonie.

