



Lieu : Djerbahood, Djerba
Source photo : Radisson Blu Blog



Musique : Le Malouf Tunisien
Source photo : Insecret.Ma



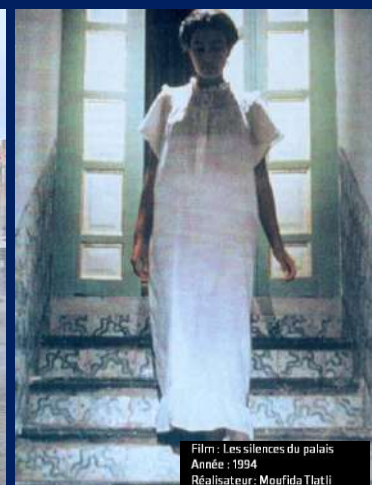
Jeu : Garcito
Développement : Digital Mania



Lieu : Théâtre municipal de Tunis
Source photo : Kharjet.tn



Artiste : Nesrine Ben Arbia
Crédit photo : Moez Shalek



Film : Les silences du palais
Année : 1994
Réalisateur : Moufida Tlatli

Réalisation d'une feuille de route pour le développement des industries culturelles et créatives en Tunisie



SELMA
FERIANI
GALLERY

وِزَارَةُ الشُّؤُونِ الثَّقَافِيَّةِ
MINISTÈRE DES AFFAIRES CULTURELLES



MATINE
CONSULTING
متين

Important

Accord relatif à l'utilisation de l'étude entre le Ministère des Affaires Culturelles et l'utilisateur:

L'utilisation de la présente étude implique l'adhésion aux clauses et conditions suivantes :

Le ministère des Affaires Culturelles souhaite accroître l'accès du public aux informations sur ses activités et il gère la présente étude ainsi que les informations, documents qui y sont présentés, à des fins d'information exclusivement.

Tous les contenus de la présente étude ou document sont protégés par le droit d'auteur (copyright). Le Ministère des Affaires Culturelles permet aimablement à ceux qui peuvent choisir d'accéder à l'étude d'en télécharger ou copier les contenus à leur usage **personnel et non-commercial**.

Toute copie du contenu doit reprendre toutes les indications et instructions relatives au droit d'auteur sous la même forme et de la même manière que sur l'original. Toute utilisation des informations textuelles (texte, images, etc.) de l'étude doit être accompagnée d'une mention de la source, citant l'adresse URL de la page (Titre de l'étude, ministère des affaires culturelles, URL).

Aucune autre utilisation du contenu n'est autorisée sans autorisation préalable du Ministère des Affaires Culturelles.

Avis de non- Responsabilité

Ce document vise à promouvoir l'intérêt pour le sujet de l'étude et à sa diffusion auprès les différentes parties concernées.

Toutes les opinions, les orientations, les recommandations, la méthodologie appliquée, exprimées dans ce document ne reflètent pas en aucun cas des opinions ou des positions du Ministère des Affaires Culturelles ou celles du bailleur de fonds.



Lieu : Djerbahood, Djerba
Source photo : Radisson Blu Blog



ألي دوعيري
منه الليالي
L'angoisse, c'est la seule amie à connaître
Traduction : Samir
Copyright : Tala



Musique : Le Malouf Tunisien
Source photo : Insecret.Ma



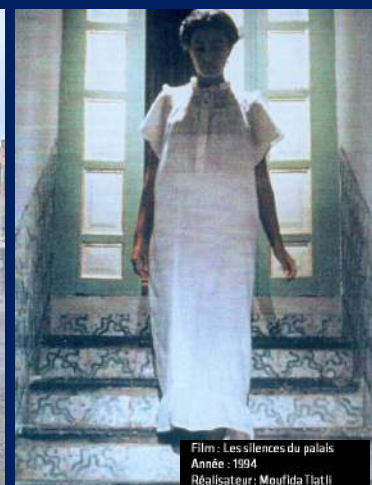
Jeu : Garcito
Développement : Digital Mania



Lieu : Théâtre municipal de Tunis
Source photo : Kharjet.tn



Artiste : Nesrine Ben Arbia
Crédit photo : Moez Shalek



Film : Les silences du palais
Année : 1994
Réalisateur : Moufida Tlatli

Réalisation d'une feuille de route pour le développement des industries culturelles et créatives en Tunisie

Axe 1 : Cadre conceptuel et normatif des industries culturelles et créatives

Document de synthèse



SELMA
FERIANI
GALLERY

وِزَارَةُ الشُّؤُونِ الثَّقَافِيَّةِ
MINISTÈRE DES AFFAIRES CULTURELLES



MATINE
CONSULTING
متين



Ce document de synthèse présente les principaux résultats des analyses sur le cadre conceptuel et normatif des industries culturelles et créatives en Tunisie.

Pour plus d'informations sur l'approche et la méthodologie de ces travaux, veuillez vous référer au document détaillé de l'étude

Liste des abréviations



ANETI	Agence nationale pour l'emploi et le travail indépendant
APII	Agence de promotion de l'industrie et de l'innovation
CDC	Caisse des Dépôts et Consignations
CEO	Chief Executive Office
CNCI	Centre National du Cinéma et de l'Image
CPF	Classification des produits française
CTP	Classification tunisienne des produits
DG	Directeur général
ICC	Industries culturelles et créatives
IFT	Institut français de Tunisie
INS	Institut national des statistiques
INSEE	Institut national de la statistique et des études économiques
MAC	Ministère des affaires culturelles
MF	Ministère des Finances
NAF	Nomenclature d'Activités Française
NAT	Nomenclature d'Activités Tunisiennes
ONEQ	Observatoire National de l'Emploi et des Qualifications
ONUDI	Organisation des Nations unies pour le développement
PACT	Programme d'appui au secteur culturel en Tunisie
PIB	Produit intérieur brut
RNE	Registre National des Entreprises
RTMC	Référentiel Tunisien des Métiers et des Compétences
TDR	Termes de référence
UEI	Unité de l'Encadrement des Investisseurs





Sommaire

Préambule et principaux résultats des analyses

Cadre conceptuel et normatif des ICC

Définition des métiers liés aux ICC



Lieu : La Médina de Tunis
Source photo : Voyage-Tunisie



Danseuse : Nesrine Ben Arbia
Crédit photo : Moez Shaiek

Sommaire

Préambule et principaux résultats des analyses

Cadre conceptuel et normatif des ICC

Définition des métiers liés aux ICC

Préambule & Principaux résultats des analyses

Préambule



- Le présent document constitue un **premier draft du livrable de l'axe 1** du projet : Cadre conceptuel et normatif des industries culturelles et créatives
- Les analyses sont effectuées sur la base de la méthodologie prédéfinie et qui s'articule autour de **3 phases majeures** :
 - La **définition des filières** constituant le cadre conceptuel et normatif des ICC
 - L'élaboration de la nomenclature** des activités et des produits/services pour chacune des filières sur la base des nomenclatures NAT et CTP de l'INS
 - L'identification des métiers** constituant chacune des filières à partir du Référentiel Tunisien des Métiers et Compétences de l'ANETI et de benchmarks internationaux

Principaux résultats des analyses



1) Filières des industries créatives et culturelles :

- 1.1) 12 filières ICC ont été identifiées à partir d'un benchmark avec 12 pays sélectionnés et 6 modèles de classification internationaux, appuyés par les inputs des experts
- 1.2) Les 12 filières proposées couvrent un large périmètre des chaînes de valeur des ICC : de la création, à la production, la distribution et la consommation.

2) Nomenclatures des activités et des produits/services des filières ICC :

- 2.1) L'ensemble des 12 filières proposées correspondent à des activités de la Nomenclature des Activités Tunisiennes (NAT) et à des produits et services de la Classification Tunisienne des Produits (CTP).
- 2.2) Des carences ont été identifiées au niveau de la NAT à travers les discussions avec les experts, et portent sur des maillons/acteurs de la chaîne de valeur non couverts par la nomenclature ou encore à des rubriques caduques qui ne sont plus d'actualité
- 2.3) L'analyse des gaps effectuée sur les nomenclatures tunisiennes fait ressortir des gaps portant essentiellement sur un niveau détail manquant par rapport aux nomenclatures de référence

3) Métiers ICC

- 3.1) Les métiers répertoriés par le RTMC couvrent l'ensemble 12 filières, avec des métiers transverses à plusieurs filières mettant en exergue la fluidité intersectorielles des ICC





Sommaire

Préambule et principaux résultats des analyses

Cadre conceptuel et normatif des ICC

Définition des métiers liés aux ICC



Artiste : Anouar Brahem
Crédit photo : Marco Borggreve

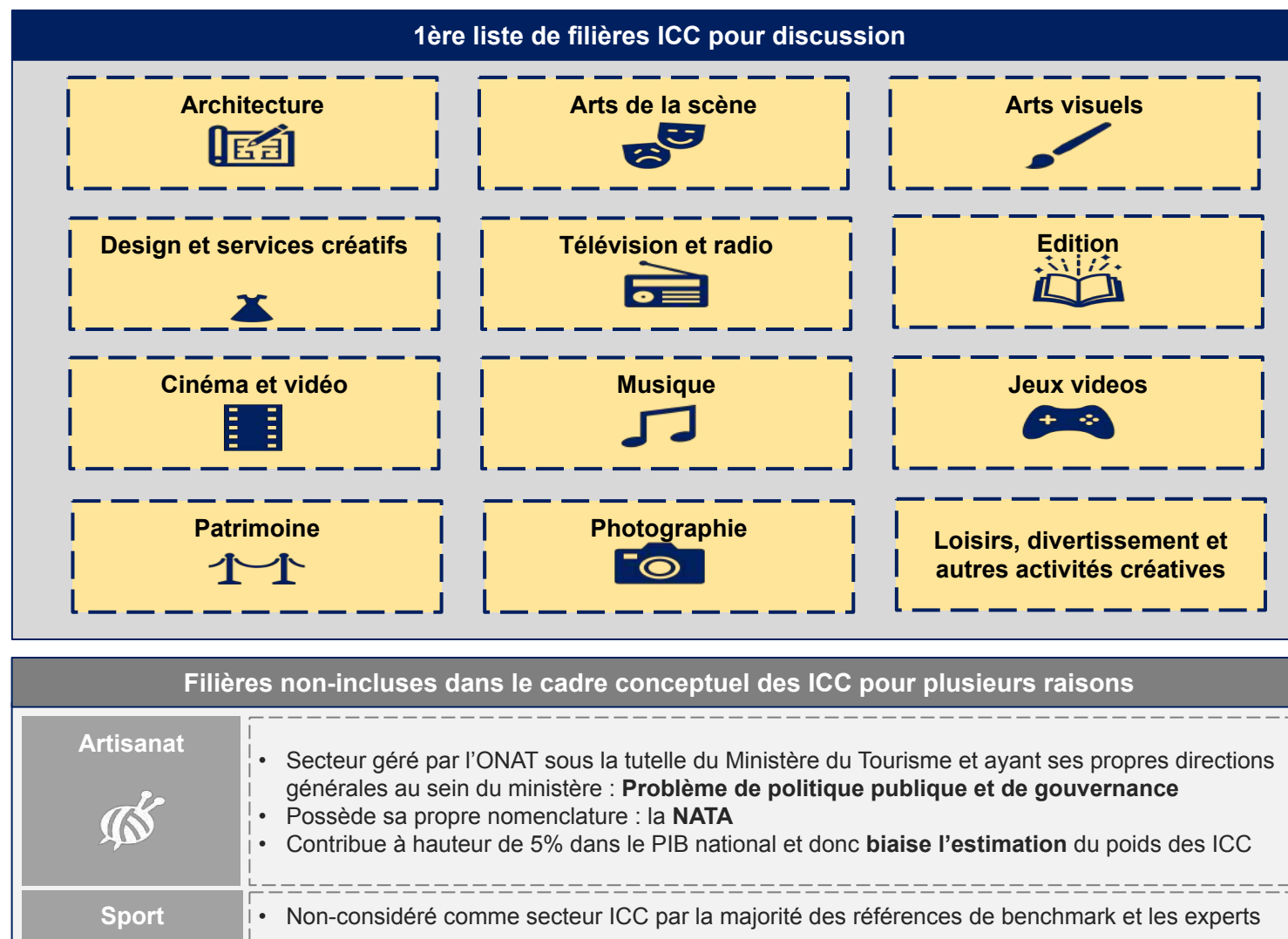
Cadre conceptuel et normatif des ICC

Il est important de s'aligner préalablement sur les notions clés composant le cadre conceptuel des ICC

Notion clé	Définition	Source	Exemple
1 Industries	L'ensemble des activités économiques qui combinent des facteurs de production pour produire des biens matériels destinés au marché	NA	Industrie culturelle et créative
2 Filières	L'ensemble des activités complémentaires qui concourent, d'amont en aval, à la réalisation d'un produit fini.	Modèles de classification internationaux et benchmark	Arts visuels
3 Activités	Activités économiques productives pouvant être exercées dans un domaine donné.	INS Nomenclature d'Activités Tunisiennes (NAT)	Création artistique
4 Produits/ Services	Biens et services issus des activités économiques. Ces produits sont articulés autour des activités de la NAT.	INS Classification Tunisienne des Produits (CTP)	Œuvres originales de peintres, graphistes et sculpteurs
5 Métiers	Profession exercée par une personne dans un domaine professionnel donné en vue d'une rémunération.	ANETI Référentiel Tunisien des Métiers et des Compétences (RTMC)	• Artiste peintre • Aquarelliste • Sculpteur / Sculptrice • ...
6 Pratiques culturelles	L'ensemble des activités de consommation ou de participation liées à la vie intellectuelle et artistique, qui engagent des dispositions esthétiques et participent à la définition des styles de vie : lecture, fréquentation des équipements culturels, usages des médias audiovisuels, mais aussi pratiques culturelles amateurs	NA	• Visite des expositions et des galeries d'arts • ...

Cadre conceptuel et normatif des ICC

Une première liste de filières à inclure dans les ICC en Tunisie est proposée ci-dessous, basée sur un benchmark international tout en s'adaptant au contexte local



Liste en cours de validation par l'équipe TFANEN et le Ministère des Affaires Culturelles

Cadre conceptuel et normatif des ICC

Les 12 filières proposées couvrent un large périmètre des industries culturelles et créatives, de la création, à la production, la distribution et la consommation

2

Filières

Composition des filières ICC: Exemples de sous-filières avec un focus sur la phase création

Non-exhaustive

1 Architecture - Des bâtiments - Urbaine et rurale - Paysagère ...	2 Arts de la scène - Danse - Théâtre - Marionnettes - Cirque - Art de la rue - Festivals (incluant leur gestion) - Concerts ...	3 Arts visuels - Beaux-arts - Peinture - Sculpture - Galleries - Salles d'exposition ...	4 Design et services créatifs - Design - Mode - Stylisme - Décoration - Publicité ...	5 Télévision et radio - Radiodiffusion (y compris streaming) - Télédiffusion (y compris streaming) - Podcasting ...	6 Edition - Edition des livres - Edition des journaux et périodiques - Bibliothèques - Foires de livre ...
7 Cinéma et vidéo - Films - Vidéos - Contenu audiovisuel web - Animation - Salles de cinéma - Plateforme VOD ...	8 Musique - Enregistrement musical - Edition sonore ...	9 Jeux vidéos - Jeux sur console/PC - Jeux pour mobile ...	10 Patrimoine - Patrimoine naturel - Patrimoine immatériel - Musées - Sites archéologiques et historiques - Archives ...	11 Photographie - Photographie pour films - Photographie pour cérémonies ...	12 Loisirs, divertissement et autres activités créatives - Parcs de loisir et à thème - Zoos - Jardins botaniques - Organisation de fêtes ...

• Les filières identifiées couvrent un large périmètre des chaînes de valeur des ICC

i

Pour le reste du document, les analyses sont effectués sur la base de ces 12 filières



Cadre conceptuel et normatif des ICC

L'ensemble des 12 filières ont été associées à leurs équivalents en activités de la NAT et produits/services de la CTP (1/8)

	Classe NAT
	Classe CTP
	Catégorie CTP
	Sous Catégorie CTP

3	Activités
4	Produits/ services

1 Architecture

71.11 Activités d'architecture

71.11 Services d'architecture

71.11.1 Plans et dessins architecturaux

71.11.10 Plans et dessins architecturaux

71.11.2 Services d'architecture pour bâtiment

71.11.21 Services d'architecture pour projets de constructions résidentielles

71.11.22 Services d'architecture pour projets de constructions non résidentielles

71.11.23 Services d'architecture de rénovation de bâtiments historiques

71.11.24 Services de conseil en architecture

71.11.3 Services d'aménagement urbain et rural

71.11.31 Services d'aménagement urbain

71.11.32 Services d'aménagement rural

71.11.33 Services des plans directeurs de chantiers

71.11.4 Services d'architecture paysagère et services de conseil en architecture paysagère

71.11.41 Services d'architecture paysagère

71.11.42 Services de conseil en architecture paysagère

2 Arts visuels

90.03 Création artistique

90.03 Création artistique

90.03.1 Création artistique

90.03.11 Services fournis par des auteurs, compositeurs, sculpteurs et autres artistes, à l'exclusion des artistes du spectacle vivant

90.03.12 Œuvres originales d'auteurs, compositeurs et autres artistes, à l'exclusion des artistes du spectacle, peintres, graphistes et sculpteurs

90.03.13 Œuvres originales de peintres, graphistes et sculpteurs

3 Design et services



créatifs

73.11 Activités des agences de publicité

73.11 Services fournis par les agences publicitaires

73.11.1 Services fournis par les agences publicitaires

73.11.11 Conception et réalisation de services publicitaires

73.11.12 Marketing et mailing directs

73.11.13 Développement de design et concepts publicitaires

73.11.19 Autres services publicitaires

74.10 Activités spécialisées de design

74.10 Services de design spécialisés

74.10.1 Services de design de décoration d'intérieur et de produits industriels et autres services de design spécialisés

74.10.11 Services de design de décoration d'intérieur

74.10.12 Services de design de produits industriels

74.10.19 Autres services de design spécialisés

74.10.2 Designs originaux

74.10.20 Designs originaux



Cadre conceptuel et normatif des ICC

L'ensemble des 12 filières ont été associées à leurs équivalents en activités de la NAT et produits/services de la CTP (2/8)

	Classe NAT
	Classe CTP
	Catégorie CTP
	Sous Catégorie CTP

3	Activités
4	Produits/ services

4 Arts de la scène



90.01 Arts du spectacle vivant

90.01 Services d'artistes du spectacle vivant

90.01.1 Services d'artistes du spectacle vivant

90.01.10 Services d'artistes du spectacle vivant

90.02 Activités de soutien au spectacle vivant

90.02 Services de soutien au spectacle vivant

90.02.1 Services de soutien au spectacle vivant

90.02.11 Services de production et présentation de spectacles vivants

90.02.12 Services de promotion et organisation de spectacles vivants

90.02.19 Autres services de soutien au spectacle vivant

90.04 Gestion de salles de spectacles

90.04 Services de gestion de salles de spectacles

90.04.1 Services de gestion de salles de spectacles

90.04.10 Services de gestion de salles de spectacles

- Aujourd'hui en Tunisie, les activités de gestion, d'organisation et de promotion des spectacles se développent de plus en plus avec beaucoup de jeunes talents qui s'y spécialisent.
- Il est important d'avoir un cadre conceptuel permettant de professionnaliser ce type d'activités : Au niveau de la NAT, ils sont répertoriés sous la classe **90.02 Activités de soutien au spectacle vivant**

Cadre conceptuel et normatif des ICC

L'ensemble des 12 filières ont été associées à leurs équivalents en activités de la NAT et produits/services de la CTP (3/8)

	Classe NAT
	Classe CTP
	Catégorie CTP
	Sous Catégorie CTP

3	Activités
4	Produits/ services

5 Cinéma et Vidéo



59.11 Production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision

59.11 Production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision

59.11.1 Production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision

59.11.11 Production de films cinématographiques

59.11.12 Production de films et vidéos promotionnels ou publicitaires

59.11.13 Production d'autres programmes de télévision

59.11.2 Produits cinématographiques, vidéos et programmes de télévision

59.11.21 Originaux de films cinématographiques, vidéos et programmes de télévision

59.11.22 Films cinématographiques

59.11.23 Films et autres contenus vidéo sur disque, cassette ou autre support physique

59.11.24 Films et autres contenus vidéo en téléchargement

59.11.3 Vente d'espaces publicitaires ou de temps d'antenne dans les produits cinématographiques, vidéos et émissions de télévision

59.11.30 Vente d'espaces publicitaires ou de temps d'antenne dans les produits cinématographiques, vidéos et émissions de télévision

59.12 Post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision

59.12 Post-production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision

59.12.1 Post-production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision

59.12.11 Services d'édition audiovisuelle

59.12.12 Services de transfert et de duplication de bandes mères

59.12.13 Services de correction de couleurs et de restauration numérique

59.12.14 Services d'effets visuels

59.12.15 Services d'animation

59.12.16 Services de sous-titrage

59.12.17 Services d'édition et de conception sonore

59.12.19 Autres services de post-production de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision

59.13 Distribution de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision

59.13 Distribution de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision

59.13.1 Services de licence et de distribution de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision

59.13.11 Services de licence pour les droits des films et leurs recettes

59.13.12 Autres services de distribution de films cinématographiques, de vidéos et de programmes de télévision

59.14 Projection de films cinématographiques

59.14 Projection de films cinématographiques

59.14.1 Projection de films cinématographiques

59.14.10 Projection de films cinématographiques

- La nomenclature de la filière Cinéma et vidéo couvre la quasi-totalité de la chaîne de valeur (Production, post-production, distribution..),
- Toutefois, cette nomenclature comporte des rubriques dont la dénomination est anachronique. A titre d'exemple dans la sous-catégorie **59.11.23** on parle de films et contenus vidéo **sur cassette**: un support qui n'est plus d'actualité en 2021.

Cadre conceptuel et normatif des ICC

L'ensemble des 12 filières ont été associées à leurs équivalents en activités de la NAT et produits/services de la CTP (4/8)

Classe NAT
Classe CTP
Catégorie CTP
Sous Catégorie CTP

3 Activités
4 Produits/
services

6 Edition

58.11 Édition de livres

58.11 Édition de livres

58.11.1 Livres imprimés

- 58.11.11 Manuels éducatifs, imprimés (y.c. livres scolaires)
- 58.11.12 Livres professionnels, techniques et savants, imprimés
- 58.11.13 Livres d'enfants, imprimés
- 58.11.14 Dictionnaires et encyclopédies, imprimés
- 58.11.15 Atlas et autres livres contenant des cartes, imprimés
- 58.11.16 Cartes géographiques, marines ou autres, autres que sous forme de livres, imprimées
- 58.11.19 Autres livres, brochures, dépliants et articles similaires, imprimés

58.11.2 Livres sur disque, cassette ou autre support physique

- 58.11.20 Livres sur disque, cassette ou autre support physique

58.11.3 Livres en ligne

- 58.11.30 Livres en ligne

58.11.4 Espaces publicitaires dans les livres

- 58.11.41 Espaces publicitaires dans les livres imprimés
- 58.11.42 Espaces publicitaires dans les livres électroniques

58.11.5 Édition de livres pour compte de tiers

- 58.11.50 Édition de livres pour compte de tiers

58.11.6 Services de licence pour livres

- 58.11.60 Services de licence pour livres

58.13 Édition de journaux

58.13 Édition de journaux

58.13.1 Journaux imprimés

- 58.13.10 Journaux imprimés

58.13.2 Journaux en ligne

- 58.13.20 Journaux en ligne

58.13.3 Espaces publicitaires dans les journaux

- 58.13.31 Espaces publicitaires dans les journaux imprimés
- 58.13.32 Espaces publicitaires dans les journaux électroniques

58.14 Édition de revues et périodiques

58.14 Édition de revues et périodiques

58.14.1 Revues et périodiques imprimés

- 58.14.11 Revues et périodiques généralistes imprimés
- 58.14.12 Revues et journaux d'affaires, professionnels et universitaires imprimés
- 58.14.19 Autres revues et périodiques imprimés

58.14.2 Revues et périodiques en ligne

- 58.14.20 Revues et périodiques en ligne

58.14.3 Espaces publicitaires dans les revues et périodiques

- 58.14.31 Espaces publicitaires dans les revues et périodiques imprimés
- 58.14.32 Espaces publicitaires dans les revues et périodiques électroniques

58.14.4 Services de licence pour les revues et périodiques

- 58.14.40 Services de licence pour les revues et périodiques

58.19 Autres activités d'édition

58.19 Autres activités d'édition

58.19.1 Autres activités d'édition d'imprimés

- 58.19.11 cartes postales, cartes de vœux et similaires, imprimés
- 58.19.12 Photos, illustrations, gravures, imprimés
- 58.19.13 Transferts (décalmanies) et calendriers, imprimés
- 58.19.14 Timbre-poste et timbres fiscaux ou similaires neufs : papier timbré; chèquiers; billets de banque, certificats d'actions ou d'obligations et titres similaires
- 58.19.15 Matériel publicitaire, catalogues commerciaux et similaires, imprimés
- 58.19.19 Autres imprimés

58.19.2 Autres contenus en ligne

- 58.19.21 Contenus en ligne pour adultes
- 58.19.29 Autres contenus en ligne n.c.a.

58.19.3 Services de licence pour les autres imprimés

- 58.19.30 Services de licence pour les autres imprimés

63.91 Activités des agences de presse

63.91 Services des agences de presse

63.91.1 Services des agences de presse

- 63.91.11 Services des agences de presse à l'intention des journaux et périodiques
- 63.91.12 Services des agences de presse à l'intention des médias audiovisuels



	Classe NAT
	Classe CTP
	Catégorie CTP
	Sous Catégorie CTP

3	Activités
4	Produits/ services

7 Jeux vidéos

58.21 Édition de jeux électroniques

58.21 Édition de jeux électroniques

58.21.1 Jeux électroniques, sur support physique

58.21.10 Jeux électroniques, sur support physique

58.21.2 Jeux électroniques, en téléchargement

58.21.20 Jeux électroniques, en téléchargement

58.21.3 Jeux en ligne

58.21.30 Jeux en ligne

58.21.4 Services de licence pour l'utilisation de jeux électroniques

58.21.40 Services de licence pour l'utilisation de jeux électroniques

- En ce qui concerne la filière Jeux vidéos, la NAT et la CTP à travers leurs classes **58.21 Edition de jeux vidéos** ne couvre que l'aspect « Edition » des jeux vidéos.
- Ainsi, les autres maillons de chaîne de valeur de la production des jeux vidéos sont ignorés (tel que la conception, la réalisation, la distribution..).

	Classe NAT
	Classe CTP
	Catégorie CTP
	Sous Catégorie CTP

3	Activités
4	Produits/ services

8 Loisirs, divertissement et autres activités créatives

91.04 Gestion des jardins botaniques et zoologiques et des réserves naturelles

91.04 Gestion des jardins botaniques et zoologiques et des réserves naturelles

91.04.1 Services des jardins botaniques et zoologiques et des réserves naturelles

91.04.11 Services des jardins botaniques et zoologiques

91.04.12 Services des réserves naturelles, y compris services de préservation de la faune

9 Musique 🎵

59.20 Enregistrement sonore et édition musicale

59.20 Enregistrement sonore et édition musicale

59.20.1 Services d'enregistrement sonore et d'enregistrement en direct; originaux d'enregistrement sonore

59.20.11 Services d'enregistrement sonore

59.20.12 Services d'enregistrement en direct

59.20.13 Originaux d'enregistrement sonore

59.20.2 Production de programmes radio; originaux de programmes radio

59.20.21 Production de programmes radio

59.20.22 Originaux de programmes radio

59.20.3 Édition musicale

59.20.31 Partitions musicales imprimées

59.20.32 Partitions musicales électroniques

59.20.33 Enregistrements audio musicaux sur disque, cassette ou autre support physique

59.20.34 Autres disques et cassettes audio

59.20.35 Musique en téléchargement

59.20.4 Services de licence pour l'utilisation d'originaux acoustiques

59.20.40 Services de licence pour l'utilisation d'originaux acoustiques

Cadre conceptuel et normatif des ICC

L'ensemble des 12 filières ont été associées à leurs équivalents en activités de la NAT et produits/services de la CTP (7/8)

	Classe NAT
	Classe CTP
	Catégorie CTP
	Sous Catégorie CTP

3	Activités
4	Produits/ services

10 Patrimoine ↑↑

91.01 Gestion des bibliothèques et des archives

91.01 Services des bibliothèques et archives

91.01.1 Services des bibliothèques et archives

91.01.11 Services des bibliothèques

91.01.12 Services des archives

91.02 Gestion des musées

91.02 Services des musées

91.02.1 Services de gestion des musées

91.02.10 Services des musées

91.02.2 Collections des musées

91.02.20 Collections des musées

91.03 Gestion des sites et monuments historiques et des attractions touristiques similaires

91.03 Services de gestion des sites et monuments historiques et attractions touristiques similaires

91.03.1 Services de gestion des sites et monuments historiques et attractions touristiques similaires

91.03.10 Services de gestion des sites et monuments historiques et attractions touristiques similaires

- Le volet **Patrimoine immatériel** n'est pas pris en compte par les activités de la NAT.
- Les activités de la NAT correspondant à la filière Patrimoine couvrent essentiellement le maillon « **distribution** » de la chaîne de valeur. En effet, bibliothèque, musées et sites représentent des canaux de distribution. Les autres maillons de la chaîne de valeur sont en partie ignorés.
- **La gouvernance** de la filière Patrimoine pose problème aujourd'hui en Tunisie. En effet, la gestion des archives, bibliothèques et musées est dispersée entre les institutions et n'est pas centralisée.



Cadre conceptuel et normatif des ICC

L'ensemble des 12 filières ont été associées à leurs équivalents en activités de la NAT et produits/services de la CTP (8/8)

	Classe NAT
	Classe CTP
	Catégorie CTP
	Sous Catégorie CTP

3	Activités
4	Produits/ services

11 Photographie



74.20 Activités photographiques

74.20 Services photographiques

74.20.1 Plaques et films photographiques, autres que cinématographiques, exposés

- 74.20.11 Plaques et films photographiques, exposés, mais non développés
- 74.20.12 Plaques et films photographiques, exposés et développés, pour reproduction offset
- 74.20.19 Autres plaques et films photographiques exposés et développés

74.20.2 Services de photographie spécialisés

- 74.20.21 Services des studios photographiques
- 74.20.22 Services photographiques publicitaires et connexes
- 74.20.23 Services de photographie et de vidéo pour cérémonies
- 74.20.24 Services de photographie aérienne
- 74.20.29 Autres services de photographie spécialisés

74.20.3 Autres services photographiques

- 74.20.31 Services de développement et de tirage photographique
- 74.20.32 Services de restauration et retouche de photographies
- 74.20.39 Autres services photographiques n.c.a.

12 Télévision et



60.10 Édition et diffusion de programmes radio

60.10 Radiodiffusion

60.10.1 Radiodiffusion; originaux de radiodiffusion

- 60.10.11 Programmation d'émissions de radio et radiodiffusion
- 60.10.12 Originaux de radiodiffusion

60.10.2 Programmes de stations de radio

- 60.10.20 Programmes de stations de radio

60.10.3 Temps d'antenne publicitaire à la radio

- 60.10.30 Temps d'antenne publicitaire à la radio

60.20 Programmation de télévision et télédiffusion

60.20 Programmation de télévision et télédiffusion; originaux d'émissions de télévision

60.20.1 Programmation de télévision et télédiffusion

- 60.20.11 Programmation de télévision et télédiffusion en ligne, à l'exclusion des chaînes par abonnement
- 60.20.12 Autres services de programmation de télévision et télédiffusion, à l'exclusion des chaînes par abonnement
- 60.20.13 Programmation de télévision et télédiffusion par abonnement en ligne
- 60.20.14 Autres services de programmation de télévision et télédiffusion par abonnement

60.20.2 Originaux d'émissions de télévision

- 60.20.20 Originaux d'émissions de télévision

60.20.3 Programmes de chaînes de télévision

- 60.20.31 Programmes de chaînes de télévision, à l'exclusion des chaînes par abonnement
- 60.20.32 Programmes de chaînes de télévision par abonnement





Artiste : Aziza Guermazi

Sommaire

Préambule et principaux résultats des analyses

Cadre conceptuel et normatif des ICC

Définition des métiers liés aux ICC

1

Architecture

- Architecte
- Architecte conseiller / conseillère
- Architecte consultant / consultante
- Architecte décorateur / décoratrice
- Architecte du bâtiment
- Architecte paysagiste
- Architecte paysagiste urbain / urbaine
- Architecte-urbaniste
- Agréé / Agréée en architecture
- Architecte du patrimoine
- Concepteur / Conceptrice paysagiste
- Conseiller / Conseillère en architecture

2

Arts visuels

- Agent / Agente artistique
- Agent / Agente d'artiste
- Agent / Agente de promotion des artistes
- Artiste conceptuel / conceptuelle
- Artiste peintre
- Artiste peintre à l'aérographe
- Artiste peintre décorateur / décoratrice
- Artiste plasticien / plasticienne
- Artiste sérigraphe
- Artiste sonore
- Assistant / Assistante lumière
- Booker / Bookeuse
- Calligraphe
- Caricaturiste
- Chef éclairagiste
- Concepteur / Conceptrice lumière
- Créateur / Créatrice en arts plastiques
- Créateur / Créatrice lumière
- Dessinateur / Dessinatrice d'art
- Dessinateur-illustrateur / Dessinatrice-illustratrice
- Eclairagiste
- Imprésario
- Infographiste en image de synthèse
- Lithographe
- Manager / Manageuse d'artiste
- Pastelliste

3

Design & services créatifs (1/3)

- Agenceur / Agenceuse d'intérieur de magasin
- Agent / Agente artistique
- Agent / Agente d'artiste
- Agent / Agente de mannequin
- Agent / Agente de promotion des artistes
- Argenteur / Argenteuse en orfèvrerie
- Argenteur / Argenteuse sur verre ou cristal
- Artisan / Artisane en peinture et décoration sur différents supports
- Assistant / Assistante chef de publicité
- Assistant / Assistante de publicité d'agence
- Assistant / Assistante en publicité
- Assistant / Assistante média
- Assistant / Assistante styliste
- Assistant acheteur / Assistante acheteuse d'espaces
- Booker / Bookeuse
- Chargé / Chargée de plan média
- Chargé / Chargée d'études média
- Chef d'achat d'espaces publicitaires
- Chef de fabrication d'édition publicitaire
- Chef de groupe en agence de publicité
- Chef de groupe média planning
- Chef de groupe publicité
- Chef de projet publicitaire
- Chef de publicité
- Chef de publicité d'agence
- Chef de publicité junior

3

Design & services créatifs (2/3)

- Directeur / Directrice artistique web
- Directeur / Directrice d'achat média
- Directeur / Directrice de clientèle d'agence de publicité
- Directeur / Directrice de collection habillement
- Directeur / Directrice média
- Doreur / Doreuse d'art
- Doreur / Doreuse ornemaniste
- Doreur / Doreuse sur tranche
- Emailleur / Emailleuse d'art
- Emailleur / Emailleuse sur verre
- Etalagiste
- Etalagiste décorateur / décoratrice
- Fileur-étireur / Fileuse-étireuse à la main
- Finisseur / Finisseuse d'art
- Finisseur-décorateur / Finisseuse-décoratrice d'objets d'art et artisanaux
- Graphiste 2 D
- Graphiste 2 D - jeux vidéo
- Graphiste 3 D
- Graphiste concepteur / conceptrice
- Graphiste multimédia
- Imprésario
- Imprimeur / Imprimeuse papier peint à la planche
- Infographiste
- Infographiste 3 D
- Infographiste effets spéciaux
- Infographiste en image de synthèse



3

Design & services créatifs (3/3)

- Retoucheur / Retoucheuse bois
- Roughman / Roughwoman en arts graphiques
- Scénographe produits
- Stéréographe 3D
- Styliste
- Styliste chaussure
- Styliste en accessoires textile
- Styliste en bijoux
- Styliste graphiste
- Styliste habillement
- Styliste lingerie, corseterie
- Styliste maroquinerie
- Styliste prêt-à-porter
- Styliste textile
- Styliste-Modéliste
- Technicien / Technicienne en image de synthèse 3D
- UI - user interface designer
- UX - user experience designer
- Vernisseur / Vernisseuse au tampon
- Vidéographe
- Visual merchandiser
- Web designer
- Web planneur / planneuse
- Webmaster concepteur / conceptrice de site web
- Acheteur / Acheteuse d'espaces affichage
- Acheteur / Acheteuse d'espaces cinéma

4

Arts de la scene (1/3)

- Accessoiriste
- Accessoiriste de plateau
- Accessoiriste en effets spéciaux
- Acrobate
- Acteur / Actrice
- Acteur / Actrice de complément
- Acteur principal / Actrice principale
- Agent / Agente artistique
- Agent / Agente d'artiste
- Agent / Agente de promotion des artistes
- Animateur / Animatrice de soirées
- Animateur / Animatrice de soirées privées
- Animateur / Animatrice de spectacles
- Animateur / Animatrice disc-jockey
- Animateur / Animatrice disco mobile
- Antipodiste
- Artiste chorégraphique
- Artiste de cirque
- Artiste de rue
- Artiste dramatique
- Artiste sonore
- Assistant / Assistante de la distribution artistique
- Assistant / Assistante de production spectacle
- Assistant / Assistante de régie
- Assistant / Assistante du chorégraphe
- Assistant / Assistante lumière
- Assistant / Assistante mise en scène
- Assistant / Assistante son

4

Arts de la scene (2/3)

- Concepteur / Conceptrice maquillages spectacle
- Concepteur / Conceptrice son
- Conteur / Conteuse
- Contorsionniste
- Costumier / Costumière
- Costumier-habilleur / Costumière-habilleuse
- Costumier-réalisateur / Costumière-réalisatrice
- Couturier / Couturière spectacle
- Cracheur / Cracheuse de feu
- Créateur / Créatrice de costumes
- Créateur / Créatrice lumière
- Danseur / Danseuse
- Danseur / Danseuse danse classique
- Danseur / Danseuse danse contemporaine
- Danseur / Danseuse danses de variétés
- Danseur / Danseuse danses latino et salsa
- Danseur / danseuse danses orientales et folkloriques
- Danseur / Danseuse danses traditionnelles
- Danseur / Danseuse danses urbaines, hip-hop
- Danseur / Danseuse jazz, modern jazz
- Décorateur / Décoratrice scénographe spectacle
- Décorateur / Décoratrice spectacle
- Décorateur-costumier / Décoratrice-costumière
- Directeur / Directrice artistique en danse
- Directeur / Directrice artistique spectacle
- Directeur / Directrice de compagnie de danse
- Directeur / Directrice de compagnie de théâtre
- Directeur / Directrice de festival

4

Arts de la scene (3/3)

- Opérateur / Opératrice du son
- Opérateur / Opératrice poursuite
- Perchiste
- Perchman / Perchwoman
- Perruquier / Perruquière spectacle
- Perruquier-coiffeur / Perruquière-coiffeuse spectacle
- Perruquier-maquilleur / Perruquière-maquilleuse spectacle
- Personnage
- Posticheur / Posticheuse spectacle
- Poursuiteur / Poursuiteuse
- Preneur / Preneuse de son
- Présentateur / Présentatrice de spectacles
- Prestidigitateur / Prestidigitatrice
- Producteur / Productrice de spectacles
- Pupitreur / Pupitreuse image
- Pupitreur / Pupitreuse régie lumière
- Pupitreur / Pupitreuse son
- Pupitreur / Pupitreuse spectacle
- Régisseur / Régisseuse accessoiriste
- Régisseur / Régisseuse costumes
- Régisseur / Régisseuse de production
- Régisseur / Régisseuse de salle
- Régisseur / Régisseuse de scène
- Régisseur / Régisseuse de tournée
- Régisseur / Régisseuse d'extérieurs
- Régisseur / Régisseuse du son
- Régisseur / Régisseuse lumière
- Régisseur général / Régisseuse générale

5

Cinéma & video (1/3)

- Accessoiriste
- Accessoiriste de plateau
- Accessoiriste en effets spéciaux
- Acteur / Actrice
- Acteur / Actrice de complément
- Acteur principal / Actrice principale
- Agent / Agente artistique
- Agent / Agente d'artiste
- Agent / Agente de promotion des artistes
- Aide projectionniste
- Artiste dramatique
- Assistant / Assistante de la distribution artistique
- Assistant / Assistante de production audiovisuelle
- Assistant / Assistante de régie
- Assistant / Assistante lumière
- Assistant / Assistante mise en scène
- Assistant / Assistante scripte
- Assistant / Assistante son
- Assistant cadreur / Assistante cadreuse
- Assistant chef opérateur / Assistante chef opératrice son
- Assistant coiffeur / Assistante coiffeuse spectacle
- Assistant costumier / Assistante costumière
- Assistant décorateur / Assistante décoratrice spectacle
- Assistant maquilleur / Assistante maquilleuse spectacle
- Assistant metteur / Assistante metteuse en piste
- Assistant metteur / Assistante metteuse en scène
- Assistant monteur / Assistante monteuse audiovisuel
- Assistant monteur / Assistante monteuse son
- Assistant opérateur / Assistante opératrice de prise de vues

5

Cinéma & video (2/3)

- Concepteur / Conceptrice son
- Concepteur rédacteur / Conceptrice rédactrice communication
- Concepteur(trice) réalisateur(trice) communication
- Conteur / Conteuse
- Costumier / Costumière
- Costumier-habilleur / Costumière-habilleuse
- Costumier-réalisateur / Costumière-réalisatrice
- Couturier / Couturière spectacle
- Créateur / Créatrice de costumes
- Créateur / Créatrice lumière
- Décorateur / Décoratrice scénographe spectacle
- Décorateur / Décoratrice spectacle
- Décorateur-costumier / Décoratrice-costumière
- Détecteur / Détectrice son
- Deuxième assistant réalisateur / Deuxième assistante réalisatrice
- Directeur / Directrice artistique communication multimédia
- Directeur / Directrice de casting
- Directeur / Directrice de création communication multimédia
- Directeur / Directrice de la photographie
- Directeur / Directrice de production audiovisuelle
- Directeur / Directrice de production cinématographique
- Directeur / Directrice technique cinéma
- Documentariste
- Doublure
- Doublure cascadeur / cascadeuse
- Eclairagiste
- Ensemblier spectacle / Ensemblière spectacle
- Etalonneur / Etalonneuse numérique
- Figurant / Figurante

5

Cinéma & video (3/3)

- Producteur exécutif / Productrice exécutive
- Projectionniste
- Pupitreur / Pupitreuse image
- Pupitreur / Pupitreuse régie lumière
- Pupitreur / Pupitreuse son
- Réalisateur / Réalisatrice
- Réalisateur / Réalisatrice audiovisuel
- Réalisateur / Réalisatrice cinéma
- Réalisateur / Réalisatrice de court métrage
- Réalisateur / Réalisatrice de documentaire
- Réalisateur / Réalisatrice de film d'animation
- Réalisateur / Réalisatrice de film d'entreprise
- Réalisateur / Réalisatrice de film publicitaire
- Réalisateur / Réalisatrice de long métrage
- Réalisateur / Réalisatrice de téléfilm
- Réalisateur / Réalisatrice de vidéo-clip
- Réalisateur / Réalisatrice multimédia
- Régisseur / Régisseuse accessoiriste
- Régisseur / Régisseuse costumes
- Régisseur / Régisseuse de production
- Régisseur / Régisseuse de scène
- Régisseur / Régisseuse de tournée
- Régisseur / Régisseuse d'extérieurs
- Régisseur / Régisseuse du son
- Régisseur / Régisseuse lumière
- Régisseur général / Régisseuse générale
- Répétiteur / Répétitrice de dialogues
- Responsable de conception communication multimédia
- Responsable de la logistique cinéma

6

Edition (1/2)

- Agent / Agente de bibliothèque
- Agent / Agente littéraire
- Aide documentaliste
- Assistant / Assistante documentaliste
- Auteur / Auteure de bande dessinée
- Auteur / Auteure littéraire
- Auteur écrivain / Auteure écrivaine
- Auteur écrivain / Auteure écrivaine multimédia
- Bibliothécaire
- Bibliothécaire documentaliste
- Bibliothéconome
- Biographe
- Biographe littéraire
- Chargé / Chargée de recherche d'information
- Chargé / Chargée de veille documentaire
- Chargé / Chargée des ressources documentaires
- Chargé / Chargée d'études documentaires
- Cyber documentaliste
- Dessinateur / Dessinatrice de bande dessinée
- Dessinateur / Dessinatrice de presse
- Dessinateur / Dessinatrice d'édition
- Dessinateur-illustrateur / Dessinatrice-illustratrice
- Dialoguiste
- Directeur / Directrice de bibliothèque
- Directeur / Directrice de centre documentaire
- Directeur / Directrice de médiathèque

6

Edition (2/2)

- Correspondant / Correspondante de Presse à l'étranger
- Correspondant local / Correspondante locale de la Presse
- Critique d'art, cinéma, théâtre, littérature, musique
- Cyber-journaliste
- Directeur / Directrice de collection en édition
- Directeur / Directrice de la rédaction
- Directeur / Directrice d'édition électronique et multimédia
- Directeur / Directrice d'édition en ligne
- Directeur / Directrice des publications
- Directeur / Directrice d'information
- Directeur / Directrice éditorial
- Directeur / Directrice littéraire
- Editeur / Editrice
- Editeur / Editrice junior
- Editeur / Editrice multimédia
- Éditorialiste
- Envoyé spécial / Envoyée spéciale de Presse
- Grand reporter / Grande reportrice
- Iconographe
- Journaliste
- Journaliste agencier / agencière
- Journaliste chargé / chargée de publication
- Journaliste de « communication de ville »
- Journaliste de presse audiovisuelle
- Journaliste de presse écrite
- Journaliste de presse radiophonique

7

Jeux vidéo

- Animateur / Animatrice 2D
- Animateur / Animatrice 3D
- Chef de création artistique communication multimédia
- Chef de groupe de création multimédia
- Concepteur / Conceptrice artistique communication multimédia
- Concepteur / Conceptrice de jeux vidéo
- Concepteur / Conceptrice de jeux web online
- Concepteur / Conceptrice multimédia
- Concepteur rédacteur / Conceptrice rédactrice communication
- Concepteur(trice) réalisateur(trice) communication
- Décorateur / Décoratrice graphiste
- Designer / Designeuse d'interactivité
- Designer / Designeuse graphique
- Designer web mobile
- Dessinateur / Dessinatrice de bande dessinée
- Dessinateur / Dessinatrice d'édition
- Dessinateur / Dessinatrice graphiste
- Directeur / Directrice artistique - jeux vidéo
- Directeur / Directrice artistique communication multimédia
- Directeur / Directrice de création - jeux vidéo
- Directeur / Directrice de création communication multimédia
- Game designer - jeux vidéo
- Game designer - jeux web online
- Graphiste 2 D
- Graphiste 2 D - jeux vidéo
- Graphiste 3 D
- Graphiste concepteur / conceptrice
- Graphiste multimédia
- Infographiste 3 D

8

Loisirs, divertissement et autres activités créatives

- Agent / Agente technique des parcs nationaux
- Garde technicien / technicienne de réserve naturelle
- Technicien / Technicienne cynégétique
- Armurier / Armurière spectacle
- Artificier / Artificière spectacle
- Artificier / Artificière spectacles pyrotechniques
- Assistant / Assistante ludothécaire
- Chef de projet événementiel
- Conseiller / Conseillère en organisation de mariages
- Conseiller / Conseillère en organisation d'événementiel de particuliers
- Conseiller / Conseillère technique en armes
- Conseiller(ère) organisation d'événementiel de particuliers
- Créateur de contenus digitaux
- Destination Wedding planner
- Directeur / Directrice de cirque
- Eco garde
- Garde du littoral
- Garde moniteur / monitrice de parc national
- Garde moniteur / monitrice de parc naturel
- Garde national / nationale de la chasse et de la faune sauvage
- Garde-chasse
- Garde-chasse particulier / particulière
- Garde-pêche
- Garde-rivière
- Ludothécaire
- Observateur / Observatrice des pêches

9

Musique (1/2)

- Accordionniste
- Accordeur / Accordeuse de pianos
- Accordeur-réparateur / Accordeuse-réparatrice de pianos
- Agent / Agente artistique
- Agent / Agente d'artiste
- Agent / Agente de promotion des artistes
- Altiste
- Arrangeur musical / Arrangeuse musicale
- Assistant / Assistante de la distribution artistique
- Auteur / Auteure d'œuvre dramatico-musicale
- Auteur / Auteure d'œuvre musicale avec ou sans parole
- Auteur-compositeur / Auteure-compositrice
- Auteur-compositeur-interprète / Auteure-compositriceinterprète
- Auteur-interprète / Auteure-interprète
- Bassiste
- Bassoniste
- Batteur / Batteuse
- Booker / Bookeuse
- Chansonnier / Chansonnière
- Chanteur / Chanteuse
- Chanteur / Chanteuse de bals, soirées privées
- Chanteur / Chanteuse de jazz et funk
- Chanteur / Chanteuse de musique ethnique et traditionnelle
- Chanteur / Chanteuse de rap
- Chanteur / Chanteuse de revue, music hall, comédie musicale
- Chanteur / Chanteuse de rock-pop

9

Musique (2/2)

- Luthier / Luthière
- Luthier / Luthière guitare
- Luthier / Luthière luth « oud »
- Luthier / Luthière vents
- Luthier / Luthière violon
- Manager / Manageuse d'artiste
- Monteur / Monteuse en cordes de piano
- Music manager
- Musicien / Musicienne
- Musicien / Musicienne de variétés
- Musicien / Musicienne d'orchestre
- Musicien / Musicienne Musique Assistée par Ordinateur - MAO
- Musicien / Musicienne soliste
- Musicien-accompagnateur / Musicienne-accompagnatrice
- Orchestrteur / Orchestratrice
- Organiste
- Percussionniste
- Pianiste
- Producteur / Productrice de musique
- Producteur / Productrice phonographique
- Régisseur / Régisseuse de studio d'enregistrement
- Régisseur / Régisseuse des chœurs
- Régisseur / Régisseuse d'orchestre
- Répétiteur
- Restaurateur / Restauratrice de pianos
- Restaurateur / Restauratrice d'instruments à cordes

10

Patrimoine

- Agent chargé/ Agente chargée de protection, sauvegarde patrimoine naturel
- Archiviste
- Archiviste paléographe
- Archiviste-documentaliste
- Argenteur / Argenteuse en orfèvrerie
- Argenteur / Argenteuse sur verre ou cristal
- Artisan / Artisane en peinture et décoration sur différents supports
- Assistant / Assistante archiviste
- Assistant / Assistante de conservation de bibliothèque
- Attaché / Attachée de conservation des archives
- Attaché / Attachée de conservation du patrimoine
- Chargé / Chargée d'études et d'inventaire patrimoine
- Conservateur / Conservatrice d'archives
- Conservateur / Conservatrice de musée
- Conservateur / Conservatrice des antiquités et objets d'art
- Conservateur / Conservatrice des collections
- Conservateur / Conservatrice d'établissement patrimonial
- Conservateur / Conservatrice du patrimoine
- Conservateur / Conservatrice du patrimoine historique
- Décorateur / Décoratrice en céramique
- Décorateur / Décoratrice en verrerie
- Décorateur / Décoratrice sur verre
- Directeur / Directrice de musée
- Directeur / Directrice d'établissement patrimonial
- Documentaliste archiviste
- Doreur / Doreuse d'art

11

Photographie

- Agent / Agente artistique
- Agent / Agente d'artiste
- Agent / Agente de promotion des artistes
- Assistant / Assistante photographe
- Assistant cadreur / Assistante cadreuse
- Assistant opérateur / Assistante opératrice de prise de vues
- Booker / Bookeuse
- Cadreur / Cadreuse
- Cameraman / Camerawoman
- Chef de studio de photographie
- Chef opérateur / opératrice de prise de vues
- Chef opérateur / opératrice image
- Chef opérateur / opératrice lumière
- Directeur / Directrice de la photographie
- Imprésario
- Manager / Manageuse d'artiste
- Opérateur / Opératrice photographe
- Photographe
- Photographe aérien / aérienne
- Photographe animalier / animalière
- Photographe créateur / créatrice
- Photographe culturel / culturelle
- Photographe d'architecture
- Photographe d'art
- Photographe de mode
- Photographe de plateau de tournage

12

Télévision et radio (1/3)

- Accessoiriste
- Accessoiriste de plateau
- Accessoiriste en effets spéciaux
- Agent / Agente artistique
- Agent / Agente d'artiste
- Agent / Agente de promotion des artistes
- Animateur / Animatrice radio
- Animateur / Animatrice TV
- Assistant / Assistante de la distribution artistique
- Assistant / Assistante de production audiovisuelle
- Assistant / Assistante de régie
- Assistant / Assistante lumière
- Assistant / Assistante scripte
- Assistant / Assistante son
- Assistant cadreur / Assistante cadreuse
- Assistant chef opérateur / Assistante chef opératrice son
- Assistant coiffeur / Assistante coiffeuse spectacle
- Assistant costumier / Assistante costumière
- Assistant décorateur / Assistante décoratrice spectacle
- Assistant maquilleur / Assistante maquilleuse spectacle
- Assistant monteur / Assistante monteuse audiovisuel
- Assistant monteur / Assistante monteuse son
- Assistant opérateur / Assistante opératrice de prise de vues
- Assistant perruquier / Assistante perruquière spectacle
- Assistant réalisateur / Assistante réalisatrice
- Auteur / Auteure dramatique
- Auteur / Auteure humoriste
- Auteur écrivain / Auteure écrivaine multimédia

12

Télévision et radio (2/3)

- Deuxième assistant réalisateur / Deuxième assistante réalisatrice
- Directeur / Directrice artistique (radio, TV)
- Directeur / Directrice d'antenne radio
- Directeur / Directrice d'antenne télévision
- Directeur / Directrice de casting
- Directeur / Directrice de production audiovisuelle
- Directeur / Directrice de programmation Radio
- Documentariste
- Eclairagiste
- Electricien / Electricienne de plateau
- Ensemblier spectacle / Ensemblière spectacle
- Etalonneur / Etalonneuse numérique
- Groupiste/groupman / Groupiste/groupwoman
- Habilleur / Habilleuse
- Implodeur-perruquier / Implodeuse-perruquière spectacle
- Infographiste en multimédia
- Ingénieur / Ingénieure de la vision
- Ingénieur / Ingénieure du son
- Intégrateur / Intégratrice multimédia
- Machiniste
- Machiniste télévision
- Machiniste-constructeur / Machiniste-constructrice de décors
- Maquilleur / Maquilleuse effets spéciaux
- Maquilleur / Maquilleuse spectacle
- Maquilleur coiffeur / Maquilleuse coiffeuse spectacle
- Maquilleur-coiffeur perruquier / Maquilleuse-coiffeuse perruquière spectacle
- Maquilleur-posticheur / Maquilleuse-posticheuse spectacle
- Mixeur / Mixeuse

12

Télévision et radio (3/3)

- Sound designer / Designer sonore
- Technicien / Technicienne d'exploitation vidéo
- Technicien / Technicienne du son
- Technicien / Technicienne en effets spéciaux
- Technicien / Technicienne exploitation maintenance des équipements audiovisuels
- Technicien / Technicienne lumière
- Technicien / Technicienne plateau
- Technicien / Technicienne vidéo
- Assistant / Assistante de rédaction
- Assistant / Assistante d'émission audiovisuelle
- Assistant / Assistante plateau
- Assistant maquilleur coiffeur perruquier / Assistante maquilleuse coiffeuse perruquière spectacle
- Attaché / Attachée de production audiovisuelle
- Chargé / Chargée de postproduction
- Chargé / Chargée de rédaction
- Chef de rubrique
- Cintrier / Cintrière
- Cintrier-machiniste / Cintrière-machiniste
- Conseiller / Conseillère de programme audiovisuel
- Correspondant / Correspondante de Presse à l'étranger
- Correspondant local / Correspondante locale de la Presse
- Critique d'art, cinéma, théâtre, littérature, musique
- Cyber-journaliste
- Directeur / Directrice de la rédaction
- Directeur / Directrice d'information
- Discothécaire
- Éditorialiste
- Envoyé spécial / Envoyée spéciale de Presse



Merci pour votre attention





Lieu : Djerbahood, Djerba
Source photo : Radisson Blu Blog



Musique : Le Malouf Tunisien
Source photo : Insecret.Ma



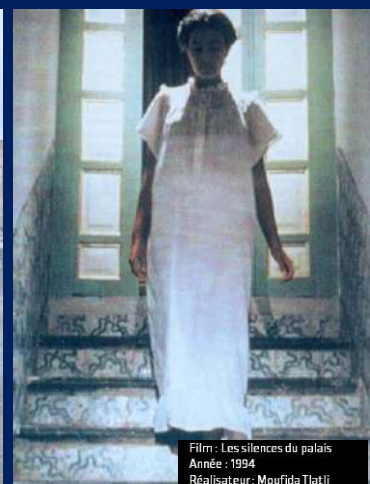
Jeu : Garcito
Développement : Digital Mania



Lieu : Théâtre municipal de Tunis
Source photo : Kharjet.tn



Artiste : Nesrine Ben Arbia
Crédit photo : Moez Shalek



Film : Les silences du palais
Année : 1994
Réalisateur : Moufida Tlatli

Projet de développement des Industries Culturelles et Créatives en Tunisie

Diagnostic de la chaîne de valeur et des facteurs de compétitivité

Livrable ajusté



SELMA FERIANI GALLERY

وزارة الشؤون الثقافية
MINISTÈRE DES AFFAIRES CULTURELLES



MATINE
CONSULTING
متين

Liste des abréviations

#	Abréviation	Désignation
1	AMVPPC	Agence de Mise en Valeur du Patrimoine et de Promotion Culturelle
2	AR	Réalité Augmentée
3	BCT	Banque Centrale de Tunisie
4	BIM	Building Information Modeling
5	BTP	Brevet de Technicien Professionnel
6	CCIH	Centre Culturel International de Hammamet
7	CCM	Centre Cinématographique Marocain
8	CMAM	Centre des Musiques Arabes et Méditerranéennes
9	CNCI	Centre National du Cinéma et de l'Image
10	CNCm	Centre National de la Cinématographie du Mali
11	CNL	Centre National du Livre
12	CRAC	Commissaire Régional aux Affaires Culturelles
13	CSP	Classification Socioprofessionnelle
14	DCP	Digital Cinema Package
15	DLC	Downloadable content
16	ENAU	Ecole Nationale d'Architecture et d'Urbanisme
17	ENPFMCA	l'Etablissement National pour la Promotion des Festivals et des Manifestations Culturelles et Artistiques
18	EPNA	Etablissements Publics à Caractère Non Administratif
19	FTCA	Fédération tunisienne des cinéastes amateurs
20	FTCC	La Fédération Tunisienne des Ciné-Clubs
21	GRP	Gross rating point
22	HAICA	Haute Autorité Indépendante de la Communication Audiovisuelle
23	IFT	Institut Français de Tunis
24	INP	Institut national du patrimoine

#	Abréviation	Désignation
25	INS	Institut National de statistiques
26	ISAD	Institut Supérieur d'Art Dramatique
27	ISMTK	Institut Supérieur de Musique et de Théâtre du Kef
28	JCC	Journées cinématographiques de Carthage
29	JMC	Journées Musicales de Carthage
30	JTC	Journées théâtrales de Carthage
31	LMD	Licence-Master-Doctorat
32	MAC	Ministère des affaires culturelles
33	MESRS	Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
34	MNE	Multinational Entreprise
35	MTCN	Ministère des Technologies de la Communication et de l'Economie Numérique
36	NFT	Non fungible token
37	OAT	l'Ordre des Architectes de Tunisie
38	OGC	Organisme de gestion collective
39	OIF	Organisation Internationale de la Francophonie
40	ONT	Office National de la Télédiffusion
41	OTDAV	Organisme tunisien des droits d'auteur et des droits voisins
42	PIB	Produit intérieur brut
43	PPP	Partenariat public-privé
44	R&D	Recherche et développement
45	SPEDIDAM	Société de perception et de distribution des droits des artistes
46	TVA	Taxe sur la valeur ajoutée
47	USSD	Unstructured Supplementary Service Data
48	VOD	Video on demand
49	VR	Réalité virtuelle
50	VRD	Voirie et Réseau Divers



Lieu : La Médina de Tunis
Source photo : Voyage-Tunisie

Sommaire



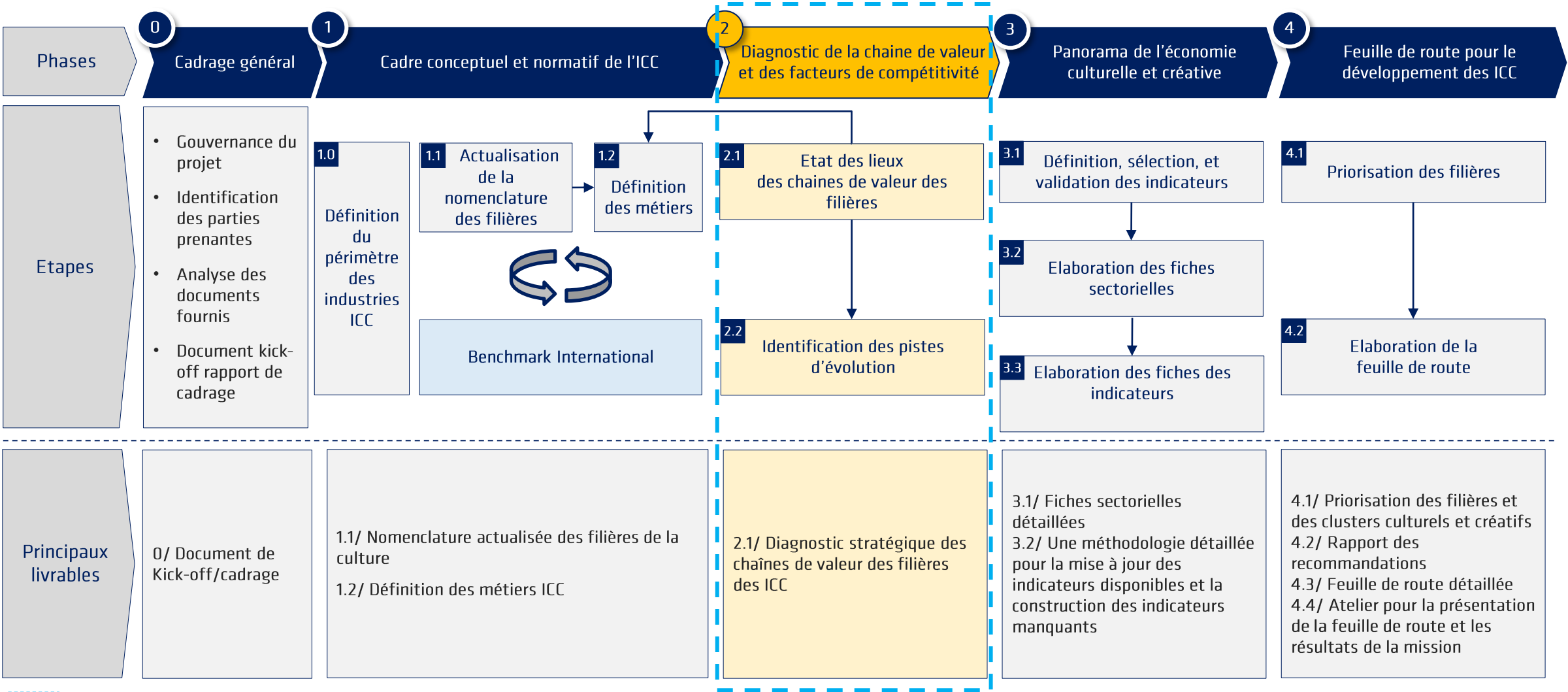
Rappel de la démarche et du planning

Méthodologie adoptée pour l'analyse des chaînes de valeur

Analyse des chaînes de valeur des filières ICC

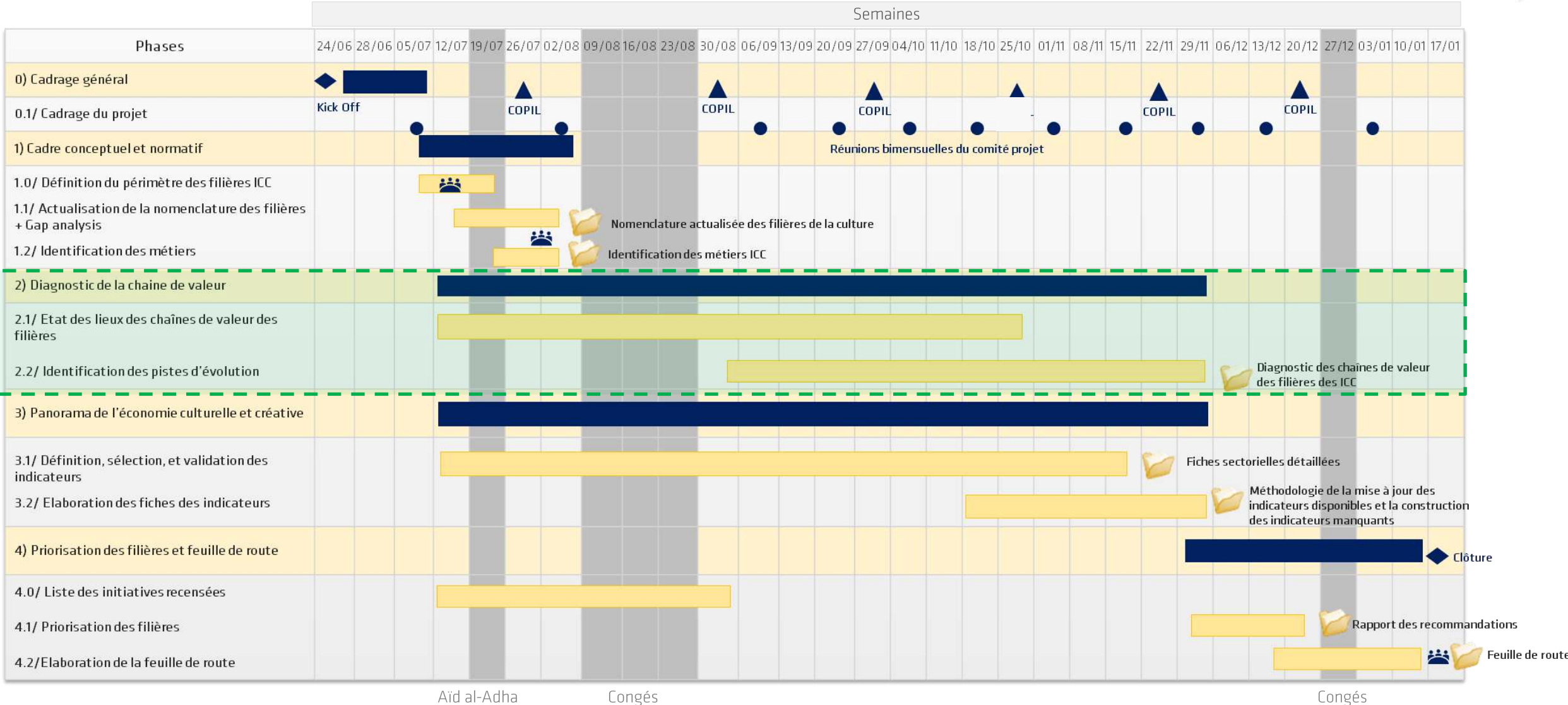
Bibliographie / Webographie

Rappel de la démarche du projet



Axe objet du livrable

Rappel du planning initial du projet





Danseuse : Nesrine Ben Arbia
Crédit photo : Moez Shaiek

Sommaire

Rappel de la démarche et du planning

Méthodologie adoptée pour l'analyse des chaînes de valeur

Analyse des chaînes de valeur des filières ICC

Bibliographie / Webographie

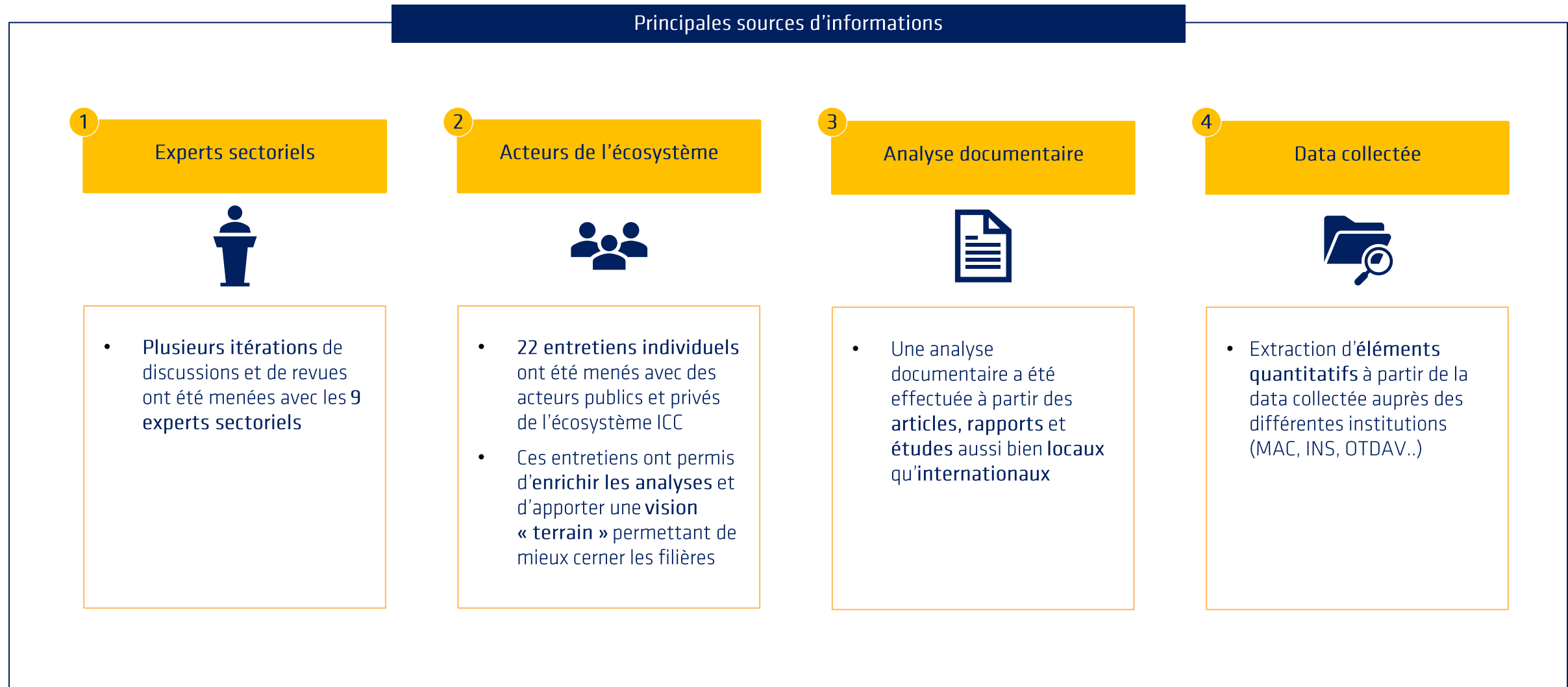
L'analyse des chaînes de valeur a porté sur les 11 filières constituant la nomenclature ajustée des ICC



Composition des filières ICC avec des exemples de sous-filières

1 Architecture - Des bâtiments - Urbaine et rurale - Paysagère ...	2 Patrimoine - Patrimoine matériel - Patrimoine immatériel - Patrimoine naturel - Musées - Sites archéologiques et historiques ...	3 Arts visuels - Peinture - Dessin - Sculpture - Photographie - Galleries - Salles d'exposition ...	4 Arts de la scène - Théâtre - Danse - Marionnettes - Cirque - Art de la rue ...	5 Musique - Enregistrement musical - Edition sonore - Concerts et performances live ...	6 Edition - Livres - Journaux et périodiques - Poésie - Traduction d'œuvres ...
7 Cinéma et vidéo - Films - Séries - Vidéos - Animation - Salles de cinéma - Plateforme VOD ...	8 Médias audiovisuels - Radiodiffusion (y compris streaming) - Télédiffusion (y compris streaming) - Podcasting ...	9 Design & services créatifs - Design - Mode et stylisme - Décoration - Publicité ...	10 Jeux vidéos et interactivité - Jeux sur console/PC - Jeux pour mobile - Jeux interactifs (VR/AR) ...	11 Festivals & évènements culturels et créatifs - Organisation de festivals - Organisation d'évènements culturels et créatifs	

L'analyse des filières ICC s'est appuyée sur 4 sources principales



22 entretiens ont été réalisés permettant de couvrir l'ensemble des filières

Focus entretiens

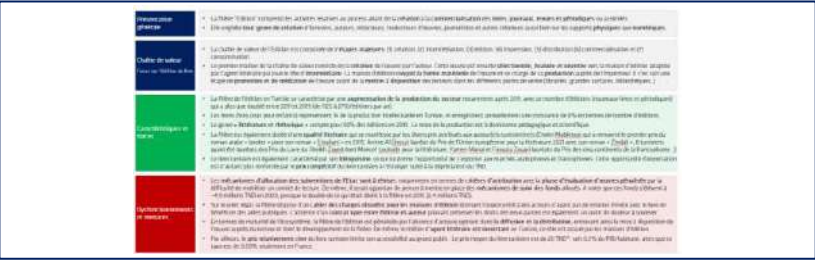
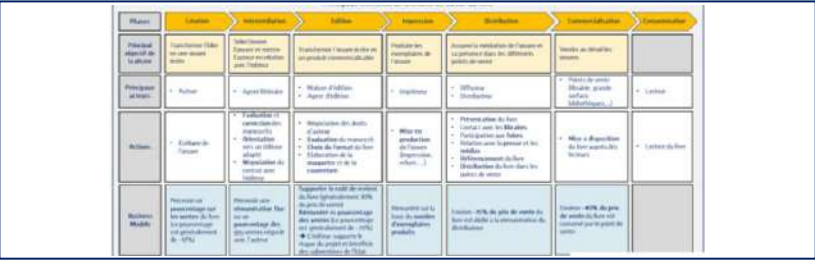


Liste des acteurs rencontrés

#	Acteur (Nom & prénom)	Institution	Filière	Date de l'entretien
1		Archibat & ID déco	Architecture	23/09
2		Ordre des architectes tunisiens	Architecture	05/10
3		Hakka distribution	Cinéma et vidéo	06/10
4		CNCI	Cinéma et vidéo	07/10
5		Union des artistes plasticiens tunisiens (UAPT)	Arts visuels	08/10
6		Direction des arts plastiques- MAC	Arts visuels	08/10
7		Télévision Tunisienne	Médias audiovisuels	09/10
8		OTDAV	Transverse	12/10
9		Direction générale du livre - MAC	Edition	14/10
10		Musée national d'art moderne et contemporain	Arts visuels	19/10
11		AMVPPC	Patrimoine	20/10
12		Minassa (incubateur)	Transverse	21/10
13		Radio ExpressFM	Médias audiovisuels	22/10
14		DigitalMania	Jeux vidéos et interactivité	22/10
15		CMAM	Musique	25/10
16		Morbiket	Transverse	26/10
17		Indépendant	Arts de la scène / Musique	26/10
18		ENFPMC	Festivals et évènements culturels et créatifs	27/10
19		TIC-DCE	Transverse	28/10
20		Creative Digital Lab	Jeux vidéos	29/10
21		Atelier Glibett	Design & services créatifs	09/11
22		AiDesign	Design & services créatifs	19/11

Un framework permettant d'analyser les filières et d'identifier leurs paramètres économiques a été utilisé pour l'ensemble des chaînes de valeur

Framework d'analyse adopté :

Composante	Description	Illustration
1 Résumé exécutif	Une page qui résume les éléments les plus saillants l'analyse (caractéristiques de la filière et les principaux menaces et dysfonctionnements) en plus d'une présentation générale de la filière	
2 Analyse de la chaîne de valeur	Porte sur les principaux éléments de la chaîne: phases, acteurs et actions avec une explication du business modèle de chaque maillon	
3 Analyse SWOT	Une analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces pour chaque filière	

Deux grilles de lecture sont possibles pour l'analyse des filières

Focus Analyse SWOT

Deux lectures possibles de l'analyse SWOT : une lecture par maillon de la chaine de valeur et une lecture par thématique :

1 Lecture par maillon de la chaine de valeur

- Chaque élément de l'analyse SWOT rapporte à un maillon ou plus de la chaine de valeur

2 Lecture à partir de 5 thématiques possibles

Thématique	Principaux éléments	
Création et écosystème	▪ Acteurs de l'écosystème ▪ Offre de création ▪ Demande	▪ Paysage concurrentiel ▪
Cadre institutionnel	▪ Cadre juridique et réglementaire ▪ Gouvernance ▪	
Business Modèle	▪ Financement ▪ Revenus ▪ Coûts	▪ Investissements ▪ ...
Formation et capital humain	▪ Offre de formation ▪ Ressources humaines et métiers	▪
Infrastructures et moyens	▪ Equipements technologiques ▪ Matériels disponibles	▪ Structures d'expositions et de diffusions ▪



Sommaire

Rappel de la démarche et du planning

Méthodologie adoptée pour l'analyse des chaînes de valeur

Analyse des chaînes de valeur des filières ICC

1. Edition

2. Cinéma & vidéo

3. Arts visuels

4. Arts de la scène

5. Musique

6. Architecture

7. Patrimoine

8. Médias audiovisuels

9. Jeux vidéos et interactivité

10. Design et services créatifs

11. Festivals et événements culturels & créatifs

Bibliographie / Webographie



Présentation générale

- La filière "Edition" comprend les activités relatives au process allant de la **création** à la **commercialisation** des livres, journaux, revues et périodiques ou assimilés.
- Elle englobe **tout genre de création** d'écrivains, auteurs, rédacteurs, traducteurs d'œuvres, journalistes et autres créateurs aussi bien sur les supports **physiques** que **numériques**.

Chaîne de valeur

Focus sur l'édition de livre

- La chaîne de valeur de l'Edition est composée de **7 étapes majeures**: (1) création, (2) intermédiation, (3) édition, (4) impression, (5) distribution (6) commercialisation et (7) consommation.
- Le premier maillon de la chaîne de valeur consiste en la **création** de l'œuvre par l'auteur. Cette œuvre est ensuite **sélectionnée, évaluée et orientée** vers la maison d'édition adaptée par l'agent littéraire qui joue le rôle d'**intermédiaire**. La maison d'édition **conçoit la forme matérielle** de l'œuvre et se charge de sa **production** auprès de l'imprimeur. Il s'en suit une étape de **promotion et de médiation** de l'œuvre avant de la **mettre à disposition** des lecteurs dans les différents points de vente (librairies, grandes surfaces, bibliothèques..)

Caractéristiques et forces

- La filière de l'édition en Tunisie se caractérise par une **augmentation de la production du secteur** notamment après 2011, avec un nombre d'éditions (nouveaux livres et périodiques) qui a plus que doublé entre 2011 et 2019 (de 1125 à 2710/éditions par an) [source: Rapport évolution des éditions et éditeurs en Tunisie – Direction Générale du Livre MAC]
- Les livres (hors ceux pour enfants) représentent $\frac{3}{4}$ de la production intellectuelle en Tunisie, et enregistrent annuellement une croissance de 8% en termes de nombre d'éditions. Le genre « **littérature et rhétorique** » compte pour 50% des éditions en 2019. Le reste de la production est à dominante pédagogique et scientifique. [source: DGL MAC]
- La filière est également dotée d'une **qualité littéraire** qui se manifeste par les divers prix attribués aux auteur(e)s tunisien(ne)s (Chokri Mabkhout qui a remporté le premier prix du roman arabe « booker » pour son roman « Ettaliani » en 2015, Amine Al Ghazzi lauréat du Prix de l'Union européenne pour la littérature 2021 avec son roman « Zindali », 8 tunisiens ayant été lauréats des Prix du Livre du Sheikh Zayed dont Moncef Louhaibi pour la littérature, Yamen Manai et Faouzia Zouari lauréats du Prix des cinq continents de la francophonie ..)
- Le livre tunisien est également caractérisé par son **bilinguisme**, ce qui lui donne l'opportunité de s'exporter aux marchés arabophones et francophones. Cette opportunité d'exportation est d'autant plus renforcée par le **prix compétitif** du livre tunisien à l'étranger suite à la dépréciation du TND.

Dysfonctionnements et menaces

- Les **mécanismes d'allocation des subventions de l'Etat** sont à **réviser**, notamment en termes de **critères d'attribution** avec la **phase d'évaluation d'œuvres pénalisée** par la difficulté de mobiliser un comité de lecture. De même, il serait opportun de penser à mettre en place des **mécanismes de suivi des fonds** alloués. A noter que ces fonds s'élèvent à ~4,9 millions TND en 2020, presque le double de ce qui était dédié à la filière en 2015 (2,4 millions TND). Ce montant a augmenté avec l'augmentation des maisons d'édition. [source: Open Data – MAC]
- Sur le volet légal, la filière dispose d'un **cahier des charges obsolète pour les maisons d'édition** donnant l'opportunité à des acteurs n'ayant pas de relation étroite avec le livre de bénéficier des aides publiques. L'absence d'un **contrat type entre éditeur et auteur** pouvant préserver les droits des deux parties est également un point de douleur à soulever.
- En termes de maturité de l'écosystème, la filière de l'édition est pénalisée par l'absence d'acteurs opérant dans la **promotion, la diffusion et la distribution**, entravant ainsi la mise à disposition de l'œuvre auprès du lecteur et donc le développement de la filière. De même, le métier d'**agent littéraire est inexistant** en Tunisie, ce rôle est assuré par les maisons d'édition.
- Par ailleurs, le **prix relativement cher** du livre tunisien limite son accessibilité au grand public : Le prix moyen du livre tunisien est de 20 TND*, soit 0,2% du PIB/habitant, alors que ce taux est de 0,05% seulement en France. [source: Librairie Al Kitab – Entretien Expert – Chapitre.com]

Chaine de valeur de la filière édition



Principaux éléments de la chaine de valeur du livre							
Phases	Création	Intermédiation	Edition	Impression	Distribution	Commercialisation	Consommation
Principal objectif de la phase	Transformer l'idée en une œuvre écrite	Sélectionner l'œuvre et mettre l'auteur en relation avec l'éditeur	Transformer l'œuvre écrite en un produit commercialisable	Produire les exemplaires de l'œuvre	Assurer la promotion de l'œuvre et sa présence dans les différents points de vente	Vendre au détail les œuvres	
Principaux acteurs	Auteur	Agent littéraire*	Maison d'édition	Imprimeur	- Diffuseur - Distributeur	Points de vente (librairie, grande surface, bibliothèques,...)	Lecteur
Actions	Ecriture de l'œuvre	- Evaluation et correction des manuscrits - Orientation vers un éditeur adapté - Négociation du contrat avec l'éditeur	- Négociation des droits d'auteur - Evaluation du manuscrit - Choix du format du livre - Elaboration de la maquette et de la couverture	Mise en production de l'œuvre (impression, reliure, ...)	- Diffuseur : - Présentation du livre - Contact avec les points de vente - Relation avec la presse et les médias - Référencement du livre - Distributeur - Assurer les flux physiques et logistiques de la distribution	Mise à disposition du livre auprès des lecteurs	Lecture du livre
Principaux éléments du Business Modèle	Percevoir un pourcentage sur les ventes du livre (ce pourcentage est généralement de ~10%)	Percevoir une rémunération fixe ou un pourcentage des ventes négocié avec l'auteur	Supporter le coût de revient du livre (généralement 30% du prix de vente) Rémunéré en pourcentage des ventes (ce pourcentage est généralement de ~35%) → L'éditeur supporte le risque du projet et bénéficie des subventions de l'Etat	Rémunéré sur la base du nombre d'exemplaires produits	Environ ~15% du prix de vente du livre est dédié à la rémunération du distributeur	Environ ~40% du prix de vente du livre est conservé par le point de vente	

Analyse SWOT de la filière Edition

Forces



Forces		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création et écosystème	1	Très bonne qualité littéraire du livre tunisien matérialisée par un rayonnement à l'international : plusieurs livres primés au fil des années (ex. Chokri Mabkhout qui a remporté le premier prix du roman arabe « booker » pour son roman « Ettaliani » en 2015, Amine Al Ghozzi lauréat du Prix de l'Union européenne pour la littérature 2021 avec son roman « Zindali », 10 tunisiens ayant été lauréats des Prix du Livre du Sheikh Zayed dont dont Khalil Gouiaa et Mizouri Bannani en 2021, Yamen Manai et Faouzia Zouari lauréats du Prix des cinq continents de la francophonie, 2 livres tunisiens dans la shortlist du prix booker en 2021 (Amira Ghenim et Habib Selmi..)
	1	Apparition de nouveaux genres de livres qui attirent une nouvelle génération de lecteurs (ex. histoire sous forme de roman de Hassenin Ben Amou, bandes dessinées..)
	3	La montée en compétence managériale des éditeurs tunisiens (marketing, logistique, ressources humaines, ...)
	7	Forte demande pour les livres d'enfants et les livres de religion (observée au niveau des librairies et des foires notamment)

Analyse SWOT de la filière Edition

Faiblesses



Faiblesses		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création et écosystème	2 et 5	Plusieurs acteurs manquants de la chaîne de valeur : - Le métier d'agent littéraire est inexistant en Tunisie. Il s'agit d'un métier anglo-saxon dont le rôle est d'accompagner l'auteur dans l'édition de l'œuvre. Actuellement, c'est l'éditeur qui assure ce rôle, ce qui lui ajoute une charge de travail conséquente notamment pour l'évaluation et la correction des œuvres. - Le métier de diffuseur est inexistant. C'est l'éditeur qui remplit ce rôle en Tunisie, ce qui pénalise la médiatisation de l'œuvre auprès des acteurs de l'écosystème - Absence de distributeurs de livres en Tunisie limitant la mise à disposition des livres dans les points de vente
	3	Concentration des éditeurs au niveau du grand Tunis (en 2012, 50% des éditeurs sont installés au grand Tunis) [source: Rapport sur la diffusion du livre tunisien à l'étranger, Ghazi Mejri]
	3	Quelques institutions de l'Etat rentrent en concurrence avec les maisons d'édition privées, tout en bénéficiant des subventions de l'Etat (exemple Beit al-Hikma). Ces institutions souffrent de plusieurs dysfonctionnements impactant leur rentabilité : - Absence de mécanismes adéquats pour la promotion et la distribution de leurs œuvres - Coût élevé de dépôt et de magasinage des livres.
	6	Les livres culturels sont quasi-inexistants dans les régions intérieures en raison du manque accru de librairies. Les librairies existantes commercialisent essentiellement les livres scolaires et parascolaires.
Infrastructure et moyens	Transverse	Très peu de données et statistiques sur le secteur de l'édition. Ces données ne sont pas centralisées au niveau d'un organisme ou une institution ce qui rend difficile la prise de décision
	7	Absence de statistiques sur la lecture rendant difficile la formulation d'une stratégie nationale pour l'incitation à la lecture
Business Modèle	3	Le système d'attribution des 4 subventions nécessite une révision : - Acquisition d'ouvrages : Difficulté de mobiliser un comité de lecture pour la vérification du contenu du livre (dû entre autres à un décret obsolète datant de 1989 régissant les modalités de paiement de ce comité). La vérification est basée donc sur des critères techniques tels que l'indication du nombre d'impressions, l'adresse de l'imprimeur, ... - Subvention du papier : En l'absence de mécanismes de suivi des dossiers, certaines maisons d'édition ont pu détourner les fonds de subventions. Exemple : certains éditeurs encaissent la subvention du papier pour ensuite imprimer leur œuvre en dehors du pays. - Fonds d'encouragement à la création littéraire et artistique : lenteur des procédures d'attribution des aides - Dispositif Recommandation à la publication (commande étatique d'ouvrages): Dispositif régi par un décret obsolète datant de 1979, avec un conseil national d'édition inactif (les commandes se font par le ministre actuellement) et des mécanismes de suivi inexistant (l'éditeur a la possibilité d'éditer uniquement les exemplaires à acquérir par l'Etat) [Source: entretiens avec des acteurs de l'écosystème de l'édition]
	5	Nouvelles formes de rentabilisation des productions de contenu inexploitées : faible tendance pour le développement des e-books en Tunisie, liée principalement au problème de droits d'auteur et de manque de supports adaptés (ex. liseuse)
	5	L'exportation du livre tunisien sous forme téléchargeable reste marginale. L'exportation des livres sous format physique (papier) reste le mode le plus habituel et le plus important actuellement pour les éditeurs tunisiens, en termes de quantité et de valeur
	5	Mauvaise gestion de stock de livres au niveau des points de vente : les librairies ne réassortissent pas auprès des éditeurs une fois leur stock de livre est épuisé
Cadre institutionnel	Transverse	Manque d'évaluation des politiques de l'Etat dans le domaine de l'édition et de la lecture
		Un projet planifié par le MAC pour la création d'un centre national du livre (comme le CNCI pour le cinéma) dans le plan quinquennal 2016 -2020 mais qui n'a pas démarré

Analyse SWOT de la filière Edition

Opportunités



Opportunités		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création et écosystème	1	Le livre tunisien s'est libéré de la censure et de l'autocensure après la révolution avec une production intellectuelle qui a plus que doublé entre 2011 et 2019 (de 1125 à 2710 éditions/an) [Source: Rapport DGL MAC]
	1	Une production littéraire bilingue offrant l'accès aux marchés arabophones et francophones
Business Modèle	3	Diverses subventions accordées par l'Etat en vue d'encourager la création littéraire avec un montant qui a plus que doublé depuis 2015 (2,4 millions TND dépensés en 2015 vs 4,9 en 2020) • Subvention du papier : budget réalisé de 1,8 millions TND en 2020 • Acquisitions d'ouvrages (destinés pour alimenter les bibliothèques) : budget réalisé de 2,6 millions TND en 2020 • Dispositif Recommandation à la publication (commande étatique d'ouvrages) : budget réalisé de 0,3 millions TND en 2020 • Fonds d'encouragement à la création littéraire et artistique : budget de 0,34 millions TND en 2019 (pas de chiffres pour 2020) • Acquisition de magazines et revues : budget réalisé de 0,27 millions TND en 2020 [Source: Open Data – MAC]
	3	Plusieurs opportunités de subventions (autres que celles de l'Etat) : • IFT avec une subvention de 2 000 à 10 000 TND • Le nouveau programme « Livre des deux rives » de l'Institut Français à Paris qui durera de 2021 à 2023 avec un budget de 40 000€/an (ce programme concerne les éditeurs et auteurs Français, Tunisien, Algériens et Marocains) • Le CNL (Centre National du Livre) accorde des subventions aux éditeurs distribués en France avec une moyenne de 5 000 €. La subvention peut atteindre les 15 000 €. • Les fondations allemandes en Tunisie (Rosa Luxembourg, Goethe-Institut, Heinrich Böll Stiftung...) qui financent un projet éditorial en entier. Le budget diffère d'un projet à un autre. • ... [Source: Entretien avec un expert]
	5	Plusieurs mesures de soutien au livre tunisien • Tarif réduit de la publicité dans certains journaux • Absence de TVA sur le prix du livre • Gratuité de participation au stands communs de l'union des éditeurs à l'étranger • Imposition des bénéfices des éditeurs au taux réduit
	5	Prix compétitif du livre tunisien à l'export qui présente une opportunité d'ouverture aux marchés étrangers, notamment suite à la dépréciation du TND
	6	Développement accru de la vente en ligne des livres suite à la pandémie
	1	Une multitude de supports médiatiques disponibles (média, réseaux sociaux...) augmentant la notoriété de l'auteur et de son œuvre
Infrastructure et moyens	3,4	L'apparition de l'impression numérique qui permet de rentabiliser davantage les éditions à faible tirage et de les offrir à des prix intéressants. Cette technologie permet également d'effectuer des impressions à la demande et d'épargner les maisons d'édition les lourdes charges de gestion de stock
	5	Plusieurs foires nationales dont deux grandes (foire internationale du livre de Tunis et la foire nationale du livre tunisien) renforçant l'accessibilité au livre

Analyse SWOT de la filière Edition

Menaces



Menaces		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Cadre institutionnel	1 et 3	Absence de contrat type entre auteur et éditeur qui pourrait servir de garant des droits des deux parties
	3	Un cadre légal freinant le développement du secteur : - le cahier des charges des éditeurs qui constitue une opportunité pour des acteurs qui n'ont pas de relation étroite avec le livre de bénéficier des subventions de l'Etat - Les textes de lois régissant l'attribution des subventions notamment le décret de 1989 régissant les modalités de paiement du comité de lecture ou encore le décret de 1979 régissant la commande étatique d'ouvrages
	3	Absence de mécanismes de sanctions au niveau de la direction générale du livre à l'égard des éditeurs ayant manqué à leurs obligations (plagiat, manquement de production du nombre d'exemplaires convenus..)
	7	Obsolescence du plan national actuel d'encouragement à la lecture qui n'a pas abouti aux résultats attendus: A titre d'exemple, l'absence de bibliothèques dans la plupart des établissements scolaires (appréciation subjective de la part des acteurs en l'absence d'une évaluation des campagnes de sensibilisation réalisées et l'inexistence de statistiques officielles)
Business Modèle	5	Problème de recouvrement impactant négativement la rentabilité des distributeurs et freinant ainsi l'apparition d'acteurs de distribution dans le marché : souvent les distributeurs (et éditeurs) subissent des défauts de paiement des librairies
	7	Les difficultés économiques que connaît actuellement la Tunisie peuvent assimiler le livre à un produit de luxe. Le prix du livre demeure très élevé par rapport au pouvoir d'achat du tunisien : Le prix moyen d'un livre tunisien est de 20 TND (moyenne estimée sur la base de 100 livres tunisiens mis en vente sur le site de la librairie Al Kitab et ajustée avec l'expert édition). Ce prix moyen représente 0,2% du PIB/habitant en Tunisie, alors qu'en France il ne représente que 0,05% du PIB/habitant (à raison d'un prix moyen de 16€/livre selon le site web Chapitre)
Création et écosystème	7	Suite au développement des supports digitaux et des contenus interactifs notamment vidéos, la lecture attire de moins en moins les jeunes



Film : L'homme de cendres
Année : 1986
Réalisateur : Nouri Bouzid

Sommaire

Rappel de la démarche et du planning

Méthodologie adoptée pour l'analyse des chaînes de valeur

Analyse des chaînes de valeur des filières ICC

1. Edition

2. Cinéma & vidéo

3. Arts visuels

4. Arts de la scène

5. Musique

6. Architecture

7. Patrimoine

8. Médias audiovisuels

9. Jeux vidéos et interactivité

10. Design et services créatifs

11. Festivals et événements culturels & créatifs

Bibliographie / Webographie

Filière Cinéma & Vidéo

Résumé exécutif



Présentation générale

- La filière du **cinéma & vidéo** regroupe la production des **films** (long-métrage et court-métrage), **séries, vidéos, animations et tout type de contenu audiovisuel**.
- Les principaux acteurs de la filière sont les auteurs, scénaristes, réalisateurs, producteurs, techniciens, vidéastes, distributeurs, exploitants (salles de cinéma, VOD, ...), critiques...

Chaîne de valeur

Focus sur le Cinéma

- La chaîne de valeur du **cinéma** est composée de 8 maillons : **Création (1), Développement (2), Production (3), Post-production (4), Distribution (5), Diffusion & exploitation (6), Consommation (7) et Critique (8)**.
- La phase de création est le déclencheur du cycle culturel. Cette phase comprend l'**écriture d'un scénario** par l'auteur ou le scénariste. La deuxième phase de **développement** est dédiée essentiellement à la **levée de fonds** et à la préparation du plan technique. La phase de **production** peut être entamée par la suite, qui, à travers le tournage, transforme le scénario en une œuvre avec autant de valeur artistique qu'économique. Cette phase est succédée par la **post-production** où une équipe technique se charge de toute la partie **data management** (édition des images, séquences...). Une fois cette étape est achevée, l'œuvre pourra être exploitée par le **distributeur**, qui a pour rôle de l'acheminer vers l'**exploitant** (salle de cinéma, plateforme...) qui la **diffuse** aux consommateurs. Le dernier maillon de **critique** permet de créer du lien entre le produit culturel et le public mais également de nourrir les créateurs et de leur donner la légitimité garante d'une représentativité des identités plurielles tunisiennes.
- Cette chaîne de valeur est en étroite relation avec d'autres filières des industries culturelles et créatives notamment la musique, l'édition et les arts de la scène. En effet, une production cinématographique intègre généralement des œuvres musicales (bande originale), et peut mettre la lumière sur des livres ou des œuvres théâtrales. On note par exemple le film « Bohemian Rhapsody » qui suit l'ascension du chanteur Freddy Mercury et son groupe Queen, ou encore le film « les misérables » qui est une adaptation du roman de Victor Hugo publié en 1862.

Caractéristiques et forces

- Le secteur cinématographique en Tunisie est fortement soutenu par **les associations et les fédérations de la société civile** (FTCC, FTCA,...). C'est grâce à leurs revendications que le **Centre du Cinéma et de l'Image (CNCI)** a vu le jour **en 2011**. Aujourd'hui, le cinéma est parmi les quelques filières d'industries culturelles et créatives qui disposent d'une structure publique autonome gérant les sujets relatifs à la filière (politique culturelle, cadre juridique, attribution des subventions...). A noter qu'il existe jusqu'à ce jour des services destinés aux professionnels du secteur qui relèvent des attributions de la direction générale de l'audiovisuel du MAC tels que l'attribution des cartes professionnelles, des autorisations de tournage, classification des films...
- Le cinéma tunisien est aussi caractérisé par une grande production de **films d'auteur** et une diversification au niveau des genres abordés : fantaisie, horreur, drame, documentaire,... Ce cinéma brille à l'échelle internationale avec beaucoup de productions locales **primées ou nominées dans les grands festivals** (Cannes, Berlinale, Mostra de Venise, Toronto, Oscars...)
- En Tunisie, il existe un public cinéophile important qui est de plus en plus intéressé par la production cinématographique locale. Cela a été constaté à travers le taux de fréquentation des salles de cinéma qui ne cesse d'augmenter d'une année à une autre passant de **930 000** en 2015 à **2 600 000** en 2019 [Source : *Annuaire statistique 2015-2019, INS*]. Durant la crise sanitaire de 2020 et avec la fermeture des salles de cinéma, les tunisiens se sont dirigés vers les plateformes locales comme « Artify », qui a connu une augmentation de **2000%** de son trafic durant le confinement de 2020. [source: *Rapport "Covid 19 et le secteur culturel et créatif en Tunisie", MAC*]

Dysfonctionnements et menaces

- Le secteur du cinéma connaît des limites majeures qui sont principalement liées au **financement**, au **cadre juridique** et à l'**infrastructure**.
- En Tunisie, les **fonds d'aides demeurent insuffisants** pour couvrir le besoin en financement pour la production locale. En effet, le montant annuel des subventions s'élève à ~4 millions TND [source: *Open Data MAC*], un montant **stagnant** depuis 2012 (moyennant des variations légères et ponctuelles) face un nombre de **projets éligibles qui ne cesse d'augmenter** et qui a atteint 140 demandes en 2020, dont 30 dossiers seulement acceptés, soit un taux de 22% [source: *entretien CNCI*]. Il est également important de souligner que l'aide à la production ne doit pas dépasser 35% du coût total d'un long-métrage et 70% du coût d'un court-métrage [source: *Article Cinéma et subventions étatiques- Inkyfada 2017*], ce qui donne un montant moyen d'aide de ~400 000 dinars pour les longs-métrages et ~80 000 TND pour les courts-métrages [source: *entretien expert*], des montants insuffisants par rapport aux propositions cinématographiques nouvelles et originales proposées par les créatifs du secteur (Effets spéciaux, VR...).
- Pour pallier au problème de financement, le CNCI a proposé d'instaurer le **système d'avance sur recettes** qui permet d'encourager la création cinématographique tout en préservant les fonds de l'Etat. Cette initiative s'est heurtée à une résistance de la part de quelques acteurs du secteur.
- Le **cadre juridique** en Tunisie est l'un des principaux freins de développement du secteur cinématographique. On note une **assise juridique obsolète** qui ne tient pas compte de l'avènement du digital et des nouveaux supports cinématographiques. Ces lois ne font qu'alourdir la bureaucratie (autorisation de tournage, classification des films, ...) et sous exploiter le potentiel créatif.
- Concernant l'infrastructure, le **nombre salles de cinéma en Tunisie reste très faible**. On compte aujourd'hui une **vingtaine** de salles, soit 1 salle de cinéma pour 600 000 habitants en 2020 contre une 1 salle de cinéma pour 30 000 habitants en 1950 [source: *Rapport L'industrie du film en Afrique - UNESCO 2021*]. Cette forte régression est accompagnée par des **conditions d'accueil et de visionnage insatisfaisantes** pour certaines salles (salles nécessitant un réaménagement, outils de projection anciens...). Face à ce dysfonctionnement, les mécanismes d'aide au réaménagement des salles demeurent **limités**. Il existe aujourd'hui un seul fonds d'aide à l'aménagement des salles de cinéma dont le budget est insuffisant pour mettre en place une infrastructure établie de salles dans toutes les régions.
- Un autre dysfonctionnement réside dans la **sous-exploitation du système centralisé de billetterie unique** développé par le CNCI en 2018 mais qui n'a pas été mis en place dans toutes les salles de cinéma (système adopté par 8 salles seulement [Source: *CNCI et entretien expert*]). Cette sous exploitation est due à une résistance qui émane de certains distributeurs et exploitants. Il en résulte des difficultés de produire des données statistiques fiables quant aux entrées et recettes de billetterie permettant de **rémunérer en toute transparence** les différents acteurs de la chaîne de valeur.

Chaîne de valeur de la filière Cinéma et vidéo



Principaux éléments de la chaine de valeur de la filière Cinéma et vidéo								
Phase	Création	Développement	Production	Post-production	Distribution	Diffusion et exploitation	Consommation	Critique
Principal objectif de la phase	Ecrire le scénario	Préparer le plan technique et financier du projet et choisir l'équipe artistique et technique	Gérer le tournage	Editer les images et les séquences produites (data management)	Mettre à disposition l'œuvre pour exploitation	Projeter l'œuvre dans les salles de cinéma et les plateformes	Visionner l'œuvre par le public, les critiques et les vendeurs internationaux	Evaluer l'œuvre selon différents points de vues
Principal acteur	• Auteur • Scénariste • Réalisateur	• Producteur • Réalisateur	• Producteur • Equipe du film	• Techniciens spécialisés	• Agents/sociétés de distribution	• Salle de cinéma • Plateformes en ligne • Autres espaces ouverts et fermés	• Spectateurs dans toute leur diversité	• Journaliste critique
Principales actions	• Elaboration de la note d'intention et du synopsis • Ecriture du scénario	• Définition du budget • Levée de fonds nationaux et internationaux • Mise en place des accords de co-production • Validation de l'équipe technique et artistique • Validation du planning pour le tournage	• Préparation du tournage • Tournage	• Montage • Mixage • Etalonnage • Finition	• Promotion et négociation des droits de distribution et de vente (à l'échelle nationale et internationale) auprès des festivals, des plateformes, salles, télévisions... • Recherche d'un vendeur international	• Projection en salles de cinéma et autres espaces (site archéologique, maison de culture, ...) • Diffusion télévisée • Diffusion sur tout type de média digital • Vente de films aux festivals, plateformes,...	• Consommation du film/ vidéo (visionnage)	• Contribuer à la critique artistique et cinématographique • Rédaction et publication d'articles • Rayonnement international et local
Principaux éléments du Business Modèle	Le scénariste et le réalisateur perçoivent un cachet sur la base d'une négociation avec le producteur (un contrat de cession des droits de scénario du film du réalisateur et un contrat de cession des droits d'auteur de l'auteur sont conclus avec le producteur)		Le producteur touche 30% des recettes de billetterie	Les coûts de post-production sont supportés par le producteur	Le distributeur touche environ 20% des recettes de billetterie	50% des recettes de billetterie vont à l'exploitant		

Diagnostic de la filière Cinéma et vidéo

Forces



Forces		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création et écosystème	1	Un secteur qui s'est libéré suite à la révolution. La liberté d'expression se traduit par une offre cinématographique diversifiée et plusieurs genres abordés : Fantaisie, Horreur, Drame, Documentaire, ...
	1	Le cinéma tunisien est essentiellement un cinéma d'auteur
	1	Une croissance au niveau des films produits
	8	Un secteur soutenu par les associations et les fédérations de la société civile qui œuvrent pour l'organisation des festivals et l'éducation à l'image (FTCC, FTCA,...)
Cadre institutionnel	Transverse	Une structure publique est dédiée au secteur du cinéma qui est le Centre National du Cinéma et de l'Image (CNCI) qui couvre la plupart des sujets relatifs à la filière (politique culturelle, cadre juridique, attribution de subventions ...) avec une gouvernance impliquant les acteurs du secteur (conseil des orientations stratégiques). Cependant, il est à noter qu'il existe jusqu'à ce jour des services destinés aux professionnels du secteur qui relèvent des attributions de la direction générale de l'audiovisuel du MAC
Formation et capital humain	1 et 3 et 4	Reconnaissance de la technicité et de la qualité des films tunisiens à l'échelle internationale avec beaucoup de productions locales primées dans les grands festivals
Business Modèle	Transverse	Un schéma de rémunération claire et appliqué par la plupart des acteurs (malgré qu'il n'est pas formalisé légalement) : 50% des recettes vont à l'exploitant, 30% pour le producteur et 20% pour le distributeur (ce schéma est applicable pour les 2 ou 4 premières semaines de diffusion) [Source: entretiens avec des acteurs de l'écosystème]



Diagnostic de la filière Cinéma et vidéo

Faiblesses



1	2	3	4	5	6	7	8
Création	Développement	Production	Post-production	Distribution	Diffusion et exploitation	Consommation	Critique
Faiblesses							
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse					
Cadre institutionnel	Transverse	Un cadre institutionnel à deux têtes : le CNCI et la direction générale de l'audiovisuel. Plusieurs activités liées au secteur du cinéma sont encore gérées par la direction générale de l'audiovisuel comme la commission d'aide, la commission de classification de films, les autorisations de tournage, ...					
	5	Un nombre très restreint de distributeurs (3 distributeurs seulement). Les structures de distribution sont limitées sur le marché à cause notamment de la lourdeur des procédures nécessaires à la distribution des films					
	5 et 6 et 7	Manque de données statistiques fiables empêchant la valorisation économique du secteur ainsi que la conduite d'analyses et diagnostics					
	5 et 6	L'absence d'outils de monétisation en Tunisie (paiement mobile, paiement en ligne) freine l'arrivée de certaines plateformes internationale et la création de plateformes locales					
Business Modèle	Transverse	Moyens financiers très réduits pour soutenir le secteur: - Absence de bailleurs de fonds locaux et faible implication des grands acteurs économiques comme les entreprises de télécommunication et les banques (à l'exception de quelques initiatives telle que celle de a BIAT) - Insuffisance des fonds de l'Etat : le montant annuel des subventions s'élève à ~4 millions TND [source: Open Data MAC], un montant stagnant depuis 2012 (moyennant des variations légères et ponctuelles) face un nombre de projets éligibles qui ne cesse d'augmenter et qui a atteint 140 demandes en 2020, dont 30 dossiers seulement acceptés, soit un taux de 22% [source: CNCI]. Il est important également de souligner que l'aide à la production ne doit pas dépasser 35% du coût total d'un long-métrage et 70% du coût d'un court-métrage [source: Article Cinéma et subventions étatiques- Inkyfada 2017], d'où le besoin d'instaurer le système d'avance sur recettes (résistance au changement au niveau de quelques acteurs du secteur quant à l'adoption de ce système). - Absence d'aides au développement (à l'exception du fonds panafricain Sentoo et le fonds de co-développement italo-tunisien) et d'aides à la distribution - Quelques mécanismes de financement qui existent mais qui sont inactifs comme le fonds de garantie des investissements culturels crée en 2003 avec l'OIF. - Des initiatives très limitées d'incitation à l'exploitation et la création de salles de cinéma : un seul fonds d'aide à l'aménagement de salles est mis en place dont le budget est insuffisant pour mettre en place une infrastructure établie de salles dans toutes les régions					
Infrastructure et moyens	6	Problème d'infrastructure : - Difficultés d'exploitation des maisons de culture (contraintes techniques, procédures administratives, résistance syndicale pour l'ouverture des maisons pendant le week-end et en soirées..) - Sous-exploitation du système centralisé de billetterie unique qui a été développé par le CNCI en 2018 avec le soutien de Tfanen mais qui n'a pas été mis en place dans toutes les salles de cinéma (système adopté par 8 salles seulement [source: CNCI et entretien expert]). Cette sous exploitation est due à une résistance qui émane de certains distributeurs et exploitants. Il en résulte des difficultés de produire des données statistiques fiables quant aux entrées et recettes de billetterie permettant de rémunérer en toute transparence les différents acteurs de la chaîne de valeur. - Nombre réduit de salles de cinéma (une vingtaine) : 1 salle de cinéma pour 600 000 habitants en 2020 contre une 1 salle de cinéma pour 30 000 habitants en 1950 [source: Rapport L'industrie du film en Afrique - UNESCO 2021]. - Plusieurs salles nécessitent des travaux de réaménagement et de réhabilitation en urgence (conditions d'accueils insatisfaisantes, outils de projection anciens, ...) - Une seule plateforme pour la diffusion des productions locales (ARTIFY)					
	6	Répartition inégale des salles de cinéma entre les régions : la majorité des salles de cinéma sont concentrées au niveau du grand Tunis (12 salles parmi une vingtaine) et absence de salles de cinéma dans plusieurs régions. Exemple :Zaghouan, Béja, Kairouan.. [source: Etude BIAT ICC 2018]					
Formation et capital humain	6 et 7	Absence de fonction de la médiation culturelle en Tunisie (A part le CNCI)					
	8	Nombre et contribution très faible des critiques cinématographiques et absence de formation pour le métier de critique					

Diagnostic de la filière Cinéma et vidéo

Opportunités



Opportunités		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création et écosystème	1	La crise covid-19 a suscité l'intérêt et le besoin de développer le cinéma d'animation et le cinéma en réalité virtuelle (V.R) en Tunisie
	3 et 4	Grand potentiel (sous-exploité) pour la production étrangère en Tunisie: Paysages, proximité, compétitivité de prix, technicité...On note l'exemple du film culte « Star Wars » qui a été tourné dans plusieurs endroits du sud. Certains lieux de tournage demeurent aujourd'hui des sites touristiques
	3	Le projet de la numérisation du guichet unique à mettre en œuvre par le CNCI avec le soutien de Tfanen devra faciliter l'accès à l'information pour les professionnels du cinéma et simplifier les procédures d'attribution d'autorisations de tournages de films.
	6	Le nombre élevé de festivals en Tunisie (48 festivals dans le secteur cinématographique) offrent une visibilité aux œuvres cinématographiques [source: Etude sur les festivals – Tfanen 2021]
	6 et 7	La pandémie a accéléré la consommation culturelle via le digital : - La plateforme « Artify » a connu une augmentation de 2000% de son trafic durant le confinement de 2020 [source: Rapport "Covid 19 et le secteur culturel et créatif en Tunisie", MAC] - Augmentation de l'offre publique et privée sur le digitale (Maison de l'Image, Gabes Cinéma Fan, Webinars Culture...)
	7	Un public tunisien cinéophile important qui est de plus en plus intéressé par la production cinématographique locale : le nombre d'entrées aux salles de cinéma est passé de 930 000 en 2015 à 2 600 000 en 2019. Les distributeurs estiment qu'une grande partie de ces entrées est générée par les films tunisiens. [Source : Annuaire statistique 2015-2019, INS]
Business Modèle	1.2.3.4	Plusieurs fonds locaux sont disponibles pour soutenir la création, la production et la co-production avec l'étranger (France, Belgique, Canada, Italie, Maroc...) - Fonds d'aide à la production avec un budget annuel de ~4 millions TND : les créateurs peuvent bénéficier d'une aide à l'écriture de ~30 milles dinars, entre 350 milles dinars et 550 milles dinars d'aide à la production, et ~100 milles dinars d'aide à la finition (ces montants varient légèrement d'une année à une autre) - Fonds franco-tunisien crée en 2017 pour soutenir la co-production d'œuvres cinématographiques tuniso-françaises. Son enveloppe est composée de 400 milles dinars de la part de la Tunisie et 300 milles euro de la part de la France - Fonds italo-tunisien crée en 2019 pour soutenir le développement des œuvres italo-tunisiennes. Son enveloppe est composée de 300 milles dinars de la part de la Tunisie et 180 milles euro de la part de l'Italie - Fonds panafricain pour le développement Sentoo : avec un budget composé de subventions institutionnelles (CNCI, CCM Maroc, CNCm Mali...) de 98 000€ et des subventions de l'UNESCO, OIF et IFT de 38 000 € - Fonds de soutien pour la participation dans les festivals (1,8 millions dinars est le montant alloué pour le soutien aux festivals en 2018) - Fonds pour l'achat des droits culturels avec un budget de 1 million de dinars, permettant d'encourager la productions artistiques qui n'ont pas bénéficié de subventions - Fonds d'aménagement des salles de cinéma (près de 370 000 dt ont été déboursés en 2019 pour l'aménagement des salles) - Fonds pour la finition des films [Source: CNCI et entretiens avec des acteurs de l'écosystème]
Infrastructure et moyens	6	Des outils de projection développés (15 DCP Digital Cinema Package) sont installés au niveau des maisons de culture, pouvant dynamiser l'activité culturelle dans les régions. Ces outils demeurent sous-exploités. [source: CNCI]



Diagnostic de la filière Cinéma et vidéo

Menaces



Menaces		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Cadre institutionnel	Transverse	Un handicap structurel au niveau de l'Etat freinant la mise en place d'initiatives et d'actions concrètes pour le développement du secteur (bureaucratie, résistance au changement, primauté de la procédure sur le principe..)
	Transverse	Des textes juridiques qui sont obsolètes qui ne tiennent pas compte de l'avènement du digital et des nouveaux supports cinématographiques avec des lois qui ne font qu'alourdir la bureaucratie : autorisations de tournage, classification des films, ...
	Transverse	Des procédures administratives lourdes et lentes. Exemples : • Le virement à l'international pour l'acquisition d'un film peut prendre entre 1 à 6 mois. Le retard dans le paiement des fournisseurs engendré par la lenteur de cette procédure peut nuire à la réputation des distributeurs tunisiens • Les procédures d'obtention des autorisations de tournages sont opaques. Manque de clarté sur les institutions concernées et le processus à suivre • Les procédures d'attribution des cartes professionnels : besoin de réviser les critères pour une meilleure reconnaissance des nouveaux métiers de l'audiovisuel[source: entretiens avec des acteurs de l'écosystème]
Création et écosystème	5 et 6	Une pandémie impactant la distribution physique des productions cinématographiques : annulation des festivals et fermeture des salles de cinéma
	6	Menace de piratage des production locales. Exemple : Nejib Belkadhji estime que les pertes dues au piratage de son documentaire « Khaloucha » s'élèvent à 101 000 USD [source: Rapport L'industrie du film en Afrique – UNESCO 2021].
Infrastructure et moyens	6	Les plateformes numériques internationales (Netflix, Amazon, Showmax,...) risquent de bouleverser l'offre cinématographique en Tunisie et l'orienter vers le cinéma de blockbuster. Avec l'arrivée potentielle de ces plateformes, l'Etat doit préparer une stratégie adéquate pour préserver le cinéma d'auteur (en France c'est l'état qui joue le rôle de protecteur du cinéma d'auteur)
	7	Un patrimoine cinématographique et important non numérisé et archivé dans des conditions défavorables : • Un grand nombre de productions cinématographiques tunisiennes sont encore sous le format bobines de 35 mm et 16 mm (celles qui se trouvent au niveau de la direction générale de l'audiovisuel, de la bibliothèque nationale et les réserves de Gammarth) • Mauvaises conditions de conservation des œuvres cinématographiques dans les réserves de Gammarth Le projet de numérisation est bloqué en raison d'un contrat de concession non fructueux conclu avec un opérateur professionnel tunisien, d'où la nécessité de développer un laboratoire national de restauration et de numérisation des archives numériques





Artiste : Aziza Guermazi

Sommaire

Rappel de la démarche et du planning

Méthodologie adoptée pour l'analyse des chaînes de valeur

Analyse des chaînes de valeur des filières ICC

1. Edition

2. Cinéma & vidéo

3. Arts visuels

4. Arts de la scène

5. Musique

6. Architecture

7. Patrimoine

8. Médias audiovisuels

9. Jeux vidéos et interactivité

10. Design et services créatifs

11. Festivals et événements culturels & créatifs

Bibliographie / Webographie

Filière Arts visuels

Résumé exécutif



Présentation générale

- La filière **arts visuels** comprend la peinture, le dessin, la sculpture, la photographie, les performances et assimilés.
- Les **principaux acteurs** de la filière sont les peintres, dessinateurs, sculpteurs, photographes, performeurs, scénographes, encadreurs, commissaires d'exposition, restaurateurs, exposants...

Chaîne de valeur

- La chaîne de valeur des arts visuels est composée de 4 maillons: **création** (1), **production** (2), **diffusion** (3) et **consommation** (4).
- La **création** est la première phase de la chaîne de valeur des arts visuels durant laquelle le créateur **mène une réflexion** sur le thème général de son œuvre. Une fois l'idée du projet est développée, le créateur entame la phase de **production** de son œuvre (création d'un tableau, d'une sculpture, prise de photo...). Une fois produite, l'œuvre est **diffusée** à travers les différents canaux (galeries, plateformes, ...) pour exposition et vente. Ces œuvres peuvent être également exposées dans des musées. La phase finale de consommation permet aux collectionneurs, investisseurs ou autres d'acquérir en vue de conserver ou de revendre l'œuvre.

Caractéristiques et forces

- Le secteur des arts visuels est **soutenu par L'Etat** qui continue, depuis les années 60, à aider les créateurs notamment à travers le **fonds d'acquisition des œuvres**. En effet, le budget consacré à ce fonds demeure en hausse depuis 2013 passant de 1 millions de dinars à 1,8 millions de dinars en 2020 permettant d'acquérir environ **350 œuvres** annuellement *[source : Direction des arts plastiques, MAC]*. Ce nombre élevé d'acquisitions a permis à la Tunisie de construire un **fonds national** composé de **~14 000 œuvres** constituant un patrimoine national riche *[source : Entretiens avec un acteur de l'écosystème]*.
- En raison de l'état détérioré de certaines réserves de ce fonds, notamment celles du palais de Ksar Said, l'Etat Tunisien a lancé en 2017 un **projet pour la sauvegarde et la préservation, initié par le MAC**, permettant de sauver le fonds national des arts plastiques et de conserver les œuvres dans des conditions favorables. Cette initiative a permis d'acquérir de nouvelles réserves respectant les normes internationales de conservation (comme les réserves de la cité de la culture). Jusqu'à 2020, **4055 œuvres** ont été transférées vers les nouvelles réserves *[source : Open Data, MAC]*.

Dysfonctionnements et menaces

- Le secteur des arts visuels souffre de plusieurs dysfonctionnements qui entravent son développement notamment au niveau du **cadre institutionnel** et la **formation**.
- En **l'absence d'un cadre légal qui régit et règlemente le secteur**, la majorité des transactions d'acquisition et de vente des œuvres d'art s'effectuent à travers des **circuits informels**, sans pour autant créer un **véritable marché de l'art**, freinant ainsi le développement de la filière et de ses artistes et constituant un **manque à gagner** pour l'Etat.
- L'exportation des œuvres** constitue un autre problème majeur dans ce secteur. En Tunisie les œuvres d'arts sont considérées comme un **patrimoine national** selon l'article 5 du code du patrimoine archéologique, historiques et des arts traditionnels. Ceci empêche les artistes tunisiens de s'exporter vers l'étranger et donc de créer une notoriété à l'échelle internationale et de faire accroître la valeur de leurs œuvres.
- De plus, très peu d'artistes et créateurs **protègent leurs œuvres**. Ce problème émane de la **faible sensibilisation** des artistes à l'importance des droits d'auteur mais aussi aux capacités limitées de l'Organisme Tunisien des Droits d'Auteur et des Droits Voisins (OTDAV). Il en résulte un risque de copie de tableaux, et une perte des droits du créateur notamment le droit de suite.
- En termes d'infrastructure, on compte environ **57 galeries** d'arts privées en 2017 dont 50 sont situées dans le Grand Tunis *[source : Open Data, MAC]*. Les professionnels estiment que seulement une dizaine de ces galeries est active. Ce chiffre demeure insuffisant pour répondre aux besoins des **1131 artistes plasticiens tunisiens** *[source : Open Data, MAC]*. Ce chiffre représente le nombre d'adhérents à l'Union des Artistes Plasticiens Tunisiens. Le nombre total des artistes en Tunisie peut être plus important. On note aussi environ **40 manifestations** par an liés aux arts plastiques *[Source: Rapport Enjeux et perspectives du secteur des festivals, TFANEN/ENPFMCA-2021]*.
- Quant à la formation, la qualité est **jugée insuffisante** par les acteurs de l'écosystème qui précisent que le contenu pédagogique demeure allégé suite au passage au système LMD et ne permet donc pas forcément de former des « artistes ». En outre, plusieurs profils spécialisés dans le secteur comme les **restaurateurs**, **scénographes** et les **commissaires d'exposition** sont rares en Tunisie en raison du manque de la formation pour ces métiers.



Principaux éléments de la chaine de valeur de la filière Arts visuels

Phase	Création		Production		Diffusion		Consommation
					Physique	Digitale	
Principal objectif de la phase	Développer l'idée de l'œuvre		Produire l'œuvre		Mettre à disposition l'œuvre		Consommer l'œuvre
Principal acteur	• Artiste/ créateur		Artiste/créateur		• Scénographe • Muséographe • Commissaire d'exposition • Galeriste	• Plateforme d'exposition en ligne	• Acheteurs : • Particuliers • Collectionneurs • Investisseurs • Musées • Etat Tunisien
Principales actions	• Choisir le concept et le thème de l'œuvre		• Prise de photo • Création d'un tableau de peinture/dessin • Création d'une sculpture ...		• Encadrement du tableau • Mise en place de l'espace d'exposition • Exposition des œuvres • Elaboration de catalogue	• Exposition des œuvres	• Vente de l'œuvre à un particulier ou collectionneur • Conservation et restauration de l'œuvre
Principaux éléments du Business Modèle	Le créateur perçoit entre 50 et 60% des revenus de vente de l'œuvre si la transaction se fait à travers une galerie. En cas de vente de gré à gré, le créateur conserve la totalité du prix de vente de l'œuvre. <i>[source : Entretien avec un expert]</i>				Les galeries d'art reçoivent entre 40 et 50% des revenus de vente de l'œuvre <i>[source : Entretien avec un expert]</i> Les frais d'exposition sont supportés par les galeries d'art (transport, organisation d'évènements, ...) <i>[source : Entretien avec un expert]</i>		



Diagnostic de la filière Arts visuels

Forces



Forces		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création et écosystème	1	Offre diversifiée en matière de peinture et dessin
	1	Le pays dispose d'un fonds national des arts plastiques composé de près de 14 000 œuvres [source : Entretien avec un acteur de l'écosystème] constituant un patrimoine national riche. Un projet public initié par le MAC pour la sauvegarde et la préservation de ce fonds a été lancé avec un budget de 3 millions de dinars [source : Entretien avec un acteur de l'écosystème] : plusieurs actions ont été lancées dans le cadre de ce projet telles que l'acquisition de nouvelles réserves respectant les normes internationales de conservation (comme les réserves de la Cité de la culture)
	3	Participation de la Tunisie dans plusieurs foires et salons internationaux pour promouvoir son savoir faire artistique (exemple : Participation à la Biennale de Venise en 2017 et à la Biennale de Dakar en 2018) Les galeristes tunisiens installés à l'étranger et qui représentent des artistes tunisiens contribuent également à promouvoir le savoir-faire artistique local (comme El Marsa à Dubaï, Selma Feriani à Londres, Itinerrance à Paris....)
Business Modèle	3	Un secteur soutenu par L'Etat à travers l'acquisition des œuvres: environ 350 œuvres sont acquises annuellement et le budget consacré augmente annuellement passant de 1 millions de dinars en 2013 à 1,8 millions de dinars en 2020 [source : Direction des arts plastiques, MAC].
	2 et 3	Développement des mécènes et des acteurs privés investissant dans les espaces d'exposition (IFT, ambassades, fondation Rambourg, fondation Lazaar,...)
Formation et capital humain	1	Augmentation du nombre d'institutions d'art (enseignement supérieur) dans le pays: 13 institutions en 2020 contre une seule institution en 1995 [source : Entretien avec un acteur de l'écosystème]. Le nombre de diplômés d'arts plastiques dans le secteur public en 2019 est de 207 dont 79% des femmes [source : Direction Générale de la Planification et de la Programmation, MESRS].

Diagnostic de la filière Arts visuels

Faiblesses



1	2	3	4
Création	Production	Diffusion	Consommation
Faiblesses			
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse	
Cadre institutionnel	3	Absence d'une vision et d'une stratégie de mise en place des infrastructures (galeries, salles d'expositions,...)	
Création et écosystème	1	Offre limitée dans quelques segments d'arts visuels notamment la sculpture car elle demande une force physique et des moyens techniques importants	
	2 et 3	Absence de structures dédiées pour l'accompagnement des artistes : - Manque d'accompagnement au niveau des galeries : très peu de galeristes accompagnent les artistes dans les phases de création et d'exportation. - Absence de conseillers pour la préparation des dossiers de projet (dossier de subvention, dossier pour présentation d'un projet, ...)	
	4	L'acquisition d'œuvres d'art ne rentre pas dans les habitudes de consommation de la famille tunisienne. Ceci est en partie dû à la situation socio-économique des tunisiens, mais aussi à une faible contribution des médias et des établissements scolaires dans la sensibilisation du citoyen à l'art et à l'histoire de l'art.	
Business Modèle	1	Les artistes souffrent d'une situation financière (voire sociale) fragile en absence d'un marché de l'art en Tunisie, les obligeant souvent à recourir à une deuxième activité	
	1	L'absence d'un marché d'art établi et réglementé en Tunisie fait également que les artistes dépendent quasi-exclusivement des acquisitions de l'Etat. L'acquisition des œuvres est devenue une sorte d'aide sociale aux artistes.	
	3	Le vendeur de l'œuvre (artiste ou galeriste) donne rarement un certificat d'authenticité, indispensable pour présenter l'œuvre à l'étranger ou l'accepter dans une collection muséale.	
Formation et capital humain	1 et 2 et 3	La qualité de la formation au niveau des universités a été pénalisée par le basculement vers le régime LMD fournissant ainsi un contenu pédagogique allégé et souvent insuffisant pour pratiquer le métier. D'autres lacunes sont également observées telles que la rareté d'articles scientifiques publiés, le manque de formation pour certains métiers (restaurateurs, curateurs/commissaires d'exposition, spécialistes d'éclairage, les galeristes ...)	
	3	Rareté des personnes spécialisées dans la « critique d'art » en Tunisie	
	3	Manque de main d'œuvre spécialisée sur le marché : restaurateurs, scénographes, commissaires d'exposition, experts spécialistes... La rareté de ces profils empêche le développement du secteur et la création de nouveaux musées d'arts visuels	
Infrastructure et moyens	3	Problème d'infrastructure pour la distribution des œuvres : - Nombre très faible de galeries d'exposition surtout au niveau régional : 57 galeries privées ont été recensées par le ministère en 2017 dont 50 sont situées dans le grand Tunis (soit un taux de 88%) [source : Open Data, MAC]. Les professionnels estiment que seulement une dizaine de ces galeries est active. - Ressources très limitées au niveau des espaces publics d'exposition (moyens techniques modestes, salles inadaptées, insécurité et risque de vol des œuvres...)	
	3.4	Ressources limitées de l'Etat : - Budget limité consacré à la direction des arts plastiques au niveau du ministère (un budget de 2,25 millions de dinars pour l'année 2020 soit 0,64% du budget du MAC [source : Entretien avec un acteur de l'écosystème]). - Manque de ressources humaines au sein de la direction des arts plastiques - Des difficultés à mettre en place des stratégies de coopération et de partenariat avec le secteur privé - Retard dans le paiement des acquisitions	
	Transverse	Absence de statistiques fiables sur le secteur des arts visuels (nombre d'artistes plasticiens, nombre de galeries, ...)	

Diagnostic de la filière Arts visuels

Opportunités



Opportunités		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création et écosystème	1	Intérêt accru pour la photographie notamment dans les milieux jeunes (la photographie est la première activité numérique pratiquée par les tunisiens selon le baromètre des pratiques culturelles 2021, suivie par l'animation de blogs et sites webs et la création/animation de chaînes YouTube) [source : Enquête sur les pratiques culturelles, TFANEN-2021]
	3	Avancés technologiques permettant le développement des plateformes d'exposition en ligne : une plateforme numérique est en cours de préparation pour la numérisation et la documentation de la collection d'œuvres du fonds national. Les œuvres d'art préservées au niveau du fonds national pourraient être exposées au grand public, chercheurs et artistes souhaitant découvrir ce patrimoine. Ces œuvres seront également accompagnées par des biographies, notices et données sur le produit et son artiste.
	4	L'acquisition par l'Etat de nouvelles réserves (604 milles dinars déboursés jusqu'à présent sur l'acquisition de ces réserves [source : Entretien avec un acteur de l'écosystème])) permettant de sauvegarder le fonds national des arts plastiques et de conserver les œuvres dans de meilleures conditions (jusqu'à 2020, 4055 œuvres ont été transférées vers les nouvelles réserves[source : Open Data, MAC])
Infrastructure et moyens	1 et 4	L'existence de clubs d'art plastique privés et publics pouvant développer l'écosystème de création - consommation

Diagnostic de la filière Arts visuels

Menaces



Menaces		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Cadre institutionnel	Transverse	Absence d'un cadre légal pour réglementer le secteur des arts visuels (mis à part le décret régissant les acquisitions des œuvres plastiques), freinant ainsi le développement de la filière et de ses artistes
	3	Interdiction de l'export des œuvres d'art en Tunisie : les œuvres d'arts sont considérées comme un patrimoine national selon l'article 5 du code du patrimoine archéologique, historiques et des arts traditionnels. Cela empêche les artistes tunisiens de s'exporter vers l'étranger et donc de créer une notoriété à l'échelle internationale et de faire accroître la valeur de leurs œuvres.
	Transverse	Informalité du secteur des arts visuels en Tunisie : • L'acquisition des œuvres d'art se fait souvent à travers des circuits informels • Beaucoup d'artistes et galeristes ne déclarent pas leurs revenus • Quelques artistes tunisiens contournent la loi pour pouvoir exporter leurs œuvres
	2.3.4	Incapacité des artistes à protéger les œuvres et à bénéficier des droits de propriété notamment le droit de suite : • Les procédures de vente et d'achat d'œuvres d'art ne sont pas formalisées en Tunisie: absence d'un contrat entre vendeur et acheteur permettant de protéger les droits de l'artiste (actuellement, les transactions se font généralement par simple facture) • Faible nombre d'artistes inscrits à l'OTDAV : Problème de méconnaissance de l'importance des droits d'auteur, accentué par une formule d'inscription qui coûte cher et qui n'encourage pas les artistes à s'y affilier (30 TND/œuvre annuellement) [source : Entretien avec un acteur de l'écosystème] . • Absence d'un comité d'arts plastiques au niveau de l'OTDAV permettant de suivre les œuvres de près • Absence de mécanisme de référencement des œuvres d'art circulants sur le marché. → Cela a favorisé le phénomène de la copie des œuvres
Création et écosystème	3	Les galeries peinent pour retrouver leur équilibre financier, et plusieurs ont déjà fermé leurs portes (environ 15 galeries ont fermé depuis 2011 [source : Entretien avec un expert])
	4	Nombre limité de collectionneurs d'œuvres d'art à cause de l'inexistence d'un véritable marché d'art en Tunisie



Sommaire

Rappel de la démarche et du planning

Méthodologie adoptée pour l'analyse des chaînes de valeur

Analyse des chaînes de valeur des filières ICC

1. Edition

2. Cinéma & vidéo

3. Arts visuels

4. Arts de la scène

5. Musique

6. Architecture

7. Patrimoine

8. Médias audiovisuels

9. Jeux vidéos et interactivité

10. Design et services créatifs

11. Festivals et évènements culturels & créatifs

Bibliographie / Webographie

Filière Arts de la scène

Résumé exécutif



Présentation générale

- La filière “Arts de la scène” comprend les activités relatives au théâtre, danse, marionnettes, cirque, arts de la rue et assimilés.
- Elle englobe **tout genre de création** d’auteurs, metteurs en scène, dramaturges, chorégraphes et autres, à travers les représentations diffusées sur l’ensemble des canaux existants.

Chaîne de valeur

Focus sur le théâtre

- La chaîne de valeur de la filière **Arts de la scène** est composée de 5 **étapes majeures**: (1) Ecriture de l’œuvre, (2) production, (3) Répétitions, (4) diffusion et (5) archivage
- Le premier maillon de la chaîne de valeur consiste en **l’écriture de l’œuvre** par l’auteur ou le chef de projet (ou équivalent). Il s’en suit une étape de production dont le but est de **monter le projet** et son **dossier de financement** et **constituer les équipes** techniques et artistiques. Une fois les moyens humains et financiers sont mis en œuvres, les **répétitions** commencent parallèlement avec la phase de **conception des détails techniques et artistiques** (scénographie, décors, musique, lumière...). Ensuite, **l’œuvre est diffusée au public** dans le cadre de programmations de saison, d’évènements culturels et de festivals. Finalement, la représentation peut être filmée pour assurer son **archivage** et **conservation**
- Il existe néanmoins un autre schéma de création, où l’écriture de l’œuvre ne se fait pas en amont, mais plutôt **sur le tas** lors des répétitions.
- Il est également à noter que la filière des Arts de la scène peut être liée à d’autres chaînes de valeur. Cette liaison se manifeste par des intersections au niveau des œuvres avec d’autres formes artistiques qui peuvent y être intégrées, notamment la musique.

Caractéristiques et forces

- La filière des Arts de la scène se caractérise en Tunisie par écosystème propice à la création en termes de talents nouveaux et existants qui opèrent sur la scène culturelle, ainsi qu’une richesse et diversité culturelle des différentes régions desquelles peuvent s’inspirer les nouvelles créations artistiques.
- En termes de **financement**, l’Etat à travers la direction des arts scéniques propose plusieurs mécanismes de subventions tel que **l’achat de représentations** (qui est une aide à la distribution) avec un budget qui s’élève en 2019 à 2,6 millions TND et ~1 500 œuvres théâtrales bénéficiaires. Ce montant est stagnant depuis 2013 moyennant quelques baisses ponctuelles notamment en 2016. Un autre mécanisme qui est **l’aide à la production** s’adresse en moyenne à une ~40aine d’œuvres annuellement, dont ~40% sont des pièces de théâtre pour enfants. Le budget de l’aide à la production s’élève à ~1,3 millions TND en 2019, soit une moyenne de 33 milles TND/œuvre. Ce montant est en augmentation annuelle de +11% depuis 2013. [source: Open Data MAC]
- Concernant **l’infrastructure**, les espaces sont existants au niveau de tous les gouvernorats: maisons de cultures (225 selon l’étude BIAT ICC 2018), maisons de jeunes (348 selon l’INS), amphithéâtres (El Jem, Carthage, Dar Sebastien à Hammamet), centres d’arts dramatiques (11 selon l’open data MAC), théâtres municipaux (Sousse, Sfax, Tunis...). Cependant, cette infrastructure est **mal entretenue** et ne dispose pas des **moyens techniques** nécessaires qui permettent de l’exploiter à son plein potentiel

Dysfonctionnements et menaces

- Le financement des projets scéniques est **en grande partie assuré par l’Etat** à travers les mécanismes susmentionnés. Il en résulte qu’un grand nombre d’artistes et créateurs **développent une dépendance** vis-à-vis de ces fonds et **ne cultivent pas une posture entrepreneuriale** qui leur permet d’aller de l’avant et obtenir d’autres types de financements. Il existe également **d’autres financements** attribués par les instituts culturels, les Etats partenaires ou encore des fondations privées. Toutefois, il est à noter que **les sources alternatives de financement ne sont pas suffisantes** au vu du nombre croissant de compagnies théâtrales et d’artistes émergents, surtout en l’absence d’une **politique d’incitation à l’investissement privé**. Ceci est accentué davantage par le caractère « risqué » perçu pour les projets culturels et par le manque de spécialistes en fund raising dans les établissements culturels.
- Outre la création, **l’archivage des œuvres** est un autre maillon de la chaîne qui est fortement touché par le manque de moyens et l’inaccessibilité du financement. Avant 2011, la Télévision Nationale a contribué à l’archivage et la conservation de certaines œuvres, dont plusieurs ont été victimes de censure et ont été diffusées avec des scènes clés manquantes. Aujourd’hui, et dans une conjoncture aussi difficile de post-Covid, les œuvres se voient plus que jamais menacées et risquent de **tomber dans l’oubli**, comme le furent des dizaines de grandes représentations dont on ne garde aujourd’hui aucune trace.
- En termes de **formation et capital humain**, plusieurs lacunes ont été également observées. A titre d’exemple, le manque de métiers clés tel quel le **manager culturel**, les **tourneurs** ou les **techniciens spécialisés en arts de la scène** pénalisent le développement et la distribution des œuvres culturelles scéniques. Le **niveau de compétences des nouveaux diplômés** suscite également le débat surtout pour des compétences tel que le **jeu d’acteur** ou la **mise en scène** [source: entretien avec expert et interview de Fadhel Jaibi avec Web manager center 2017]. Par ailleurs, avec les restrictions de déplacement (procédures visas, moyens financiers nécessaires pour voyager, contexte Covid...) les jeunes créateurs et artistes ont désormais très peu de chance de se faire former à l’étranger, d’effectuer des échanges internationaux ou encore de diffuser leurs spectacles à l’étranger.

Chaîne de valeur filière Arts de la scène



Principaux éléments de la chaine de valeur de la filière Arts de la scène

Phases	Ecriture de l'œuvre → Production → Répétitions → Diffusion → Archivage de l'œuvre				
Objectif principal	Transformer l'idée en une œuvre écrite	Mettre en œuvre les moyens humains et financiers pour produire l'œuvre	Faire les répétitions et concevoir les détails techniques	Diffuser la représentation sur l'ensemble des canaux existants (programmations de saison, festivals, évènements,...)	Archiver et conserver l'œuvre
Acteurs	• Chef du projet ou Auteur de l'œuvre	• Producteur • Dramaturge • Metteur en scène	• Metteur en scène • Auteur et dramaturge • Comédiens • Concepteurs musique, vidéos.... • Techniciens, costumiers-habilleurs, décorateurs...	• Equipes des festivals • Tourneurs • Manager culturel	• Equipe artistique • Equipe technique • Equipe pour filmer l'œuvre
Actions	• Résidence écriture (atelier de création de textes ou de scènes) • Recherche sur la thématique • Interviews et rencontres si besoin • Lectures sur la thématique	• Casting • Montage du projet et du dossier de financement • Préparation logistique et planning • Levée de fonds • Recherche de salle de répétitions	• Répétitions • Découpages de scènes et dramaturgies • Conceptions des décors, costumes, lumières musiques scénographies....	• Tournée dans des festivals nationaux et internationaux • Programmations de saisons dans théâtres • Programmations des évènements culturels • Campagne de communication et tournée dans les medias	• Filmer le spectacle en format vidéo • Montage vidéo
Principaux éléments du Business Modèle	-Si il y a un producteur : Le chef du projet/auteur de l'œuvre perçoit un cachet sur la base d'une négociation avec le producteur (barème existe au niveau du MAC à titre consultatif) -Si le producteur est lui même le metteur en scène/chef de projet il perçoit un seul cachet sur ses différentes prestations	Le producteur supporte le coût de la production de l'œuvre et Perçoit un cachet (qui peut être ~10% du cout total de l'œuvre)	Les équipes artistiques et techniques perçoivent un cachet sur la base d'une négociation avec le producteur (ou metteur en scène)	-Le diffuseur (cas du one man show) ou le producteur (théâtre contemporain et classique) se charge de vendre les représentations ou louer l'espace. -Le producteur supporte les couts de logistique et de déplacements -Le propriétaire de l'espace loue la salle et/ou perçoit un pourcentage de la billetterie	Les équipes de filmage et de montage perçoivent une rémunération fixe préalablement négociée avec le producteur



Analyse SWOT de la filière Arts de la scène

Forces



Forces		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Formation et capital humain	Transverse	Une génération de jeunes artistes prometteuse qui a beaucoup de potentiel : Ceci s'illustre par l'engouement des jeunes sur les clubs amateurs de théâtre et de danse et l'augmentation des compagnies de spectacles d'art de la rue composés majoritairement par des jeunes.
Création et écosystème	1	Richesse et diversité culturelle des différentes régions tunisiennes : chaque gouvernorat détient un large panel d'œuvres et d'artistes (Il existe en Tunisie des viviers de production culturelle riches de traditions théâtrales tel que Gafsa, Kef, Médenine, Grand Tunis...)
	1	Un patrimoine immatériel riche qui peut servir la création des œuvres tel que les contes, les fables et les histoires racontées liées aux différentes régions et leur histoire
	1	De nouveaux courants et mouvements artistiques en émergence : • Développement accru des arts de la rue sur les 10 dernières années • L'inclusion des vidéos et des installations dans les œuvres • Les performances • Le mixage de plusieurs disciplines dans une seule œuvre • ...
Infrastructure et moyens	4	Un nombre en augmentation de structures théâtrales professionnelles (de 127 en 2013 à 196 en 2020) et d'associations de théâtre (de 276 en 2013 à 335 en 2020) [Source: Data fournie par le MAC]

Analyse SWOT de la filière Arts de la scène

Faiblesses



Faiblesses		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création et écosystème	Transverse	Secteur fortement touché par la crise sanitaire de par la nature de la filière (besoin de représenter en présentiel devant un public..)
	4	Inégalité entre les régions et une forte concentration des actions culturelles sur le grand Tunis [source: entretien avec un expert]
Formation et capital humain	1 et 3	Avec les restrictions de déplacement (procédures visa, moyens financiers nécessaires pour voyager..) les jeunes créateurs et artistes ont désormais très peu de chance de se faire former à l'étranger, d'effectuer des échanges internationaux ou encore de diffuser leurs spectacles à l'international
	1 et 3	Nombre insuffisant de centres de formation publique: La Tunisie dispose de seulement 2 universités publiques (ISAD et ISMTK) et 1 école publique (école du théâtre national). Ceci est considéré insuffisant pour pays qui compte +300 sociétés de production théâtrales [source: entretien avec un expert] et +1200 détenteurs de carte professionnelle en arts du spectacle [source: Open Data MAC] Par ailleurs, les universités publiques ne disposent généralement pas de programmes d'échange internationaux, de partenariats avec les théâtres, de bibliothèques...
	2	Absence de cursus de formations professionnelles pour certains métiers des arts de la scène (techniciens, ingénieurs son, régisseurs lumière, vidéastes... spécialisés en théâtre)
	4	Manque de métiers clés comme les managers culturels ou tourneurs de spectacles
	1 et 3	Le système de sélection des étudiants à l'institut d'arts dramatiques ne prend pas en considération le talent ni l'implication : Beaucoup d'étudiants s'y orientent faute de score (En France l'admission à certaines universités d'arts dramatiques ne repose pas sur le score obtenu mais passe plutôt par un concours écrit et orale et une vérification des motivations de l'étudiant)
	1 et 3	Les écoles de formation professionnelles privées sont rares et ne fournissent pas de diplômes reconnus (ni par l'Etat ni à l'étranger)
	4	Des jeunes artistes tunisiens qui parlent de moins en moins des langues étrangères créant une barrière dans leur networking et freinant leur rayonnement international
BM	Transverse	Un système de financement des arts du spectacles assuré en grande partie par le ministère des affaires culturelles : ➔ Fait que les artistes développent une dépendance vis-à-vis de ces fonds et ne développent donc pas une posture entrepreneuriale ➔ Favorise un système de rente où les bénéficiaires de subventions n'ont pas besoin d'innover ou de créer un produit de qualité
	Transverse	Au vu de la fragilité des structure acteurs opérant dans les arts de la scène et étant conscient du problème d'autonomie des acteurs, le MAC essaie d'y remédier à travers une allocation d'aides et subventions qui tient compte de la situation sociale des artistes et des artistes. Cette démarche peut néanmoins pénaliser le volet artistique des œuvres
Cadre institutionnel	4	Problème de mobilité pour les artistes des arts de la scène en raison de la précarité de leur statut pénalisant l'obtention des visas
	4	La difficulté de mobilité des œuvres théâtrales pénalise leur diffusion à grande échelle : décors, équipes artistiques et techniques aux niveaux coûts et logistique
Infrastructure et moyens	5	Manque accru dans l'archivage des œuvres à cause des coûts que l'opération nécessite. La télévision nationale s'est chargée d'assurer ce rôle pour quelques œuvres notamment avant 2011 Aujourd'hui, rares sont les créations qui ont été filmées et archivées. La plupart des œuvres sont tombées dans l'oubli, très souvent faute de moyens. (A titre d'exemple, Ezzedine Gannoun ne possède que 2 œuvres archivées, Fadhel Jaïbi 3 œuvres uniquement filmées par la Télévision nationale et qui sont en partie censurées avec des scènes coupées) [source: entretien avec un expert]
	5	Les œuvres archivées avant 2011 ont fait l'objet de censure et sont aujourd'hui diffusées avec des parties clés manquantes [source: entretien avec un expert]

Analyse SWOT de la filière Arts de la scène

Opportunités



Opportunités		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Business Modèle	Transverse	L'Etat à travers la direction des arts scéniques propose plusieurs mécanismes de aide/subventions tel que l'achat de représentations (qui est une aide à la distribution) avec un budget qui s'élève en 2019 à 2,6 millions TND et ~1 500 œuvres théâtrales bénéficiaires. Ce montant est stagnant depuis 2013 moyennant quelques baisses ponctuelles notamment en 2016. Un autre mécanisme qui est l'aide à la production s'adresse en moyenne à une ~40aine d'œuvres annuellement, dont ~40% sont des pièces de théâtre pour enfants. Le budget de l'aide à la production s'élève à ~1,3 millions TND en 2019, soit une moyenne de 33 milles TND/œuvre. Ce montant est en augmentation annuelle de +11% depuis 2013. <i>[source: Open Data MAC]</i> Le ministère accorde également des subventions via le fonds d'encouragement à la création littéraire et artistique, ainsi que des aides aux troupe de théâtre pour certaines participations à l'étranger (prise en charge des tickets d'avions, assurance, frais de fret ...). Le ministère propose aussi une subvention pour soutenir la gestion et l'aménagement d'espaces d'arts scéniques qui demeure insuffisante (cf. Menaces de la filière)
	1 et 2	Les bailleurs de fonds internationaux commencent à mettre plus de moyens en faveur des arts de la scène africains (Goethe Institute, l'Institut Français, l'Union européenne, AFAC, Al Mawred Thakafi, African Culture Fund, Art Move Africa, Mimeta, Ford Foundation, OIF...) <i>[source: entretiens avec des acteurs de l'écosystème]</i>
	1 et 2	Le texte de loi sur le mécénat culturel qui peut ouvrir beaucoup de portes à la création artistique et qui offre une déduction totale et sans plafond de la valeur du mécénat. Il existe également un guide détaillant toutes les modalités pratiques de ce mécanisme <i>[source: Guide du mécénat en Tunisie]</i>
Formation et capital humain	1.2.3	Nouvelles initiatives privées et publiques de formations d'artistes dans diverses disciplines : Augmentation du nombre de clubs de théâtre et de danse dans les différentes régions de la Tunisie. Ces clubs sont principalement adressés aux amateurs et permettent aux gens passionnés de trouver leur vocation. Il existe également quelques initiatives d'écoles publiques et privées de formation professionnelle d'acteur : Ecole de l'acteur du Théâtre national, Ecole de formation du Theatro, ARAF Center de Al Hamra.. Etc <i>[source: entretien avec un expert]</i>
Infrastructure et moyens	4	Une infrastructure existante dans tous les gouvernorats : maisons de cultures (225 selon l'étude BIAT ICC 2018), maisons de jeunes (348 selon l'INS), amphithéâtres (El Jem, Carthage, Dar Sebastien à Hammamet), centres d'arts dramatiques (11 selon l'open data MAC), théâtres municipaux (Sousse, Sfax, Tunis...)... Cette infrastructure est cependant mal entretenue et ne dispose pas des moyens techniques nécessaires qui permettent de l'exploiter à son plein potentiel
	4	L'ère digitale et les nouvelles technologies révolutionnent le monde des arts du spectacles dans le monde . (ceci peut être perçu comme une opportunité afin d'améliorer et réduire les faiblesses du secteur en même temps ceci peut être une menace pour les défenseurs du théâtre classique) Par exemple, pendant des périodes tel quel la pandémie, la représentation peut être assurée à travers le canal digital et avec de faibles coûts.

Analyse SWOT de la filière Arts de la scène

Menaces



Menaces		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Business Modèle	1	L'Etat propose une subvention pour soutenir la gestion et l'aménagement d'espaces d'arts scéniques. Cette subvention est de ~900 milles TND en 2019 avec 43 espaces bénéficiaires. Cette subvention a augmenté depuis 2013 avec l'augmentation du nombre de salles. Cependant, et avec un moyenne de 21 milles TND / salle, le montant reste insuffisant pour entretenir et maintenir ces espaces. [source: Open Data MAC]
Création & écosystème	4	Quelques institutions de l'Etat, de par leur activité et programmation, peuvent rentrer en concurrence avec les acteurs privés de la filière. A titre d'exemple, le Pôle de théâtre et arts de la scène de la cité de la culture propose parfois les mêmes activités et programmations que les acteurs privés à des prix qui peuvent être inférieurs, bénéficiant de son assise financière ainsi que de son emplacement et ses avantages (parking par exemple) [source: entretiens avec des acteurs de l'écosystème]
	5	Les textes de beaucoup d'œuvres théâtrales de qualité ne sont pas conservés dans des livres édités. Les traces dispersées ou encore non rassemblées des œuvres font que l'œuvre et son texte tombent dans l'oubli
Cadre institutionnel	5	La Télévision Nationale exploite des œuvres archivées sans verser les droits d'auteur/voisins, ou dépasse le nombre de diffusions contractualisé dans certains cas ce qui impacte également les recettes guichets du spectacle [source: entretiens avec des acteurs de l'écosystème]
	5	Manque de sensibilisation des professionnels des arts de la scène quant à la question des droits d'auteur. Les possibilités d'enregistrement des œuvres sont également méconnues par beaucoup de professionnels. Il en résulte que les œuvres enregistrées à l'OTDAV sont rares, mettant en péril la conservation des droits d'auteur de leurs propriétaires
Infrastructure et moyens	4	La possibilité offerte par le digital fait que certains festivals internationaux (européens notamment) se contentent de diffuser en distanciel les œuvres des pays du Sud (le festival gagne en coûts et évite de s'impliquer dans les procédures de visas)



Artiste : Anouar Brahem
Crédit photo : Marco Borggreve

Sommaire

Rappel de la démarche et du planning

Méthodologie adoptée pour l'analyse des chaînes de valeur

Analyse des chaînes de valeur des filières ICC

1. Edition

2. Cinéma & vidéo

3. Arts visuels

4. Arts de la scène

5. Musique

6. Architecture

7. Patrimoine

8. Médias audiovisuels

9. Jeux vidéos et interactivité

10. Design et services créatifs

11. Festivals et événements culturels & créatifs

Bibliographie / Webographie

Filière Musique

Résumé exécutif



Présentation générale

- La filière "Musique" comprend les activités relatives au process allant de la **création** à la **diffusion** et la **représentation** des œuvres musicales
- Elle englobe dans toutes les disciplines les **créations** des auteurs, compositeurs, artistes interprètes et producteurs, enregistrées et diffusées sur scène ou sur supports physiques ou digitaux.

Chaîne de valeur

Focus la musique

- La chaîne de valeur de la **Musique** est composée de **6 étapes majeures**: (1) création, (2) édition, (3) production, (4) interprétation, (5) distribution et (6) consommation
- Le premier maillon de la chaîne de valeur consiste en la **création** de l'œuvre par l'auteur ou le compositeur. Il s'en suit une étape d'**édition** dont le but est de **protéger l'œuvre et la promouvoir**. La protection de l'œuvre se fait à travers son dépôt auprès d'un **organisme de gestion collective**, permettant ainsi de préserver les droits de son créateur. Une fois l'œuvre est déposée, elle est ensuite **produite** par un **producteur**. L'œuvre peut être par la suite **interprétée** par un ou plusieurs artistes interprètes et **diffusée** aussi bien sur scène (concerts, festivals, fêtes...) ou sur divers supports physiques (CDs, vinyles..) ou digitaux (plateformes audio et audiovisuelles, réseaux sociaux, sites web...).
- Il est à noter qu'en termes de **synergies**, il existe une **interconnexion forte** de la filière Musique avec d'autres chaînes de valeur. La musique peut être une composante essentielle pour alimenter et enrichir plusieurs types de création notamment les œuvres scéniques et cinématographiques. Citons à titre d'exemple les œuvres musicales interprétées par feu Hedi Guella lors des représentations de la pièce théâtrale Klem Ellil de Taoufik Jebali, ou encore le film Papa Hedi qui reconstitue l'image de Hedi Jouini vue par sa petite fille et réalisatrice du film Claire Belhassine, avec des extraits de sa musique. (La musique peut également être intégrée dans les jeux vidéos, les expositions des arts visuels etc)

Caractéristiques et forces

- La filière Musique se caractérise en Tunisie par un **patrimoine riche** duquel les auteurs et compositeurs peuvent puiser et s'inspirer pour leurs créations. La Phonothèque Nationale relevant du Centre des Musiques Arabes et Méditerranéennes a pour rôle de conserver et valoriser ce patrimoine.
- En termes d'acteurs, la filière connaît l'**émergence de nouveaux talents artistiques** dont plusieurs ont réussi à conquérir un public régional voire international. Beaucoup de ces nouveaux talents ont profité de la **libération du secteur** après 2011 pour explorer de nouveaux genres musicaux (rap, reggae, musique underground, musique électronique..) et donc d'augmenter et diversifier la production musicale locale. Ces nouveaux acteurs ont également réussi à réunir autour d'eux des communautés et d'aller au devant de citoyens autrefois éloignés de la culture.
- L'avènement des **nouveaux canaux de distribution digitaux** notamment les **plateformes numériques** est d'entraîner de basculer la chaîne de valeur classique de la filière Industries musicales. En effet, la filière s'oriente de plus en plus vers la distribution numérique au dépend de la vente sur supports physiques. Ceci a **muté le business modèle** existant puisque ces plateformes représentent désormais l'essentiel des revenus des créateurs dans le monde. Par ailleurs, les canaux de distribution digitaux présentent également un levier important permettant d'augmenter la **notoriété du créateur** et de le rapprocher à une **cible internationale** et rendre ainsi ses œuvres disponibles pour tout le monde. Ces canaux ne sont pas encore exploités à leur plein potentiel en Tunisie.

Dysfonctionnements et menaces

- En dépit de l'augmentation de la production musicale, elle reste **concentrée au niveau du Grand Tunis** avec une offre limitée dans les régions intérieures. *[source: entretiens avec expert et acteurs de l'écosystème]*
- En termes de **financement**, le secteur est soutenu par l'Etat à travers plusieurs mécanismes d'aide. Cependant, l'Etat intervient dans l'opération de création de valeur à 2 reprises dans la chaîne : Dans un premier temps lors de la création de l'œuvre à travers l'aide à la production & les subventions relevant du Fonds d'encouragement à la création littéraire et artistique. Dans un second temps lors de la distribution de l'œuvre à travers le mécanisme d'achat de spectacles ou concerts. Il en résulte que certains créateurs développent une **dépendance vis-à-vis de ces fonds**, négligeant ainsi le volet de **promotion et de marketing** de l'œuvre et ne cultivant pas une **posture entrepreneuriale et managériale** leur permettant de développer leur activité. Ceci étant dit, il existe des types de création qui ne sont pas destinés à être de gros projets commerciaux, mais plutôt des créations à vocation culturelle et artistique, et qui devraient être soutenus par les fonds d'aide.
- La question des **droits d'auteur** relève également de plusieurs dysfonctionnements. En effet, en 2018 seulement 9% des détenteurs de cartes professionnelles sont affiliés à l'OTDAV, soit 1 654 inscrits sur un total de 17 885 *[dance incluse, source: Data fournie par MAC]*. Ce taux met en exergue à la fois le **manque de sensibilisation** des artistes à la question des droits d'auteur mais aussi une **communication défaillante** de la part des institutions concernées (la norme serait d'avoir ~50% des détenteurs qui sont inscrits à l'OTDAV) *[source: entretien avec un expert des droits d'auteur]*
Il est également important de procéder à **établir les conventions** nécessaires avec les organismes de gestion collective internationaux mais aussi avec les plateformes numériques (YouTube notamment) pour que les artistes tunisiens puissent monétiser leurs œuvres à l'étranger et sur le digital.

Chaîne de valeur filière Musique



Principaux éléments de la chaîne de valeur de la filière Musique								
Phases	Création	Edition	Production	Interprétation	Distribution et diffusion			Consommation
Objectif principal	Créer l'œuvre	Protéger et promouvoir l'œuvre	Produire l'œuvre	Interpréter l'œuvre	Diffuser l'œuvre aussi bien sur les canaux digitaux, physiques et en performance sur scène			
Acteurs	• Auteur • Compositeur	• Organismes de gestion collective • Manager • Editeur / Label	• Producteur • Techniciens	• Artiste interprète	• Plateformes audiovisuelles (Youtube..) • Plateformes audio (Spotify, deezer..) • Sites web	• Magasins de vente de CDs et/ou vinyles	• Festivals • Concerts • Fêtes ...	• Auditeur
Actions	• Composition d'une œuvre • Ecriture des paroles	• Protection de l'œuvre en la déposant auprès des OGC • Négociation auprès des labels/distributeurs et promotion de l'œuvre	• Production artistique et/ou industrielle: Enregistrement, mixage, mastering, disques, vinyles	• Interprétation de l'œuvre	• Diffusion de la musique à travers les plateformes digitales et les sites web	• Distribution des CD/DVD dans les points de vente • Vente des vinyles	• Représentations dans des concerts, festivals, événements...	• Consommation de l'œuvre
Principaux éléments du Business Modèle	-Les créateurs sont rémunérés en droits d'auteurs après avoir déposé leurs œuvres auprès des OGC. -Ils peuvent également confier leurs droits patrimoniaux (économiques) aux éditeurs. -Il est à noter que la rémunération se déclenche par la diffusion de l'œuvre	-Les OGC collectent les droits à travers les licences conclues avec les diffuseurs de musique -Ils répartissent ensuite les droits collectés sur leurs affiliés en fonction de la diffusion de leurs œuvres (proportionnellement au nombre de streams)	Les producteurs peuvent être rémunérés de 2 manières : -En redevances : un pourcentage des revenus issus de la distribution digitale sur les plateformes -Revenus des ventes des supports physiques (CDs, Vinyles...)	Les interprètes peuvent être payés de 2 manières : -En redevances : un pourcentage des revenus issus de la distribution digitale et/ou physique de leurs œuvres -Un cachet négocié pour les représentations sur scène	Les plateformes monétisent la distribution digitale des œuvres à travers : -Les annonceurs/publicité -Le système d'abonnement -Le prélèvement de commission sur l'achat d'œuvres par le consommateur Les créateurs sont rémunérés lors la distribution digitale par les droits collectés par leurs OGC auprès des plateformes concernées	Les magasins de CDs/DVDs/Vinyles génèrent des revenus par la vente des supports physiques Les producteurs perçoivent les revenus issus des ventes des supports physiques	-Les diffuseurs de performances sur scène (festivals/concerts..) sont généralement payés par la billetterie après déduction des charges liées à la représentation Les créateurs sont rémunérés lors des performances sur scène par : -Les droits collectés par les OGC à travers les licences conclues avec les diffuseurs -Un cachet négocié	

Analyse SWOT de la filière Musique

Forces



Forces		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création et écosystème	1	Emergence de nouveaux talents artistiques dans la scène musicale en Tunisie et développement de la production (plusieurs artistes enregistrant des millions de « vues » par vidéo sur Youtube relevant notamment du Rap et du Pop)
	1	Un patrimoine musical riche et diversifié selon les régions et les époques : la Tunisie regorge de traditions musicales qui ne demandent qu'à être identifiées et travaillées (Stambeli, Tbal, Aissaouia, Kadiria, Lemjarred...)
	2	Une institution dédiée à la conservation du patrimoine musical qui est la Phonothèque Nationale du Centre des Musiques Arabes et Méditerranéennes (CMAM)
	4	Les interprètes musicaux tunisiens sont de très bon niveau (Plusieurs ont réussi à décrocher des prix lors de concours internationaux dont plusieurs jeunes tel que Bacem Anas, Yecine Lejmi...)
	5	Plusieurs structures de l'État (CMAM, CCIH, Théâtre de l'Opera...) qui programment des résidences artistiques avec des concerts de sortie de résidence et production ultérieure du spectacle (concert)
Infrastructure et moyens	3	Bonne qualité de matériels dans les studios existants Vulgarisation de la création musicale à travers l'accès à des home studios à faible coût. ➔ Création accessible avec peu de moyens

Analyse SWOT de la filière Musique

Faiblesses



Faiblesses		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création et écosystème	1	Concentration de la création artistique au niveau du Grand Tunis contre une offre limitée notamment dans les régions intérieures [source: entretiens avec des acteurs de l'écosystème]
	1	Inexistence d'un marché de la musique en Tunisie (en dehors de l'évènementiel)
	5	L'Etat intervient dans le volet de la distribution physique: événementiel et festivals (détient les salles, organise les festivals à travers ses organes et EPNAs..). Ceci peut être considéré comme une concurrence pour les acteurs privés qui diffusent leurs spectacles par leurs propres moyens
Business Modèle	1 et 2 et 5	L'Etat intervient dans l'opération de création de valeur à 2 reprises dans la chaîne : (1) lors de la création (Aides à la production & subventions relevant du Fonds d'encouragement à la création littéraire et artistique) et (2) lors de la distribution (achat de spectacles/concerts) : Il en résulte que des artistes produisent pour l'Etat (festivals, événements..) et par les moyens de l'Etat (subventions et aides). Ils risquent donc de : -Développer une dépendance vis-à-vis de l'Etat et ses fonds -Négliger l'appréciation du public et le succès de son œuvre -Négliger l'importance de l'aspect marketing et commercialisation de l'œuvre
	Transverse	Au vu de la demande croissante sur les subventions du MAC et étant donné que l'Etat mise sur l'employabilité dans l'attribution de ces aides, ce mécanisme revêt désormais un caractère social pouvant pénaliser le volet artistique
	Transverse	Les organisateurs de spectacles ont tendance à recourir à des musiciens non patentés pour éviter le paiement de la TVA (19%), favorisant ainsi le caractère informel du secteur [source: entretiens avec des acteurs de l'écosystème]
Cadre institutionnel	1	Non application des conventions internationales pour la protection des œuvres et des droits d'auteur (convention de Berne) et manque de sensibilisation des artistes à la question des droits d'auteur : en 2018 seulement 9% des détenteurs de cartes professionnelles sont affiliés à l'OTDAV, soit 1 654 inscrits sur un total de 17 885 [dance incluse, source: data fournie par le MAC].
	4	Absence d'un organisme de gestion collective dédié aux artistes-interprètes et permettant de percevoir et distribuer leurs droits (à l'image de la SPEDIDAM en France)
Formation & capital humain	1	Beaucoup d'artistes souffrent d'un manque de compétences managériales et organisationnelles, avec des lacunes en termes de promotion et marketing des œuvres
	Transverse	Manque de métiers clés comme les managers, producteurs ou tourneurs pénalisant le développement de la filière
Infrastructure et moyens	3	Nombre restreint de studios d'enregistrement professionnels et d'espaces de répétition
	3	Manque de sociétés de production pouvant prendre en charge les créations artistiques et les monétiser, expliquant le phénomène de l'autoproduction
	5	Faible infrastructure : Manque de salles de concerts et espaces culturels notamment dans les régions
	5	Très peu de plateformes digitales locales

Analyse SWOT de la filière Musique

Opportunités



Opportunités		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création et écosystème	1	Emergence de plusieurs genres musicaux après la révolution (Rap, Musique underground, Musiques engagées...)
Business Modèle	1 et 2	Développement d'initiatives privées pour le financement des créations musicales (bailleurs de fonds, sponsors, mécènes..)
	1 et 2 et 5	Secteur appuyé par l'Etat à travers plusieurs types de subventions: •L'aide à la création relevant du fonds d'encouragement à la création littéraire et artistique •Aides à la production attribuées par la direction de la musique et dance au sein du MAC •Achats de spectacles/concerts attribuée par la direction de la musique et dance au sein du MAC ...
Formation et capital humain	1	Emergence de plusieurs clubs/conservatoires permettant de former les jeunes créateurs sur divers genres et instruments musicaux
Infrastructure et moyens	3	Avancées technologiques permettant d'améliorer la qualité de la production audio et de réduire les coûts nécessaires à la création (et donc d'augmenter l'accessibilité à la création musicale)
	5	Une nouvelle plateforme numérique locale (Muzika.tn) est en train d'être développée par le CMAM avec le soutien du programme Tfanen
	5	Tendance pour la distribution digitale qui pourrait être une source de revenu supplémentaire pour l'artiste (monétisation sur Youtube, Spotify etc..) et augmenter sa notoriété
	6	Les avancées digitales augmentant la consommation grâce à : •La facilité d'accès aux œuvres musicales à travers les plateformes digitales •L'abondance de l'offre sur ces plateformes

Analyse SWOT de la filière Musique

Menaces



Menaces		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Cadre institutionnel	Transverse	Plusieurs textes juridiques non adaptés. A titre d'exemple la Loi n° 94-36 du 24 février 1994, relative à la propriété littéraire et artistique qui contraint le remix ou la création autour d'une œuvre patrimoniale
	Transverse	Contraintes réglementaires freinant le développement du CMAM et de ses projets artistiques à travers le PPP
	1	Le caractère purement sectoriel des commissions d'attribution des subventions au sein du fonds d'encouragement à la création littéraire et artistique constitue une menace pour les œuvres multidisciplinaire (difficulté d'obtention d'une subvention pour une œuvre alliant musique et autre forme artistique par exemple, car elle ne relève pas forcément des attributions de l'une des commissions existantes) → Absence de commission multidisciplinaire dédiée aux projets « trans-artistiques »
	1 et 2 et 5	En l'absence de mécanismes de suivi, il existe un risque de détournement de fonds des subventions par quelques artistes (par exemple: déboursier un montant inférieur à celui déclaré dans le dossier de subvention). → Besoin de mobiliser des experts (financiers) qui peuvent évaluer le coût du projet
Formation et capital humain	1	Quelques métiers en voie de disparition tel que le métier de luthier
Business Modèle	Transverse	Une résistance au changement de la part des acteurs du secteur notamment quand il s'agit de réformer le système de subvention
Création et écosystème	6	Les tendances de consommation évoluent rapidement (mode de vie, influence des autres pays, algorithme des plateformes,...) mettant en péril plusieurs genres musicaux. A titre d'exemple, le changement du rythme de la vie implique la consommation rapide des produits rapides (La durée des chansons est de plus en plus courte). C'est une forme d'adaptation de la création qui met en péril les longues chansons.



Lieu : Kairouan
Source photo : Haythem Gataa

Sommaire

Rappel de la démarche et du planning

Méthodologie adoptée pour l'analyse des chaînes de valeur

Analyse des chaînes de valeur des filières ICC

1. Edition

2. Cinéma & vidéo

3. Arts visuels

4. Arts de la scène

5. Musique

6. Architecture

7. Patrimoine

8. Médias audiovisuels

9. Jeux vidéos et interactivité

10. Design et services créatifs

11. Festivals et événements culturels & créatifs

Bibliographie / Webographie

Présentation générale

- La filière "Architecture" comprend les activités relatives à l'architecture de bâtiments, urbaine, rurale et assimilés
- Elle englobe les **créations** des architectes dans toute leur diversité

Chaîne de valeur

- La chaîne de valeur de la filière **Architecture** est composée de **4 étapes majeures**: (1) Etude de projet, (2) conception, (3) réalisation et suivi du chantier et (4) exploitation
- Le premier maillon de la chaîne de valeur consiste en l'**étude de projet**, ceci peut passer par une réunion avec le client pour comprendre ses besoins ou encore la préparation du dossier et la participation à un concours ou un appel d'offre. Le démarrage du projet peut également commencer avec la simple réception d'un cahier des charges (désignation directe). Il s'ensuit une étape de **conception** durant laquelle le **plan architectural** ainsi que les autres **documents et études techniques et administratifs** sont élaborés. Suite à l'étape de conception, et après obtention des autorisations nécessaires (permis de bâtir et autres si nécessaires) la période du **chantier** commence. L'architecte a la responsabilité de **suivre le chantier** jusqu'à sa bonne exécution, et **coordonner** avec les différents prestataires pour s'assurer de la conformité des travaux réalisés. Une fois les travaux de chantier terminés, le bien devient **exploitable** pour l'habitation, la location ou la vente.

Caractéristiques et forces

- En Tunisie, La filière Architecture peut être considérée comme l'une des filières les plus **réglementées et structurées** des industries culturelles et créatives. En effet, la filière est régie par la loi n°74-46 du 22 mai 1974 organisant la profession d'architecte, et dispose d'un **organe officiel** qui est l'Ordre des Architectes de Tunisie (OAT) auprès duquel tous les architectes en exercice sont inscrits.
- La filière compte aujourd'hui ~ **4 000 architectes en exercice**, dont 3 400 dans le secteur privé et qui se répartissent équitablement entre salariés et architectes en activité libérale (~1 700 pour chacun des segments). Le reste des architectes est réparti entre fonctionnaires du secteur public (~500) et enseignants (~100). Les femmes enregistrent une **forte présence** dans la filière et représentent ~45% des architectes tunisiens. Cette part devrait augmenter et dépasser le seuil des 50% en 2022. En termes de nouveaux diplômés, le nombre s'élève en moyenne à 200-250 diplômés par an. *[source: entretien OAT]*
- La filière dispose d'un grand **potentiel pour l'export** notamment vers l'Afrique. Cette opportunité est renforcée d'une part par la **réputation des architectes tunisiens** et la **qualité de la formation** assurée par l'ENAU, et d'autre part par la forte présence des **étudiants africains** dans les écoles d'architecture en Tunisie qui sont de vrais ambassadeurs de la Tunisie quand ils reviennent à leurs pays.

Dysfonctionnements et menaces

- L'**emploi/entrepreneuriat précaire** représente l'un des plus grands problèmes de la filière Architecture. Ce phénomène touche notamment les **jeunes architectes** qui ne sont pas encore bien établis. Le problème est davantage accentué par le fait que ~85% des architectes patentés exercent sous la forme d'une entreprise individuelle/personne physique, ne créant pas donc de nouveaux emplois. *[source: entretien OAT]*
- La filière présente également un **niveau d'informalité élevé** supérieur à la moyenne nationale, estimé par l'OAT à environ 50% du chiffre d'affaire total du secteur (la moyenne du taux de l'informel en Tunisie tout secteur confondu est de 45% en 2019 selon l'INS).
- Par ailleurs, une part importante des constructions en Tunisie se fait **sans l'intervention d'architectes**. Ceci ne présente pas seulement un frein conséquent pour la filière mais aussi une pénalisation de l'aspect esthétique d'une construction ainsi qu'une négligence de l'harmonie entre les différents composants d'un même paysage urbain, en plus de l'éventuel manquement au respect des cahiers des charges et la conformité aux normes



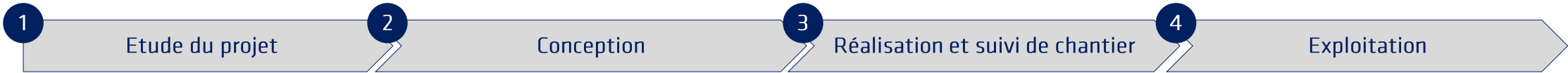
Principaux éléments de la chaine de valeur de la filière Architecture

Phases	Etude du projet	Conception	Réalisation et suivi de chantier	Exploitation
Objectif principal	Recueillir et étudier le besoin du client/donneur d'ordre	Concevoir le plan architectural et l'ensemble des dossiers techniques et administratifs	Réaliser et suivre le chantier	Exploiter le bien
Acteurs	- Client (particulier, société de promotion immobilière, administrations et institutions de l'Etat...) - Architecte	- Architecte - Paysagiste - Muséographe - Programmist - Décorateurs 	- Architecte - Ingénieur de structure - Ingénieurs VRD - Ingénieurs fluide - Ingénieurs - électricité - Promoteur - Pilotes de chantiers - Entreprise de BTP - Prestataires spécialisés ...	Client (particulier, société de promotion immobilière, administrations et institutions de l'Etat...)
Actions	- Préparer le dossier de l'appel d'offre (non requis pour les projets réalisés par des particuliers) - Recueillir les besoins et les attentes du client - Préparer les esquisses - Préparer l'avant-projet sommaire (APS) - Préparer l'avant-projet détaillé (APD) - Elaborer le dossier d'exécution	- Elaborer l'étude de faisabilité - Elaborer l'étude de programmation - Concevoir le plan architectural - Préparer les dossiers des demandes d'autorisation (permis de bâtir, titre foncier...) - Coordonner les lots techniques - Réaliser les dossiers techniques - Elaborer les dossiers de consultation des entreprises	- Choisir le prestataire/ entreprises spécialisées - Lancer les travaux de construction - Suivre le chantier - Elaborer le plan de récolement	- Exploiter le bien - Assurer la gestion immobilière
Principaux éléments du business modèle	- Si le projet est privé : L'architecte perçoit des honoraires de la part du client - Si le projet est public : La rémunération de l'architecte est calculée sur la base d'un pourcentage prédéfini par l'OAT.		Percevoir une rémunération négociée sur la base du travail effectué	

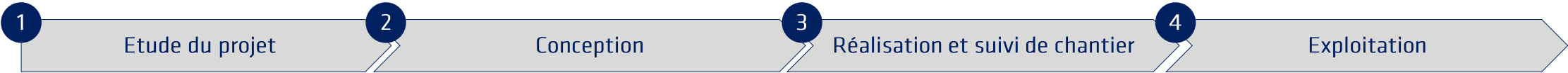


Analyse SWOT de la filière Architecture

Forces



Forces		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Cadre institutionnel	1 et 2	Secteur fortement réglementé régi par la loi n°74-46 du 22 mai 1974 organisant la profession d'architecte
		Secteur disposant d'un organe officiel qui est l'Ordre des Architectes de Tunisie (OAT) auprès duquel tous les architectes en exercice doivent être inscrits
		Les architectes disposent du droit à la propriété intellectuelle pour leurs œuvres architecturales. Cette propriété est déposée auprès de l'OAT
Environ 50% des architectes opérant dans le secteur privé sont des entrepreneurs/patentés travaillant pour leur propre compte (~1700 d'un total de 3400 architectes opérant dans le secteur privé) <i>[source: entretien OAT]</i>		
Une part importante de femmes exerçant la profession s'élevant à 45% du nombre total d'architectes en exercice. Cette part devrait augmenter et dépasser le seuil des 50% en 2022 <i>[source: entretien OAT]</i>		
Un background architectural et patrimonial riche offrant un potentiel pour la création architecturale		
Formation et capital humain		Formation de qualité assurée par l'Ecole Nationale d'Architecture et d'Urbanisme et reconnue à l'échelle internationale (notamment en Afrique)
		Bonne maîtrise des logiciels par les jeunes architectes
		Grand potentiel au niveau des jeunes architectes qui arrivent souvent à récolter les prix lors des concours



Faiblesses		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création & écosystème	1 et 2	Problème d'emploi/entrepreneuriat précaire touchant notamment les jeunes
		Une part importante des architectes entrepreneurs (près de 85%) n'est pas créatrice d'emploi <i>[source: entretien OAT]</i>
		Phénomène de fuite des architectes à l'étranger
Business Modèle		Une moyenne de chiffre d'affaire déclaré d'environ 15 000 TND/an par architecte <i>[source: entretien OAT]</i>
		Seulement ~5% des architectes arrivent à atteindre le seuil de 200 000 TND de chiffre d'affaire par an <i>[source: entretien OAT]</i>
		Part importante d'informel/revenus non déclarés dans le secteur (estimé à environ 50% du chiffre d'affaire total du secteur).
		Le caractère informel touche notamment les architectes jeunes

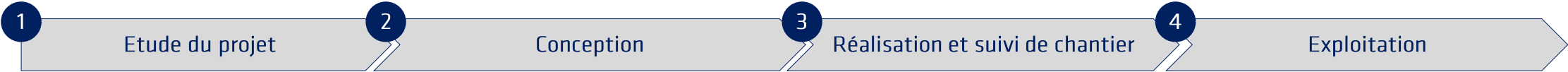


Analyse SWOT de la filière Architecture

Opportunités



Opportunités		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Business Modèle	1 et 2	Nouveaux marchés africains vierges, en pleine croissance et sans contrainte de visa, présentant une opportunité pour l'export
		L'opportunité pour l'export des services est renforcée par la réputation des architectes tunisiens mais aussi par la forte présence des étudiants africains dans les écoles d'architecture en Tunisie (environ 20% des étudiants des écoles privées) et qui sont considérés comme de vrais ambassadeurs de la Tunisie quand ils reviennent à leurs pays.
		Opportunités de projets de sous-traitance (en Tunisie et ailleurs) saisies par beaucoup de jeunes architectes travaillant en freelance
		Une grande partie du marché est dans l'informel. Rapatrier cette partie dans le circuit formel présenterait un gain fiscal pour l'Etat.
Création et écosystème	1 et 2	Les concours d'architecture organisés essaient parfois d'impliquer les jeunes architectes et leur offrir l'opportunité d'exercer (des concours qui exigent que l'un des architectes du groupement aie au plus 3 ans d'expérience par exemple)
Infrastructure & moyens		Nouvelles opportunités offertes par la digitalisation notamment la BIM (modélisation des données du bâtiment) : • Économies de coûts et de ressources • Efficacité accrue et cycles de vie des projets plus courts



Menaces		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Cadre institutionnel	1 et 2	Des professionnels issus d'autres disciplines usurpent le statut réglementé d'architecte, souvent sous la dénomination « architecte d'intérieur »
		Des architectes « poseurs de cachet » auxquels des individus ont recours pour valider des plans non conçus par des professionnels du métier afin d'obtenir le permis de bâtir
		Une part importante des constructions se fait sans l'intervention d'architectes. Cette part est estimée à près de 75% des constructions annuelles (uniquement ~25 000 permis de bâtir soumis à la validation d'architectes par an, contre ~100 000 compteurs STEG installés) Ceci ne présente pas seulement un frein conséquent pour la filière mais aussi une pénalisation de l'aspect esthétique d'une construction ainsi qu'une négligence de l'harmonie entre les différents composants d'un même paysage urbain, en plus de l'éventuel manquement au respect des cahiers des charges et la conformité aux normes <i>[source: entretien OAT]</i>
		Processus lourd d'attribution de permis de bâtir pouvant même durer un an et demi, avec une tenue obligatoire de commissions même pour les petits projets de logement individuel.
		Tous les projets dont le coût dépasse les 800 000 TND doivent passer par un concours pour la sélection de l'architecte. Or cette modalité est coûteuse pour les architectes qui y participent, d'autant plus que le budget de 800 000 TND n'est plus considéré comme un montant conséquent pour un projet immobilier. <i>[source: entretien OAT]</i>





Lieu : El Djem
Source photo : Albert Gubaydullin

Sommaire

Rappel de la démarche et du planning

Méthodologie adoptée pour l'analyse des chaînes de valeur

Analyse des chaînes de valeur des filières ICC

1. Edition

2. Cinéma & vidéo

3. Arts visuels

4. Arts de la scène

5. Musique

6. Architecture

7. Patrimoine

8. Médias audiovisuels

9. Jeux vidéos et interactivité

10. Design et services créatifs

11. Festivals et évènements culturels & créatifs

Bibliographie / Webographie



Présentation générale	- La filière du patrimoine concerne le patrimoine naturel, le patrimoine matériel et immatériel. - Les principaux acteurs de la filière sont les institutions de l'Etat (Institut National du Patrimoine et Agence de Mise en Valeur du Patrimoine et de Promotion Culturelle), les chercheurs, les artisans et professionnels de bâtiments et restauration, les guides touristiques, les acteurs de la société civile, ...
Chaîne de valeur Focus sur le patrimoine matériel	- La chaîne de valeur du patrimoine est composée de 6 maillons: (1) reconnaissance du patrimoine, (2) protection et conservation, (3) restauration (4) valorisation, (5) mise en tourisme, et (6) médiation et sensibilisation. - La reconnaissance du patrimoine est la première étape de la chaîne de valeur. Elle consiste en la découverte d'un bien matériel, immatériel ou naturel. L'étape de la protection et la conservation permet d'appliquer des mesures de protection sur le patrimoine sur la base de textes réglementaires. L'étape suivante qui est la restauration permet de remettre en état et entretenir les objets, collections et édifices. La phase éventuelle de valorisation permet de valoriser les sites, monuments, patrimoine immatériel et naturel. Les lieux historiques sont ensuite mis à la disposition du grand public dans la phase de mise en tourisme. Cette phase peut également s'ancrer dans le cadre d'une stratégie nationale de développement du tourisme à travers la capitalisation sur le patrimoine. Enfin la médiation et la sensibilisation consiste à sensibiliser le grand public au patrimoine et à lui fournir les outils nécessaires pour la bonne compréhension du patrimoine (ateliers, documents de visites, applications numériques,...).
Caractéristiques et forces	- La Tunisie possède un patrimoine archéologique, architectural et ethnographique, palimpseste de son histoire témoignant des différentes influences et des multiples strates historiques. On note aujourd'hui 1258 sites et monuments classés dans les 24 gouvernorats du pays [Source : Open Data, MAC], en plus de 63 musées disposant de collections significatives [Source : Open Data, MAC]. Certains de ces sites sont inscrits au patrimoine de l'UNESCO au vu de leur importance (8 sites [Source : Etude sur l'économie culturelle et créative tunisienne, TFANEN/CFW 2019]). La Tunisie peut tirer parti de la richesse de ce patrimoine pour valoriser la Tunisie en tant que destination. En 2018, environ 1 million de visites ont été réalisées pour 43 musées, dont 718 000 visites par des étrangers de différentes nationalités [Source: Diagnostic préliminaire des ICC, MAC-2019]. Le patrimoine représente ainsi l'un des piliers du tourisme culturel et au vu de son importance, plusieurs programmes internationaux ont été lancés pour développer cette alliance entre les deux secteurs comme le projet « Tounes Wejhetouna », financé par la délégation européenne ou encore le projet « Visit Tunisia » de l'USAID. - Afin de préserver ce patrimoine , l'État met à la disposition du secteur, en plus de la direction chargée du patrimoine au sein du ministère des affaires culturelles, deux établissements qui sont l'Institut National du Patrimoine (INP) et l'Agence de Mise en Valeur du Patrimoine et de Promotion Culturelle (l'AMVPPC). L'INP est chargé d'établir l'inventaire du patrimoine, de son étude , de sa sauvegarde et de sa mise en valeur quant à l'AMVPPC, elle permet la mise en valeur du patrimoine archéologique et historique et à sa gestion, et de promouvoir la créativité intellectuelle, littéraire et artistique.
Dysfonctionnements et menaces	- Les dysfonctionnements majeurs constatés au niveau de la filière du patrimoine sont principalement liés au cadre institutionnel ainsi que l'infrastructure et les moyens. Si le code du patrimoine existe depuis 1994, aucun décret d'application n'a été publié. Ainsi, il n'existe aujourd'hui aucune réglementation opposable sur ce sujet. - En plus de l'absence d'une assise juridique, l'INP et l'AMVPPC disposent de ressources et moyens limités ne permettant pas de préserver et de sauvegarder convenablement l'ensemble des monuments et des sites. L'AMVPPC exploite aujourd'hui une trentaine de sites seulement parmi des centaines. Le reste n'est pas exploité commercialement et beaucoup sont même délaissés. De plus, certains sites inscrits à l'UNESCO risquent de se voir retirer le label comme le site de Carthage compte tenu de la difficulté à produire et appliquer un plan de gestion du site (comprenant les mesures de protection, de conservation et de mise en valeur). - Outre le problème de protection et de préservation, certains sites et musées disposent d'outils de médiation très réduits. Le visiteur, s'il est chanceux, peut trouver à l'entrée du site historique un guide indépendant qui lui propose une visite guidée. Les outils physiques de la médiation restent très peu développés. Exemple : les salles introductives à la visite, les audioguides, une application pour la visite,....

Chaine de valeur de la filière Patrimoine



Principaux éléments de la chaine de valeur du Patrimoine						
Phase	Reconnaissance du patrimoine	Protection et Conservation	Restauration	Valorisation	Mise en tourisme	Médiation et sensibilisation
Principal objectif de la phase	Identifier les éléments du patrimoine	Aménager et protéger les sites et musées	Remettre en état et entretenir les éléments du patrimoine	Valoriser le patrimoine	Présenter le patrimoine au public (local et étranger)	Sensibiliser le grand public au patrimoine et lui fournir les outils nécessaires pour la bonne compréhension du patrimoine
Principaux acteurs	- Institut National du Patrimoine (INP) - Universités - Laboratoires de recherche tunisiens et étrangers - Musées et sites historiques	- Institut National du Patrimoine - Organismes internationaux - Municipalités - Propriétaires privés	- INP - Musées et sites historiques - Artisans et professionnels de bâtiments et de la restauration	- Etat - Communes - Propriétaires privés - Société civile - Investisseurs	- Ministères de la culture et du tourisme - AMVPPC - Société civile - Communes	- AMVPPC - INP - Guides touristiques - Associations de sauvegarde du patrimoine - Sites et musées - Communes
Principales actions	- Recherches historiques et patrimoniales - Fouilles archéologiques - Découverte d'un bien matériel, immatériel, naturel, ... - Récolement - Inventaire	- Application des mesures de protection des sites - Aménagement des sites	- Préparation d'études - Restauration des objets ou des édifices en état de dégradation - Révéler des états antérieurs - Réhabilitation - Rénovation	- Gestion des sites pour le tourisme culturel ou pour la réutilisations fondée sur la valeur d'usage du patrimoine (services publics, activités privées, startups, festivals,...) - Gestion des sites, monuments, patrimoine immatériel, naturel, ...	- Créer des musées - Proposer des produits touristiques - Ouvrir au public des sites patrimoniaux - Développer une stratégie d'animation : exposition temporaire, conférence débat, évènement artistique, festivals, ...	- Mise en place d'une stratégie de communication et de médiation : préparation des visites, ateliers, documents de visites, applications numériques, espace d'introduction à la visite, audioguides, ... - Sensibilisation des décideurs, habitants, jeunes, investisseurs,... à l'importance de préserver le patrimoine à travers des actions ciblées (ateliers,...)
Principaux éléments du Business Modèle	Coûts essentiellement supportés par l'Etat (INP) ou par les donateurs (particuliers, société civile, bailleurs de fonds,...)			La réutilisation des sites par des tiers permet à l'Etat d'externaliser les coûts de gestion du site. Cette prise en charge peut à terme devenir une source de revenus pour l'Etat tunisien	Les recettes de billetterie et de vente de produits dérivés génèrent des revenus à l'Etat.	L'investissement dans des outils de médiations est généralement financé par l'Etat ou les bailleurs de fonds. Les frais de fonctionnement de ces outils doivent être rentabilisés par les recettes de billetterie

Analyse SWOT de la filière Patrimoine

Forces



Forces		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Infrastructure et moyens	1	La Tunisie possède un patrimoine archéologique, architectural et ethnographique de premier plan, palimpseste de son histoire témoignant des différentes influences et des multiples strates historiques
	1	Les 63 musées de la Tunisie [Source : Open Data, MAC] disposent de collections significatives abritant notamment des collections archéologiques d'intérêt international (Le Bardo notamment et d'autres musées) En plus des collections archéologiques, la Tunisie dispose de collections ethnographiques et d'enregistrements divers considérés comme patrimoine immatériel (musique, films...)
	1 et 5	L'Etat gère les grands sites de Tunisie, particulièrement ceux qui sont inscrits au patrimoine de l'UNESCO et qui sont 8 sites [Source : Etude sur l'économie culturelle et créative tunisienne, TFANEN/CFW 2019] . Ces sites archéologiques majeurs sont ouverts à la visite comme le site de Bulla Rejia, Dougga, l'amphithéâtre romain d'El Jem, site de Kerkouane, ...
	2	Un patrimoine immatériel riche: 54 savoirs-faire sont classés en Tunisie dont plusieurs sont inscrits à l'UNESCO comme la pêche à la Charfia, le couscous, la poterie des femme de Sejnene, ... [Source : Site web INP – 2021]
Cadre institutionnel	Transverse	L'État conduit depuis son indépendance une politique publique en faveur du patrimoine, lui consacrant, en plus de la direction chargée du patrimoine au sein du MAC, deux établissements majeurs: l'INP est chargé d'établir l'inventaire du patrimoine, de son étude , de sa sauvegarde et de sa mise en valeur quant à l'AMVPPC, elle permet la mise en valeur du patrimoine archéologique et historique et à sa gestion, et de promouvoir la créativité intellectuelle, littéraire et artistique.

Analyse SWOT de la filière Patrimoine

Faiblesses



Faiblesses		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création et écosystème	1	Les associations de valorisation du patrimoine indépendantes sont en nombre limité et peu soutenues par les services de l'État : Ils constatent des lacunes dans la communication avec les institutions de l'Etat tel que l'INP (ex : les associations de sauvegarde des médinas, Association de préservation de sites, ...). En France, ces associations contribuent de manière importante à la connaissance du patrimoine. Elles publient des revues et élaborent leurs plans de recherche à l'aide des chercheurs et des acteurs de la société civile passionnés par les sujets
	1	Les actions de sensibilisation sont très peu menées en Tunisie. Exemple d'actions « winou el patrimoine ? » qui est une action lancée sur les réseaux sociaux par 6 architectes sensibles au patrimoine architectural et à son importance urbaine, culturelle et économique
	2	L'action de l'État s'exerce en silos avec parfois un manque de transversalité, de coordination et de cohérence entre l'INP, l'AMVPPC et le Ministère du Tourisme: ex : la Mosquée des sept dormants de Chénini sauvée d'une restauration malencontreuse lancée par le Ministère du Tourisme
Cadre institutionnel	2	Les décrets d'application du code du patrimoine élaboré en 1994 n'ont jamais été publiés
	4	Difficulté dans la concrétisation des projets de PPP : exemple la citadelle de la Karraka à la Goulette qui est en discussion depuis des années. Le projet n'a pas encore abouti à cause d'un manque de volonté et de blocages imposés par plusieurs intervenants publics. De plus le décret publié en 2020 concernant les contrats de concession n'a pas permis de libérer le secteur et d'encourager les projets PPP : plusieurs procédures administratives entravant l'investissement persistent.
Formation et capital humain	3	Une déperdition forte des savoir-faire traditionnels pour restaurer dans les "normes de l'art" le patrimoine : la transmission qui se faisait par le passé de père en fils à disparu et l'utilisation de nouveaux matériaux modernes a eu pour effet de créer une perte de savoir -faire sur les techniques traditionnelles.
	3	Pas de spécialisation "patrimoine" au niveau de la formation des architectes et les urbanistes ou des ingénieurs qui interviennent dans les bureaux de contrôle de la construction
	6	la fonction de médiation est une fonction qui est méconnue de la réalité patrimoniale tunisienne : le métier de médiateur du patrimoine n'existe pas et aucune formation ne forme des médiateurs
Infrastructure et moyens	2	Absence d'un plan de gestion des sites menaçant ainsi le maintien du label pour certains site majeurs comme Carthage
	1	Les données et les contenus sur la connaissance du patrimoine ne sont pas mis à disposition par l'INP : • Les collections et les inventaires sont peu numérisés • La carte nationale des sites archéologiques et des monuments historiques a été initiée en 1991 par l'INP pour mieux gérer le patrimoine et garantir sa protection et sa sauvegarde. Néanmoins, la version publiée en ligne dispose de peu de contenus communiqués.
	6	Les conditions d'accueil dans les sites et musées sont le plus souvent sommaires (pas d'équipements de confort de base, de conditions tarifaires claires, de la chaleur de l'accueil,...)
	2	Certains sites naturels ou historiques bénéficient d'un entretien limité
	6	Les dispositifs de médiation sont quasi absents : • La signalétique est quasi inexistante au niveau des sites • Pas ou peu de salles introductives à la visite permettant de resituer le contexte historique, géographique, ... • Pas d'audioguides ou d'application pour la visite • Pas de supports papier dédiés aux visites autonomes • Pas ou peu de visites guidées organisées sur les sites

Analyse SWOT de la filière Patrimoine

Opportunités



Opportunités		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création et écosystème	2 et 4	Les acteurs de la société civile s'impliquent dans la valorisation du patrimoine et peuvent faire levier localement pour préserver, valoriser, communiquer le patrimoine : la préservation et valorisation du patrimoine est l'affaire de tous
Cadre institutionnel	4	Les initiatives de décentralisation constituent une opportunité importante pour valoriser le patrimoine (par les municipalités par exemple)
Business Modèle	4	Les coopérations internationales ont plusieurs projets d'investissement et d'appui en faveur du patrimoine : exemple le projet d'appui à la valorisation du patrimoine culturel tunisien déployé par la Délégation européenne et géré par Expertise France.
	4	De nouvelles formes de réutilisation du patrimoine par la société civile portant sur des projets forts de valorisation du patrimoine. Ex : « L'art rue » qui une association culturelle située à Dar Bach Hamba, au cœur de la médina de Tunis.
Infrastructure et moyens	5	La Tunisie (hors période de crise sanitaire) est un pays à vocation touristique qui peut tirer parti de son patrimoine pour valoriser la destination et les régions. En 2018, environ 1 millions de visites ont été menées pour 43 musées, dont 718 000 visites par des étrangers de différentes nationalités (soit 72% des visites) [Source: Diagnostic préliminaire des ICC, MAC-2019].
	6	Le numérique peut constituer une opportunité pour le développement des actions de médiation et de promotion du patrimoine : réalité virtuelle, applications numériques, espaces immersifs, ...
	5 et 6	l'AMVPPC lance des opérations d'amélioration des sites et monuments historiques : • Refonte du site web de l'AMVPPC • Création d'espace de vente en ligne de produits dérivés • Création de concept store hors sites et monuments (quartier, aéroports, ...) • Réorganisation de l'organigramme : intégrer des représentants de l'AMVPPC au niveau régional, mettre en place une équipe de communication,...

Analyse SWOT de la filière Patrimoine

Menaces



Menaces		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Cadre institutionnel	Transverse	Absence d'un décret d'application pour le code du patrimoine (1994) qui est devenu obsolète : il n'existe aujourd'hui aucune réglementation opposable sur le secteur du patrimoine
	5	Absence d'un cadre juridique pour gérer les musées. Le projet de loi est en suspension depuis plus de 5 ans
	4	Absence d'un cadre réglementaire pour la gestion des dossiers relatifs au patrimoine par les municipalités
	3 et 4	La difficulté à « consommer » les crédits internationaux fléchés sur la valorisation du patrimoine du fait des lourdeurs administratives avec le risque que les projets ne puissent être réalisés dans les temps impartis. Exemples : - Projet « Tounes Wejhetouna », financé par la délégation européenne mais qui est bloqué pour des questions administratives [Source : Entretien avec un expert]. - Projet de restauration de la grande mosquée de Kairouan et des bassins Aghlabides financé par un fond saoudien en 2017 pour une valeur de 15 millions de dollars mais qui n'a pas été exécuté [Source : Data collectée auprès de l'INP]. - Projet de restauration de la grande mosquée de Tunis et ses abords financé par un fonds saoudien en 2018 d'une valeur de 5 millions de dollars qui n'a pas encore été exécuté [Source : Data collectée auprès de l'INP].
	5	Les structures de l'Etat en charge du secteur du patrimoine telles que l'AMVPPC sont dans une situation financière très difficile depuis 2011. L'agence de mise en valeur a été fortement affectée par la baisse des revenus du secteur du tourisme, mettant en exergue la forte dépendance du secteur du patrimoine aux flux de touristes étrangers (d'où la nécessité d'attirer les tunisiens vers les musées et les sites patrimoniaux).
Business Modèle	4 et 5	En raison des ressources limitées, l'AMVPPC exploite environ 30 monuments et sites seulement parmi des centaines [Source : Entretien avec un acteur de l'écosystème]. Le reste ne sont pas exploités commercialement (beaucoup sont même délaissés). En Tunisie, on note 1258 sites et monuments classés dans les 24 gouvernorats (897 monuments et 361 sites) [Source : Open Data, MAC].
Création et écosystème	5 et 6	Les tunisiens sont réticents à l'idée de visiter les musées pour plusieurs raisons: - Visiter un musée n'est pas dans leurs habitudes (d'où la nécessité d'apprendre les enfants à visiter le musée dès le jeune âge à travers des collaborations entre le MAC et le ministère de l'enseignement) - Plusieurs personnes perçoivent le musée comme un lieu qui n'évolue pas et qui n'offre pas une expérience stimulante (d'où la nécessité d'offrir des expériences immersives à l'aide des nouvelles technologies). Selon le baromètre des pratiques culturelles de 2021 83% des tunisiens ne pratiquent aucune activité culturelle et 1,8% seulement choisissent la visite des musée comme activité culturelle pratiquée [Source: Enquête sur les pratiques culturelles, TFANEN-2021] ...



Sommaire

Rappel de la démarche et du planning

Méthodologie adoptée pour l'analyse des chaînes de valeur

Analyse des chaînes de valeur des filières ICC

1. Edition

2. Cinéma & vidéo

3. Arts visuels

4. Arts de la scène

5. Musique

6. Architecture

7. Patrimoine

8. Médias audiovisuels

9. Jeux vidéos et interactivité

10. Design et services créatifs

11. Festivals et évènements culturels & créatifs

Bibliographie / Webographie

Filière Médias audiovisuels

Résumé exécutif



Présentation générale

- La filière des médias audiovisuels comprend toutes les activités liées à la radio, la télé et toute forme de média audiovisuel aussi bien classique que numérique.
- Les principaux acteurs de cette filière sont les chaînes de télévisions, radios, bouquets satellitaires, office national de la télédiffusion, producteurs, annonceurs et assimilés.

Chaîne de valeur

- La chaîne de valeur des médias audiovisuels est composée de 5 maillons : conception de contenu (1), production (2), édition (3), diffusion & distribution (4) et consommation (5)
- La **conception de contenu** constitue la première phase de la chaîne de valeur durant laquelle une idée de programme ou émission se développe. Cette idée est ensuite exécutée durant la phase de **production** puis **inscrite dans la grille de programmation** durant la phase d'édition. Il s'en suit l'étape de **diffusion et de distribution** dans les plateformes numériques ou dans les bouquets satellitaires. Enfin la consommation consiste en le visionnage ou l'écoute du contenu à travers les appareils de consommation : télé, radio, smartphone, IPTV,...

Caractéristiques et forces

- La filière des médias audiovisuels est une filière **règlementée**, disposant d'un **organe indépendant** pour la régulation du marché qui est la Haute Autorité Indépendante de la Communication Audiovisuelle (HAICA), lancée en 2013.
- Le paysage médiatique des **radios** en Tunisie est composé de **52 chaînes radio**, dont **15 chaînes comptant plus de 100 000 auditeurs** [source: Etude sur les médias tunisiens et la transition numérique, Media Up-2019]. Le top 15 des radios est composé de 8 chaînes régionales et 7 chaînes nationales représentant l'essentiel du marché en Tunisie. Parmi les 7 chaînes nationales, une seule est publique à savoir la Radio Nationale Tunisienne avec ~384 000 auditeurs en 2020. Mosaique FM conserve sa place de **leader** incontesté avec 1 628 000 auditeurs/jour, suivie de Zitouna (587 000 auditeurs) et Jawhara Fm (482 000 auditeurs) [source: Etude sur les médias tunisiens et la transition numérique, Media Up-2019]
- Concernant les **chaînes de télévision**, on compte aujourd'hui environ **~11 chaînes locales** [source: ONT], dont 6 figurent dans le top 10 des chaînes que le tunisien regarde en 2020. Parmi ces 6 chaînes locales, on retrouve les 2 chaînes publiques Watania 1 et Watania 2, classés respectivement 3^{ème} et 6^{ème} en termes de téléspectateurs. Nessma occupe la première place avec une part d'audience de 31% suivie par Elhiwar Ettounsi avec 26% d'audience [source: Etude sur les médias tunisiens et la transition numérique, Media Up-2019]
- En termes de **tendances de consommation**, les **tunisiens montrent de l'intérêt pour le secteur des médias** en Tunisie et les chiffres en témoignent. D'après le rapport de l'Open Sigma, 37% des tunisiens écoutent la radio locale quotidiennement en 2019. En plus des radios, les tunisiens ont une appétence de plus en plus marquée pour les chaînes de télé locales : d'après le même rapport, 81% des téléspectateurs tunisiens regardent les chaînes locales en 2019, contre 67% seulement en 2013, soit une évolution de +14 points de pourcentage.
- D'après le Baromètre des pratiques culturelles réalisé par Tfanen en 2021, 67% des tunisiens regardent la télé. En effet, selon les résultats de l'étude, la **pénétration de la télévision** semble corrélée **négativement** au **niveau d'études** et **positivement** à **l'âge**. Ainsi, un adulte de +35 ans n'ayant pas fait d'études est plus enclin à regarder la télé qu'un jeune diplômé. Ce constat est également valable pour les radios selon la même étude.

Dysfonctionnements et menaces

- La **diversification du paysage médiatique** en Tunisie demeure l'une des principales faiblesses de la filière. En effet, plusieurs thématiques éditoriales sont encore inexploitées et les chaînes de télé ou de radio demeurent pour la plupart des cas **généralistes**.
- Concernant le **financement** des médias, le marché publicitaire en Tunisie est **limité** entravant ainsi le développement de la filière, surtout qu'il représente la principale source de revenus pour les chaînes locales. En 2019, les investissements publicitaires dans le secteur des médias s'élèvent à 235 millions de dinars en Tunisie soit 0,2% du PIB local, contre 0,65% au Maroc à titre de comparaison [Source: Rapport Open Sigma 2021]. Au vu de ce marché limité, les médias devraient **repenser leur modèle économique** et chercher à **diversifier leurs revenus** afin de maintenir (voire atteindre pour certains) l'équilibre financier.
- La **transformation digitale** demeure également sous exploitée par les médias tunisiens. En effet, et malgré les efforts déployés pour être présents sur le numérique, Internet ne représente en 2017 que 7% du chiffre d'affaire publicitaire des médias selon l'étude sur les médias tunisiens et la transition numérique réalisée par Media Up.

Chaîne de valeur de la filière Médias audiovisuels



Principaux éléments de la chaîne de valeur Médias audiovisuels

Phases	Conception de contenu	Production	Edition	Diffusion et distribution	Consommation
Principal objectif de la phase	Formuler l'idée d'un programme	Produire le programme	Mettre le programme sur une grille/choisir le contexte de sa diffusion	Diffuser le programme	Consommer le programme
Principaux acteurs	- Scénariste - Concepteur d'émission - Animateur/journaliste ...	Producteur (studio de production, chaînes télé, chaînes radio ...)	- Chaines de télé - Chaîne radio - Plateformes numériques	- ONT (Office National de la Télédiffusion) - Bouquets satellitaires - Plateformes numériques	- Télespectateur/Auditeur - Consommateur en ligne - Appareils de consommation (constructeur télé, radio, smartphone, boîtiers, IPTV,...)
Principales actions	- Formulation d'idée de programme/émission - Travail d'écriture de l'émission - Recherche journalistique - Direction artistique	- Recherche de l'équipe - Préparation du budget - Préparation du planning de production - Production exécutive	- Choix éditorial - Achat et commande de programme - Programmation sur télé/radio ou en ligne - Négociation avec les annonceurs	- Diffusion du programme/émission - Mise à disposition sur satellites, IPTV, FM, digital... - Promotion de la chaîne (actions de marketing)	Visionnage/écoute du contenu
Principaux éléments du Business Modèle	<u>Pour les médias</u> : la conception et la production sont des investissements supportés par l'établissement de média (en cas de création en interne). Une production peut être aussi acquise auprès d'une boîte de production externe. <u>Pour les boîtes de production</u> : la création et la production représentent un investissement et les revenus sont générés par la revente de l'émission/production.		-La publicité (spots classiques) est la principale source de revenus pour les radios et télés. D'autres sources de revenus existent tel que le parrainage/sponsoring, l'évènementiel, la monétisation de la diffusion en ligne...etc -L'achat de contenu/programme est le principal coût de l'éditeur/chaîne	-Les coûts techniques de diffusion sont supportés par l'éditeur (par exemple frais versés à l'ONT). -Les distributeurs peuvent investir pour ajouter des chaînes à leurs bouquets et donc diversifier leur offre	Revenus générés par les fabricants d'appareils de consommation (valeur captée par ces acteurs sans pour autant être investie dans les autres maillons de chaîne)

Analyse SWOT de la filière Médias audiovisuels

Forces



Forces		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création et écosystème	1	Une liberté d'expression traduite par un meilleur classement mondial de la liberté de la presse publié par la RSF (classement mondial 72 en 2020 contre 138 en 2013)
	3	Multiplication des chaines de télévision : le nombre de chaine est passé de ~4 en 2010 à ~11 en 2021 [source: ONT] Multiplication des chaines radio : Le paysage médiatique des radios en Tunisie est composé de 52 chaînes radio, dont 15 chaînes comptant plus de 100 000 auditeurs. Le top 15 des radios est composé de 8 chaînes régionales et 7 chaînes nationales [source: Etude sur les médias tunisiens et la transition numérique, Media Up-2019]
Cadre institutionnel	Transverse	Le secteur des médias audiovisuels est réglementé, disposant d'un organe indépendant pour la régulation du marché qui est la Haute Autorité Indépendante de la Communication Audiovisuelle (HAICA)
Business Modèle	2 et 3 et 4	Un secteur soutenu par l'Etat en période de crise sanitaire : • 50% de réduction sur la facture de l'ONT pour les radios et télés [source: Entretien avec un acteur de l'écosystème] • Une subvention de 120 000 TND pour les radios et 300 000 TND pour les chaines télé en 2020 [source: Entretien avec un acteur de l'écosystème]

Analyse SWOT de la filière Médias audiovisuels

Faiblesses



Faiblesses		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Formation et capital humain	1 et 2 et 3	Très peu de parcours universitaires qui forment des managers dans les médias audiovisuels
Infrastructure et moyens	2 et 3	Mauvaise structuration organisationnelle pour certaines radios et télé. Ce problème est davantage accentué au niveau des structures de petite taille, notamment les radio. En effet, le manque de moyens (financiers et humains) peut empêcher l'entité de structurer proprement son organigramme
Création et écosystème	3	La négociation avec les annonceurs au niveau de la télé est souvent assurée par les producteurs au lieu des éditeurs (chaines)
	1	Un paysage médiatique peu diversifié et des thématiques éditoriales non encore exploitées (la plupart des radios et des télé restent généralistes, pas de chaîne de sport par exemple, la production des séries est concentrée pendant le mois de ramadan...)
	4 et 5	Manque de confiance dans les données produites par les instituts de sondage (notamment pour les mesures d'audience) et des reproches pour la méthodologie adoptée (taille de l'échantillon, système des quotas...)
Business Modèle	4	Les frais de diffusion proposés par l'ONT sont élevés pour les radios impactant ainsi leur rentabilité : les frais peuvent dépasser 10% de leur chiffre d'affaire [Source: Entretien avec un acteur de l'écosystème]
	4	Les médias tunisiens sont privés des sources de revenus qui, mondialement, représentent 60% des revenus des médias à l'étranger, à savoir les abonnements à des offres de télévision payante, la vidéo à domicile, et la vidéo à la demande (VOD et SVOD). En effet, les revenus publicitaires représentent l'essentiel du chiffre d'affaires des médias en Tunisie [source: Etude sur les médias tunisiens et la transition numérique, Media Up-2019].
	3	Marché publicitaire limité : • Marché publicitaire restreint impactant la rentabilité des médias, surtout que la publicité représente la principale source de revenus pour certains : En 2019, les investissements publicitaires dans le secteur des médias s'élèvent à 235 millions de dinars en Tunisie soit 0,2% du PIB contre 0,65% au Maroc [Source: Rapport Open Sigma 2021]. • Nombre limité d'annonceurs qui maîtrisent les paramètres économiques de la performance publicitaire (ciblage, GRP, CSP, Multicanal, ...)[Source: Entretien avec un acteur de l'écosystème].
	3	Plusieurs sources de revenus non encore exploitées par une grande partie des chaînes radio : branded content, parrainage/sponsoring, événementiel, diffusion en ligne et moyens digitaux (bannières, affichage logo...). A titre d'exemple, les revenus Internet ne représentent que 7% du chiffre d'affaire publicitaire pour nos médias en 2017 (alors que ce taux dépasse les 40% dans des pays de référence comme les Etats-Unis) [source: Etude sur les médias tunisiens et la transition numérique, Media Up-2019].
	4	La HAICA a fait l'objet de critiques et accusations par rapport à sa situation légale et sa légitimité de la part de certains acteurs de la filière (journalistes et acteurs médiatiques) [source: Espace Manager 11/2017, La presse 07/2019]
Cadre institutionnel	4	Moyens limités de la HAICA pour l'application des décisions et des sanctions entre autres pour le contrôle des contenus publicitaires. En 2018, la HAICA a disposé d'un budget de fonctionnement de 3,2 millions de TND, dont 91% a été consacré aux charges de personnel [source: états financiers HAICA]

Analyse SWOT de la filière Médias audiovisuels

Opportunités



Opportunités		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création et écosystème	4	Un grand potentiel pour la diffusion digitale encore inexploité par les chaînes télé et radio et la nécessité de structurer proprement l'offre digitale (profiter des taux de pénétration élevés dans les réseaux sociaux : 8,1 millions de tunisiens sur Facebook, 2,2 millions sur Instagram et 1,9 millions sur LinkedIn) <i>[Source: Rapport Open Sigma 2021]</i> .
	5	Les tunisiens montrent de l'intérêt pour les chaînes radios et la télé locale : • 37,3% des tunisiens en moyenne écoutent la radio tous les jours avec en 1ere position Mosaique FM (1,62 millions d'auditeurs par jour), en 2eme position Zitouna (587 000 auditeurs par jour) et en 3eme position Jawhara FM (482 000 auditeurs par jour) <i>[source: Rapport Open Sigma]</i> • 81% des téléspectateurs tunisiens regardent les chaînes locales en 2019 contre 67% seulement en 2013, soit une évolution de +14 points de pourcentage <i>[source: Rapport Open Sigma 2019]</i>
	Transverse	Un intérêt de la part des organismes internationaux pour développer le secteur des médias en Tunisie (à travers l'accompagnement technique et la formation). Exemple : • Média UP qui est un programme d'appui au secteur des médias lancé par l'Union Européenne en 2015 et offrant des cycles de formations aux médias avec un budget total de 10 millions d'euros et 700 participants ayant bénéficié du programme <i>[source: Etude sur les médias tunisiens et la transition numérique, Media Up-2019]</i> • Projet de jumelage en 2018 entre la HAICA, la CSA Belge et l'INA financé par l'Union Européenne à hauteur de 800 000 € <i>[source: csa.be]</i> • Le service international de diffusion de l'Allemagne (Deutsche Wele) qui organise depuis 2012 en Tunisie des ateliers de formation professionnelles aux journalistes et des ateliers de conseil en communication pour les institutions tunisiennes <i>[source: akademie.dw.de/tunisiamedia]</i> •
	4 et 5	Un institut de mesure de l'audience dédié aux médias sera prochainement lancé par la HAICA. Selon Nouri Lajmi le président de la HAICA, ce projet est dans sa phase finale
Business Modèle	Transverse	L'Etat offre plusieurs avantages au secteur de l'audiovisuel : • Un budget de 2,5 millions TND alloués pour la transformation digitale des médias audiovisuels lors du gouvernement Fakhfakh, mais qui restent bloqués à ce jour. • 50% de réduction sur la facture de l'ONT pour les chaînes radio régionales et spécialisées <i>[source: Entretien avec un acteur de l'écosystème]</i>
	1 et 2	La production de contenu au niveau des radios nécessite des moyens financiers réduits (pas besoin de matériels sophistiqués, de décoration ou d'équipes spécialisées) contrairement à la télévision.
	5	Les tunisiens sont de grands consommateurs de supports de médias. Selon une enquête réalisée en 2015 par l'INS, la plus forte dépense dans le secteur des loisirs et culture demeure l'achat des téléviseurs : les tunisiens dépensent près de ~100 millions de dinars annuellement pour l'achat de télé. Selon le Baromètre des pratiques culturelles réalisé par Tfanen en 2021, 67% des tunisiens regardent la télé, et 99,6% des foyers sont équipés d'un téléviseur



Analyse SWOT de la filière Médias audiovisuels

Menaces



Menaces		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création et écosystème	3 et 4	Le paysage audiovisuel est menacé par l'intrusion aux médias pour des fins politiques
	5	Faible confiance des tunisiens dans les médias. Selon un sondage réalisé par Barlamane en 2020, 2 tunisiens sur 3 ont peu ou pas du tout confiance dans les médias. Il est à noter que malgré cette méfiance, 67% des tunisiens continuent à regarder la télévision selon le baromètre des pratiques culturelles réalisé par Tfanen en 2021. En effet, d'après les résultats de l'étude, la pénétration de la télévision semble corrélée négativement au niveau d'études et positivement à l'âge. Ainsi, un adulte de +35 ans n'ayant pas fait d'études est plus enclin à regarder la télé qu'un jeune diplômé. Ce constat est également valable pour les radios selon la même étude.
Business Modèle	Transverse	Faiblesse de la régulation économique : la HAICA n'intervient pas dans le contrôle et la garantie de la viabilité économique des entreprises de la filière
	2 et 3	Plusieurs chaînes télé et radios en Tunisie sont dans une situation financière précaire.
	3 et 4 et 5	L'arrivée des grands opérateurs étrangers du numérique notamment les plateformes risquent d'affecter les acteurs locaux. Actuellement, et en raison de la réglementation de change en vigueur, l'accès aux plateformes internationales est compliqué (à moins de disposer d'une carte bancaire internationale). Cependant, beaucoup de tunisiens recourent au marché informel ou aux cercles familiaux résidant à l'étranger pour se payer leur abonnement. La multiplication des revendeurs IPTV qui fournissent des services de VOD présentent également une menace aux acteurs locaux ; selon le Ministère des technologies de la communication, 1,9% des ménages en Tunisie disposent d'un abonnement IPTV, soit 57 000 ménages tunisiens
Cadre institutionnel	Transverse	Absence d'un organe exécutif pour le développement du secteur des médias (une structure au sein d'un ministère par exemple)



Crédit photo : Pixahive

Sommaire

Rappel de la démarche et du planning

Méthodologie adoptée pour l'analyse des chaînes de valeur

Analyse des chaînes de valeur des filières ICC

1. Edition

2. Cinéma & vidéo

3. Arts visuels

4. Arts de la scène

5. Musique

6. Architecture

7. Patrimoine

8. Médias audiovisuels

9. Jeux vidéos et interactivité

10. Design et services créatifs

11. Festivals et évènements culturels & créatifs

Bibliographie / Webographie



Filière Jeux vidéos et interactivité

Résumé exécutif



Présentation générale

- La filière "Jeux vidéos et interactivité" comprend les activités relatives au process allant du développement à la distribution et commercialisation de tout genre de jeux vidéos.
- Les principaux acteurs de l'industrie sont les studios de développement, les éditeurs, les fournisseurs d'outils et technologies de développements, les fabricants de plateformes (consoles, PC...), les distributeurs, les critiques...

Chaîne de valeur Focus Software

- La chaîne de valeur de la filière **Jeux vidéos et interactivité** est composée de **8 étapes majeures**: (1) Développement de plateformes, (2) Développement de technologies de production, (3) conception, (4) production, (5) édition, (6) distribution, (7) consommation et (8) critique
- La phase de conception d'un jeu est souvent une phase de **création** qui consiste en la définition spécifications qui délimite le concept du jeu (univers, scénario, game design, game play...) et détermine l'idée motrice qui, à son tour, guide les phases de développement et de marketing par la suite. La faisabilité technique du jeu et son potentiel commercial sont examinés durant ce stade de même que les coûts qui lui seront associés. Les choix concernant les plateformes, les canaux de distribution et le budget sont également décidés durant cette phase. La phase de développement nécessite la collaboration de différents profils et des compétences variées pour produire le contenu éditorial et technologique du jeu et, par la suite, les intégrer ensemble durant un seul processus. Les spécifications effectuées en phase de conception servent de première base pour l'organisation du travail de développement, la planification des tâches, leurs assignations entre les différents pôles de compétences et leurs coordinations par la suite. Durant le design, ce sont spécialement l'univers et le scénario détaillé du jeu qui seront élaborés (appelé communément « game play »). Le design visera aussi l'organisation et la « découpe » du travail de développement en modules afin que les programmeurs et les créateurs de contenus puissent travailler en parallèle par la suite sur plusieurs modules à la fois. Le développement aboutit à une version finale et unique (appelé Master dans le jargon du secteur). Mais plusieurs versions d'essai (alpha et beta) sont produites avant le lancement du jeu. Ces versions sont testées et re-testées et ce afin de déboguer le jeu et l'améliorer avant sa commercialisation finale.

Caractéristiques et forces

- En Tunisie, on compte aujourd'hui environ une vingtaine de studios de développement de jeux vidéos, pour un marché de ~600 000 utilisateurs/joueurs tunisien. *[source: Rapport Diagnostic préliminaire ICC – MAC 2019]*
- Le développement de cette filière en Tunisie est la résultante d'initiatives bottom-up portées par des studios et des jeunes créateurs de contenus. La créativité de ces jeunes talents et leur maîtrise technique et technologique constituent une des forces majeures du jeu vidéo tunisien.
- L'Etat a mis en place deux structures publiques d'accompagnement qui s'adressent, entre autres, à l'incubation des projets de jeux vidéos, à savoir le TIC-DCE et le Creative Digital Lab. Ces incubateurs proposent des programmes de financement dédiés notamment à la phase de préproduction et prototypage, mais aussi un accompagnement en formation et en formulation du business modèle. Cependant, ces offres d'accompagnement restent insuffisantes par rapport aux besoins de la filière
- Cette filière présente de multiples opportunités liées essentiellement à la croissance importante que connaît le secteur au niveau international, aux multiples innovations qui le caractérisent dont notamment les nouveaux business models ainsi qu'aux reconfigurations des chaînes de valeur globales de production et des canaux de distribution. Ces reconfigurations permettent aux spécialistes du jeu vidéo tunisiens d'envisager des stratégies intéressantes en se positionnant comme partenaires de proximité privilégiés pour des grands groupes internationaux.

Dysfonctionnements et menaces

- Etant donné le besoin en financement important nécessaire à la production et la distribution des jeux vidéos, les acteurs locaux se trouvent pénalisés par la difficulté de lever les fonds nécessaires. Ceci est dû à la rareté des mécanismes de financements (notamment pour l'aide à la production), mais aussi au manque d'investisseurs locaux et étrangers. L'inaccessibilité au financement est davantage accentuée par le caractère jugé risqué de cette industrie ainsi que les défaillances de l'infrastructure technologique existante.
- Outre le problème de mobilisation des fonds, la monétisation des jeux vidéos en Tunisie souffre de plusieurs dysfonctionnements freinant le développement de la filière et de ses acteurs. En effet, l'absence d'un écosystème mature de paiement mobile et de paiement électronique limite les sources de revenus de la filière (peu de plateformes de paiement mobile/électronique et dont la plupart opèrent sans l'agrément de la BCT). La culture des consommateurs et leurs usages orientés « cash » constituent également un frein à la monétisation de ces produits.
- Sur le volet légal, les procédures administratives lourdes et la rigidité de la réglementation relative au change pénalisent l'exportation des jeux vidéos. Cette rigidité impose également des barrières aux paiements internationaux, nécessaires parfois pour financer des étapes de la production du jeu ou pour assurer les campagnes de marketing et de communication nécessaires à la promotion et la distribution du produit.
- Le manque de différents métiers et expertises (édition, distribution, game design, ...) nuit également au développement de la filière

Chaîne de valeur de la filière jeux vidéos et interactivité



Principaux éléments de la chaine de valeur de la filière jeux vidéos et interactivité

Phase	Développement de plateformes	Développement de technologies de production	Conception	Production	Edition	Distribution	Consommation	Critique
Principal objectif de la phase	Développer les plateformes utilisées pour utiliser le jeux (consoles, tablettes, mobiles...)	Développer les outils technologiques pour le développement (moteurs de jeu, motion capture,...)	Concevoir l'univers et les composantes narratives du jeu	Matérialiser les composantes du jeu et du <i>Game Play</i> et leur intégration via le moteur de jeu	Gérer le Marketing, la fabrication du jeu (pour les jeux sur supports physiques) et le financement	Mettre à disposition le jeu (sur support physique ou dématérialisée en ligne)	Jouer au jeu par le public, les critiques ou dans le cadre de tournois e-sport	Evaluer le jeu
Principal acteur	• Consoliers • -Fabricants de PC, tablettes, mobiles	Prestataires technologique	Studio de développement	Studio de développement	Editeur	Distributeurs : - Généraliste ou spécialisé - Physique ou en ligne	-Joueurs dans toute leur diversité (hardcore gamers, casual gamers...)	-Journaliste critique
Principales actions	-R&D technologique -Développement de portefeuille de jeux compatibles -Manufacture et production -Commercialisation	-R&D technologique -Développement et production des technologies - Commercialisation et distribution des outils	-R&D créative -Conception de l'univers du jeu, de sa mécanique (game play et game design) -Développement de concept arts -Budgétisation & négociation avec les éditeurs / financeurs	-Codage et développement de prototypes et des composants du jeu (programme informatique, interfaces, graphismes, sons, ...) -Intégration des briques et matérialisation du <i>game play</i> -Phase alpha : tests et debugging -Phase beta : lancement -Hébergement du jeu (cas des univers persistants en ligne)	-Budgétisation & levée de fonds -Gestion des accords de avec les consoliers, les financeurs, les distributeurs ... -Marketing & communication - Gestion du planning de développement	-Promotion et négociation des droits de distribution et de vente (à l'échelle nationale et internationale) -Développement et gestion des plateformes (jeu en ligne) -Gestion des communautés de joueurs (jeu en ligne)	Plusieurs modes de consommation - <i>Game-as-a-product</i> (format physique ou DLC - Downloadable content) -Games-as-a-service (jeux avec univers persistants)	-Edition et publication des évaluations et classements des jeux -Rédaction et publication d'articles
Business Modèle	-Vente de consoles -Développement et commercialisation de jeux (les consoliers ont aussi des éditeurs et studios intégrés)	-Modèle freemium (unity,...) -Frais d'usage et licence	L'acteur financeur garde la propriété intellectuelle du jeu et reverse une rémunération minimale et des royalties (en cas de succès du jeu) aux autres parties prenantes. L'éditeur est souvent le principal financeur des projets de jeux. Il touche entre 20 et 35% Les studios perçoivent une rémunération fixe et un pourcentage des ventes négocié avec l'éditeur. En cas de succès de jeu, le studio touche entre 10 et 25% Pour les jeux sur consoles, un pourcentage est reversé aux consoliers (entre 10 et 20%). Les studios sont usuellement le maillon faible de la chaine de valeur			Un pourcentage des ventes négocié avec les éditeurs Pour les plateformes en ligne : droits d'utilisation de la plateforme en plus des royalties En moyenne : entre 20 et 35% des marges	- <i>Game-as-a-product</i> : paiement à l'unité -Games-as-a-service : abonnements -Modèle freemium & Free-to-play -Publicité (in-game advertisement)	

Analyse SWOT de la filière jeux vidéos et interactivité

Forces



Forces		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création & écosystème	Transverse	Des efforts louables de la part des acteurs de la filière pour compenser avec leurs propres moyens les faiblesses et le manque de structuration au niveau de la filière
	2 et 3 et 4 et 5	Nombre croissant de studios et de jeux tunisiens <i>[source: entretiens avec des acteurs de l'écosystème]</i>
	2 et 3 et 4 et 5	Développement de pratiques de « <i>free-lancing</i> » par des compétences tunisiennes auprès de studios et éditeurs à l'international
Cadre institutionnel	Transverse	Institutionnalisation et structuration en cours du secteur (constitution d'associations professionnelles, espaces de conception comme le Creative Digital Lab, festivals dédiés, écoles spécialisées...)
	Transverse	Un groupement des entrepreneurs au sein de la Fédération de la CONECT favorisant le partage, le conseil, et l'entraide entre les différents acteurs
Formation & capital humain	3 et 4 et 5	Existence d'un talent pool important de recrues potentielles (profils techniques de développeurs, profils de scénariste et infographistes...)
	2 et 3 et 4 et 5	Émergence de quelques programmes / acteurs spécialistes dans la formation aux métiers du jeu vidéo

Analyse SWOT de la filière jeux vidéos et interactivité

Faiblesses



Faiblesses		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Business Modèle	Transverse	Difficultés au niveau du financement des projets de jeux vidéos qui nécessitent des fonds importants : • Absence de dispositif de financement public spécifique à la filière: pas de subventions ou de fonds d'aide à la production • Nombre très limité d'investisseurs étrangers à cause de l'instabilité politique du pays et de l'infrastructure technologique existante (difficulté de lever des fonds) • Pas d'investisseurs locaux au vue du caractère jugé risqué de cette industrie (étant averses au risque, les investisseurs locaux préfèrent souvent investir dans des valeurs plus sûres)
	6	Un réel problème de monétisation des produits de la filière en l'absence d'un écosystème mature de paiement mobile et de paiement électronique : très peu de plateformes de paiement mobile/électronique et dont la plupart opèrent sans l'agrément de la BCT. Ce problème est davantage accentué par une culture et des usages très orientés « cash », freinant ainsi la possibilité de monétiser les jeux vidéos
	6	L'opportunité de collaborer avec des opérateurs téléphoniques (pour monétiser les jeux vidéos via le paiement mobile USSD) peut être freinée par les commissions élevées prélevées par ces derniers
Cadre institutionnel	4 et 5 et 6	Des procédures administratives lourdes et une rigidité de la réglementation relative au change freinant le développement des acteurs de la filière : • Difficulté à s'exporter et à commercialiser le jeu à l'international • Difficulté à procéder à des paiements à l'étranger pour financer des étapes de la production ou des campagnes de marketing et de communication (Etant un maillon critique de la chaîne de valeur des jeux vidéos, les sommes allouées au marketing peuvent être colossales. A titre d'illustration, les dépenses en marketing ont approché les 30 000 \$ / jour pour un acteur tunisien lors du lancement d'un nouveau jeu)
	Transverse	Les modalités de protection de la propriété intellectuelle auprès de l'OTDAV ne sont pas pratiques pour les créateurs de jeux vidéos et peuvent s'avérer coûteux : L'enregistrement se fait par création (personnage, texte, script, vidéo..) qui peuvent se compter par centaines pour un seul jeu, et doivent être renouvelés annuellement
	Transverse	Faible intérêt des acteurs institutionnels et étatiques à ce secteur alors que son développement nécessite la concertation de plusieurs Ministères (MTCN, MESRS, ...) et agences gouvernementales et méconnaissance des spécificités de ce secteur
Formation & capital humain	3 et 4 et 5 et 6	En Tunisie, la formation reste incomplète autour de quelques métiers de jeux vidéos et reste centrée autour de l'outil et ne met pas en perspective les connaissances acquises dans le contexte de la filière Jeux vidéos. Ainsi, il y a manque sur certains métiers en Tunisie tel que le métier de Level designer ou de Newtork developer. L'absence de métiers et spécialisations entraine des « vides » au niveau de divers maillons de la chaine de valeur (éditeurs, distributeurs locaux, ...)
Création & écosystème	Transverse	Absence totale de filiales et de représentants des MNE (Multinational Entreprise) spécialisées dans le jeu vidéo (Editeurs, consoliers,...) et difficulté d'accès à ces acteurs
	Transverse	Fragmentation du secteur et faible nombre d'acteurs institutionnels et associatifs facilitant la concertation entre les entreprises du secteur

Analyse SWOT de la filière jeux vidéos et interactivité

Opportunités



Opportunités		
Thème	Maillon concerné	Élément d'analyse
Création & écosystème	Transverse	Un marché mondial en plein essor avec une valorisation estimée à 120 milliards d’euros. Ce marché est certes très concentré où les plus grandes boites accaparent la majorité des revenus, mais qui présente tout de même une opportunité réelle pour tous les acteurs qui y exercent. <i>[source: Data Cision, entretien avec un acteur de l'écosystème]</i>
	6 et 7	Opportunité pour les advergames (jeu vidéo publicitaire) dont la demande est croissante en Tunisie et qui peuvent générer des revenus pour les acteurs de la filière et contribuer à garantir leur pérennité
	6 et 7	Opportunité pour le développement d’offres B2B : jeux vidéo destinés à d’autres entreprises
	5 et 6	Potentiel de développement de la demande grâce au développement des usages « sérieux », notamment pour des objectifs de communication et de formation, ainsi que les pratiques de <i>gamification</i> .
	6 et 7	Une demande croissante pour du contenu culturel et des produits valorisant le patrimoine local arabe / africain <i>[source: entretien avec un acteur de l'écosystème]</i>
	7	Diversification des initiatives de valorisation digitale du patrimoine local et régional au travers des nouvelles technologies (VR, AR, NFT....)
	1 et 5 et 6 et 7	Diversification des plateformes de distribution de jeux en ligne et facilité croissante de l'accès à ces plateformes
	Transverse	Vulgarisation, diffusion massive et meilleure accessibilité des technologies de développement et de production qui diminuent les barrières à l’entrée
	Transverse	Potentiel sous-exploité de positionnement en tant que sous-traitant à haute valeur ajoutée dans une 1 ^{ère} phase et en tant que hub des industries créatives numériques au croisement de l’Afrique, le Maghreb, le Moyen Orient et l’Europe avec des stratégies d’escalade de la chaîne de valeur
Business Modèle	3	Un programme d’incubation avec une subvention d’aide à la préproduction (~30 000 TND) attribuée par le Creative Digital Lab en 2021 <i>[source: entretien Creative Digital Lab]</i>
	3	D’autres opportunités de financement par des incubateurs publics tel que la TIC-DCE. Ces opportunités se concentrent néanmoins sur la phase prototypage et ne sont pas suffisants pour financer les étapes suivantes du projet
	3	Des programmes de financement internationaux accessibles aux acteurs tunisiens (Afrique Créative, Europe Créative, Tfanen...)
	5 et 6 et 7	Diversification des moyens de monétisation et de génération de revenus notamment pour les jeux <i>casual</i>
Formation et capital humain	Transverse	Possibilité d’établir des conventions avec les universités tunisiennes (privées et publiques) pour des offres de stages et d’emploi. Les universités sont généralement prêtes à collaborer avec les acteurs privés

Analyse SWOT de la filière jeux vidéos et interactivité

Menaces



Menaces		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création & écosystème	Transverse	Etant un marché fortement mondialisé, les acteurs tunisiens peuvent se voir concurrencer par des entreprises de toute provenance → la concurrence n'est pas limitée au marché local
	3 et 4 et 5 et 6 et 7	Montée en puissance d'écosystèmes concurrents voisins avec des positionnements similaires (Maroc, Liban, Jordanie...)
	Transverse	Un marché Tunisien peu dynamique avec un nombre limité d'emplois générés (en l'absence de statistiques officielles, le nombre d'emploi estimé ne dépasse pas les 1000 emplois) [source: entretien avec un acteur de l'écosystème]
	3	Une réticence de la part des porteurs d'idée à se lancer dans le secteur étant donné la longue durée et les coûts nécessaires pour effectuer le premier prototype dans un environnement risqué
	5 et 6 et 7	Croissance importante des coûts de Marketing nécessaires aux lancements des jeux vidéos
	6 et 7	Image publique négative du produit (sources de violences, de comportements asociaux...)
	3 et 4	Pratiques de piratage
Infrastructure & moyens	1 et 2 et 3 et 4	L'infrastructure et l'écosystème en Tunisie sont en retard par rapport aux avancées technologiques
	Transverse	Opacité du secteur et manque d'informations simples (annuaire des professionnels, ...) et de données statistiques fiables
	3 et 4 et 5 et 6	Rareté de programmes d'accompagnement à l'entrepreneuriat dans le secteur du jeu vidéo
Cadre institutionnel	Transverse	Faible attractivité des incitations destinés à attirer les entreprises et investisseurs étrangers et faciliter leurs implantations locales



Sommaire

Rappel de la démarche et du planning

Méthodologie adoptée pour l'analyse des chaînes de valeur

Analyse des chaînes de valeur des filières ICC

1. Edition

2. Cinéma & vidéo

3. Arts visuels

4. Arts de la scène

5. Musique

6. Architecture

7. Patrimoine

8. Médias audiovisuels

9. Jeux vidéos et interactivité

10. Design et services créatifs

11. Festivals et évènements culturels & créatifs

Bibliographie / Webographie



Filière Design et services créatifs

Résumé exécutif



Présentation générale

- La filière de design et services créatifs comprend le design graphique, le design produit, la décoration, la mode & stylisme et assimilés
- Les principaux acteurs de cette filière sont : les designers, les graphistes, les concepteurs, les imprimeurs, et autres

Chaîne de valeur

Focus sur le design graphique

- La chaîne de valeur de design est composée de 5 maillons : Compréhension du besoin (1), conception (2), production (3), commercialisation (4) et consommation (5).
- La première phase de la chaîne de valeur commence par la **compréhension du besoin** du marché ou du client si la commande est déclenchée par ce dernier. La phase d'après permet la **conception** des éléments de design (logo, icône, illustration,...). Une fois le concept validé, la phase de **production** des éléments graphiques peut être entamée. Il s'en suit la phase de la **livraison** de la commande au client ou sa **commercialisation** dans les différents canaux (boutiques, plateformes en ligne, foires, ...).

Caractéristiques et forces

- Le secteur du design en Tunisie regorge de **jeunes talents** dotés d'une affinité créative et esthétique et capables d'innover et d'offrir des produits créatifs. Certains de ces créateurs jouissent d'une renommée internationale comme Ali Karoui ou Azzeddine Alaïa.
- En plus de leur créativité, les designers tunisiens développent de plus en plus une conscience par rapport au patrimoine à travers des collections inspirées de nos traditions mais aussi par rapport à l'environnement en offrant des collections responsables et écologiques. On note par exemple l'évènement de « Slow Fashion in Tunisia » qui présente une collection de mode durable. Il existe également des marques tunisiennes **responsables** comme Bag Shish ou Guya Gang et même des plateformes qui visent à promouvoir la mode durable comme Barbesha ou Dabchy.
- Le design en Tunisie est un secteur dynamique et en pleine évolution. Cela est traduit par une production qui est passée de 453 millions de dinars en 2015 à 786 millions de dinars en 2017, soit une augmentation annuelle de 32% et une valeur ajoutée qui est passée de 254 millions de dinars en 2015 à 503 millions de dinars en 2017, soit une augmentation annuelle de 41%. Quant au nombre d'entreprises, on note en Tunisie **3541** entreprises spécialisées en design en 2020 [Source : *compte satellite culture, INS*]

Dysfonctionnements et menaces

- La **difficulté à s'exporter** représente l'un des problèmes rencontrés par les designers et les créateurs tunisiens qui peinent à participer à des expositions et des foires internationales en l'absence d'intermédiaires et de professionnels spécialistes qui facilitent la **mise en relation** entre les acteurs et ces structures.
- Outre le marché de l'export, les designers tunisiens font face depuis des années à la **menace des produits asiatiques et turcs à bas prix** et dont la qualité demeure parfois douteuse. Au vu du maintien des conventions de libre échange et l'absence d'une stratégie de protection des produits tunisiens, les produits turcs et les produits « Made in China » ont accaparé le marché tunisien **mettant en péril la production locale**.
- Concernant la protection des œuvres et des productions, les designers tunisiens sont **très peu informés sur les droits d'auteur et la propriété intellectuelle**. Cette faible sensibilisation a fait émergé le **phénomène de copie** en Tunisie. Il est à noter que deux institutions tunisiennes œuvrent pour la protection des créations (design, dessin, illustration, ...) : l'OTDAV qui offre une formule de 150 TND pour la protection d'une seule illustration/dessin par an [Source : *Site Web OTDAV*] et l'INNORPI qui offre une formule de 132dt pour la protection d'une création pendant 5 ans [Source : *Site Web INNORPI*].



Principaux éléments de la chaine de valeur de la filière Design graphique					
Phases	Compréhension du besoin	Conception	Production	Commercialisation	Consommation
Principal objectif de la phase	Comprendre le besoin du client/marché	Concevoir le design	Produire les éléments graphiques	Commercialiser le produit (directement au client final ou à travers un revendeur)	Consommer le produit final
Principaux acteurs	• Client • Designer	• Designers • Studios de design	• Designers • Fournisseurs • Imprimeurs	• Libraires • Grandes surfaces • Boutiques • Sites de vente en ligne •	• Client • Acheteur
Principales actions	• Recueil des attentes et besoins du client • Etudes de marché	• Conception du design • Création d'un prototype • Vérification et correction du design	• Création d'éléments graphiques (icônes, logo, illustrations, ...) • Impression des éléments graphiques sur supports (livre, carte de vœux, agenda, Pins, ...)	• Commercialisation au niveau local ou international à travers des boutiques, des plateformes, des libraires, concepts store, ...ou livraison au client	• Consommation du produit final
Principaux éléments du business Modèle	Si la commande est activée par le client : les coûts de prestation sont calculés en jours-hommes. Le prestataire négocie aussi un acompte en début de mission.		Les coûts de production sont supportés par le designer	Le designer perçoit le reste du montant convenu lors de la livraison du produit au client	
	Si la conception est à l'initiative du designer : les coûts de prestations sont supportés par le designer et compensés suite à la vente par les revenus générés			Le distributeur prélève une marge sur le prix de vente	



Analyse SWOT de la filière Design et services créatifs

Forces



Forces		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création et écosystème	3	Une évolution du secteur du design : • Une production qui est passée de 453 millions de dinars en 2015 à 786 millions de dinars en 2017, soit une augmentation annuelle de 32% <i>[Source : compte satellite culture, INS]</i> • Une valeur ajoutée qui est passée de 254 millions de dinars en 2015 à 503 millions de dinars en 2017, soit une augmentation annuelle de 41% <i>[Source : compte satellite culture, INS]</i>
	2 et 3	Les créateurs et les designers tunisiens développement de plus en plus une conscience par rapport au patrimoine à travers des collections inspirées de nos traditions mais aussi à l'environnement en offrant des collections responsables et écologiques. Par exemple: l'évènement de « Slow Fashion in Tunisia » qui présente une collection de mode durable, des marques tunisiennes responsables comme Bag Shish ou Guya Gang et même des plateformes qui visent à promouvoir la mode durable comme Barbesha ou Dabchy.
	2	Un grand nombre de designers tunisiens qui sont dotés d'une affinité créative et esthétique. Certains jouissent d'une grande renommée internationale comme Ali Karoui, Azzeddine Alaia, ...

Analyse SWOT de la filière Design et services créatifs

Faiblesses



Faiblesses		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création et écosystème	2	Un marché de design graphique à forte concurrence : un grand nombre de designers graphiques qui travaillent en freelance en plus des grandes boites spécialisées (~une dizaine)
	1	Le métier de designer dépend fortement de la capacité de l'artiste à développer une communauté et à créer son réseau professionnel.
	1	Une forte demande pour les éléments graphiques à bas prix qui sont produits en série (logo, icones, ...). Très peu de clients sont orientés vers des productions sur mesure et de qualité
	2	Absence de structures professionnels représentant les designers : pas d'ordre des designers
	1	La convention/contrat type entre designer et client ne prévoit généralement pas le nombre de supports autorisé pour l'utilisation du produit (logo, charte graphique...), pénalisant les droits financiers du designer
	2	Nombre limité de structures d'accompagnement œuvrant au soutien des projets d'entrepreneuriat tel que Minassa, Afkar et Flat6labs
	1	Manque de statistiques et de data de la part des institutions officielles sur le secteur du design permettant aux artistes de comprendre les paramètres de leur marché : taille de marché, paysage concurrentiel, tendances de consommation,....
Formation et capital humain	2	Les contenus pédagogiques au niveau du cursus universitaire ne sont pas accentués sur l'illustration
Business Modèle	Transverse	Absence d'aides et de subventions destinées aux designers

Analyse SWOT de la filière Design et services créatifs

Opportunités



Opportunités		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création et écosystème	2	Faibles barrières à l'entrée dans le marché du design graphique : pas de contrainte de capitaux par exemple En effet, le design graphique nécessite très peu de moyens financiers lors du démarrage de l'activité : un ordinateur et des logiciels sont suffisants pour se lancer (le designer peut investir dans d'autres outils en phase de croissance : iPad professionnel , imprimante 3D, ...)
	5	Les consommateurs tunisiens sont de plus en plus attirés par le produit local « made in Tunisia » (observation subjective de la part d'un acteur)
	4	Des initiatives qui se développent pour la promotion du design en Tunisie notamment via des foires spécialisées. Exemple : le salon de « Tunisia Design Week », lancé en 2019 et visant à mettre en avant les productions tunisiennes (design produit, art contemporain et artisanat)

Analyse SWOT de la filière Design et services créatifs

Menaces



Menaces		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création et écosystème	4	Difficultés à s'exporter et à participer à des expositions internationales en l'absence d'intermédiaires et de professionnels spécialistes qui facilitent la mise en relation entre l'artiste et les foires internationales
Business Modèle	3 et 4	La menace des produits asiatiques et turcs à bas prix et dont la qualité demeure parfois douteuse (vêtements, maroquineries,...) Au vu du maintien des conventions de libre échange et l'absence d'une stratégie de protection des produits tunisiens, les produits turcs et les produits « Made in China » ont accaparé le marché tunisien mettant en péril la production locale .
Cadre institutionnel	4	Difficultés à importer des produits pour le design notamment les meubles et les tapis : des procédures administratives très lourdes et coûteuses entre autres les frais de douanes. Cela est dû à la politique de l'Etat pour protéger ces produits.
	2	Nombre faible de designers qui sont informés sur les droits d'auteur et la propriété intellectuelle. Deux institutions tunisiennes œuvrent pour la protection des œuvres (design, dessin, illustration, ...) : l'OTDAV qui offre une formule de 150 TND pour la protection d'une seule illustration/dessin par an [Source : Site Web OTDAV] et l'INNORPI qui offre une formule de 132dt pour la protection d'une œuvre pendant 5 ans [Source : Site Web INNORPI]. Ces deux formules offrent une protection limitée au territoire tunisien (une protection à l'échelle internationale demeure très coûteuse).
Formation et capital humain	2	La sélection des étudiants au niveau des écoles et des instituts de beaux arts n'est pas basée sur des critères sélectifs : pas de concours ou de tests d'admission. Toute personne ayant réussi le bac (lettres, sciences expérimentales ou économie & gestion) peut intégrer une école de beaux arts sachant que les programmes d'études au niveau de l'enseignement secondaire sont dépourvus de cours liés aux arts (à part des cours de dessin dispensés dans quelques établissements)



Artiste : Nastia
Lieu et crédit photo : Fairground Festival

Sommaire

Rappel de la démarche et du planning

Méthodologie adoptée pour l'analyse des chaînes de valeur

Analyse des chaînes de valeur des filières ICC

1. Edition

2. Cinéma & vidéo

3. Arts visuels

4. Arts de la scène

5. Musique

6. Architecture

7. Patrimoine

8. Médias audiovisuels

9. Jeux vidéos et interactivité

10. Design et services créatifs

11. Festivals et évènements culturels & créatifs

Bibliographie / Webographie

Filière Festivals et évènements culturels et créatifs

Résumé exécutif



Présentation générale

- La filière des festivals et évènements culturels et créatifs comprend l'organisation des festivals ou tout autre évènement culturel et créatif.
- Les principaux acteurs de la filière sont les organisateurs d'évènements (publics ou privés), les équipes techniques, les équipes artistiques et toute autre personne impliquée dans l'évènement.

Chaîne de valeur

- La chaîne de valeur de la filière festivals est composée de 4 maillons : programmation (1), production (2), diffusion (3) et communication (4).
- La programmation est la première phase de développement d'un festival, durant laquelle la ligne artistique ou culturelle du festival est déployée. La deuxième phase de production consiste en la préparation technique du festival à travers la préparation de matériels et décors, aménagements de salles ou de sites, préparation de la billetterie, communication ... La diffusion ensuite permet de distribuer le contenu artistique et culturel à travers l'offre du festival ou l'évènement. Enfin, la phase de communication consiste en la mobilisation du festival/évènement dans les régions et l'organisation d'actions ciblées pour attirer des citoyens plus ou moins éloignés de la culture.

Caractéristiques et forces

- La Tunisie est caractérisée par un **grand nombre de festivals** répartis sur l'ensemble du territoire, valorisant le patrimoine matériel et immatériel et permettant de toucher des publics diversifiés de toutes les régions : **814 festivals** organisés annuellement pour **13 régions** soit une moyenne de 63 par gouvernorat [Source: Rapport Enjeux et perspectives du secteur des festivals, TFANEN/ENPFMCA-2021]. Les acteurs du secteur estiment l'existence de **1200 à 1400 festivals** dans toute la Tunisie. Certains de ces festivals sont **inscrits dans le paysage international** comme le Festival international de Carthage, les JMC, les JTC, Les JCC, Festival d'Hammamet, Dreamcity ...
- Les festivals et évènements culturels et créatifs sont également soutenus par un **établissement étatique** qui est l'Etablissement National pour la Promotion des Festivals et des Manifestations Culturelles et Artistiques (ENPFMCA). Cet établissement a pour objectif de gérer les grandes manifestations et de soutenir leur création. Ce dernier a entrepris une série de réformes suite à une mission avec le programme Tfanen - Tunisie Créative. Par ailleurs, l'établissement offre un programme **d'aide à la distribution** qui consiste à mobiliser les ressources et le matériel nécessaire aux artistes pour enregistrer leurs performances et leur permettre de la diffuser.
- En plus de l'Etat, la **société civile** joue aussi un rôle important dans l'organisation des festivals en Tunisie : 32% des festivals en Tunisie sont organisés par des associations [Source: Rapport Enjeux et perspectives du secteur des festivals, TFANEN/ENPFMCA-2021]. Ces festivals jouissent d'un rayonnement important même à l'étranger tel que Dreamcity ou Jaou. Il est à noter qu'une subvention de ~1,5 millions de dinars est accordée aux associations pour l'organisation de festivals [Source: Open Data, MAC - 2016]

Dysfonctionnements et menaces

- En termes de moyens, les festivals en Tunisie manquent de **mécanismes d'anticipation de programmation**. En effet, la mise en place organisationnelle se fait le plus souvent dans des délais très réduits loin des normes de la profession mises en place par les festivals par devers le monde présentant ainsi un frein considérable à la venue des professionnels étrangers, des artistes et des touristes.
- De plus, la réalité festivalière en Tunisie demeure indigente : aujourd'hui la **remontée d'information pour les festivals est quasi-inexistante** (nombre d'entrées, mapping des festivals, nombre de festivals par filière et par gouvernorat...). Ce manque d'informations fiables et précises empêche le développement et la mise en œuvre d'une stratégie politique au profit de cette filière.
- L'implication de l'Etat dans les festivals organisés par la société civile demeure limité malgré sa reconnaissance de leur importance. En effet, l'Etat consacre des fonds importants à ses propres festivals contrairement à ceux portés par les associations : en 2019, 1,6 millions TND ont été attribués à 76 associations soit 21 000 TND en moyenne par association [Source: Data fournie par le MAC]

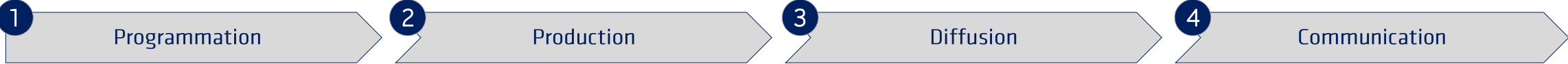
Chaine de valeur de la filière festivals et évènements culturels et créatifs



Principaux éléments de la chaine de valeur festivals				
Phases	Programmation	Production	Diffusion	Communication
Principal objectif	Programmer le contenu artistique	Organiser techniquement le festival	Diffuser les contenus artistiques et culturels	Mobiliser le public et le public empêché
Principaux acteurs	- L'ENPFMCA (Etablissement National pour la Promotion des Festivals et des Manifestations Culturelles et Artistiques) - Les festivals - Organisateurs de festivals (acteurs privés, société civile, CRAC, maisons de culture,...)	- L'ENPFMCA - Equipes artistiques - Organisateurs de festivals - Equipe technique	- Equipes artistiques - Organisateurs de festivals	- Associations - Public scolaire - Publics empêchés (prisons, hôpitaux, ...)
Principales actions	- Détermination d'une ligne artistique ou culturelle - Programmation des contenus artistiques et culturels : spectacles en diffusion et/ou création de nouvelles productions - Préparation du budget et des moyens techniques nécessaires	- Préparation de matériels - Gestion de rétro-planning, - Fabrication de décors - Aménagements de salles ou de sites - Préparation de la billetterie 	- Diffusion du festival - Repérage des œuvres artistiques	- Mobilisation de publics - Organisation d'actions ciblées pour attirer des citoyens plus ou moins éloignés de la culture (prison, hôpitaux,...) - Organisation de rencontres professionnelles autour du festival : masterclasses, conférences, tables-rondes, ateliers, ...
Principaux éléments du Business Modèle	Un festival peut avoir de multiples sources de financement : subventionnement public, mécénat ou sponsoring. Pour les grands festivals, la pérennisation est garantie si les accords de financement sont signés pour plusieurs éditions.		Le festival peut générer des recettes propres par la billetterie ou encore la vente de produits dérivés.	Coûts supportés par le budget propre des festivals et/ou à travers des fonds spécifiques : fondations, associations,...

Analyse SWOT de la filière Festivals et évènements culturels et créatifs

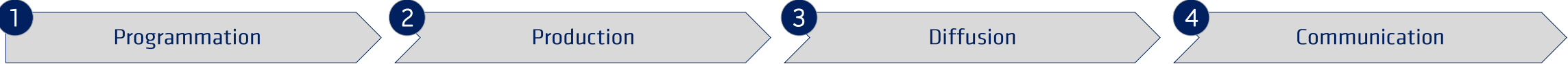
Forces



Forces		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Création et écosystème	1	La Tunisie est un grand pays de festivals du bassin méditerranéen et de l'Afrique. Ces festivals sont répartis sur l'ensemble du territoire tunisien valorisant le patrimoine matériel et immatériel. On note 814 festivals organisés annuellement répartis sur 13 régions. Les acteurs du secteur estiment l'existence de 1200 à 1400 festivals dans toute la Tunisie. <i>[Source: Rapport Enjeux et perspectives du secteur des festivals, TFANEN/ENPFMCA-2021].</i>
	1	Certains grands festivals sont des institutions inscrites dans le paysage international. Exemple : Festival international de Carthage, les JMC, les JTC, Les JCC, Festival d'Hammamet, Dreamcity...
	1 et 2	La société civile a un rôle important dans l'organisation des festivals : 32% des festivals en Tunisie sont organisés par les associations <i>[Source: Rapport Enjeux et perspectives du secteur des festivals, TFANEN/ENPFMCA-2021].</i> Ces festivals jouissent d'un rayonnement important notamment à l'étranger. Exemple Dreamcity, Jaou,...
	1	Les thématiques de programmations en Tunisie sont très variées (poésie, littérature, arts plastiques, arts de la scène, ...)
	1	Le public des festivals est généralement massif et transgénérationnel (le nombre d'entrées aux JCC par exemple en témoignent)
	2 et 3 et 4	Les festivals les plus importants permettent de créer et produire de nouvelles œuvres qui sont ensuite proposées en circulation dans les régions ou à l'international : les programmeurs nationaux ou internationaux participent aux festivals du spectacle vivant les plus importants pour faire le repérage de spectacles susceptibles d'être diffusés dans leur propre lieu ou manifestation.
Business Modèle	2	Plusieurs subventions publiques sont accordées aux associations pour le développement d'évènements culturels et créatifs : en 2019 1,6 millions de dinars ont été déboursés au profit des associations dans les 24 gouvernorats <i>[Source: Data fournie par le MAC].</i>
	1 et 2 et 3	Plusieurs financeurs privés apportent des contributions aux festivals (Exemple : la BIAT, le groupe Kilani, le groupe Meninx, La fondation Kamel Lazaar,...)
Formation et capital humain	2	Il existe un savoir-faire en Tunisie pour la production artistique ainsi que l'organisation des grands événements aux standards internationaux
Cadre institutionnel	2	L'Etat reconnaît l'importance du secteur des festivals et lui consacre un établissement dédié qui est l'ENPFMCA. Cet établissement a pour mission de gérer les grandes manifestations (12 grands festivals). 93% de son budget soit 14,24 millions de dinars sont destinés aux soutien aux festivals (chiffre de 2019) <i>[Source: Rapport Enjeux et perspectives du secteur des festivals, TFANEN/ENPFMCA-2021].</i>
Infrastructure et moyens	3	Un nombre de festivals se déroule sur des sites du patrimoine ajoutant une plus value à l'attrait. Exemple le théâtre antique de Carthage qui abrite le Festival International de Carthage, le théâtre romain de Dougga qui abrite le festival international de Dougga, l'amphithéâtre d'El Jem qui abrite le festival international de musique symphonique, ...
	4	La mobilité des festivals implantés sur l'ensemble des territoires tunisiens permet de toucher des publics diversifiés et de toutes les régions : c'est un outil de démocratisation culturelle qui contribue de manière importante à rapprocher l'offre artistique et culturelle des tunisiens.

Analyse SWOT de la filière Festivals et évènements culturels et créatifs

Faiblesses



Faiblesses		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Business Modèle	1	La politique de financement des festivals ne repose pas sur des critères objectivés (besoin d'informations fiables et précises sur le paysage festivalière en Tunisie pour pouvoir mettre en place un ensemble de critères de financement)
	4	Absence de suivi des subventions des festivals accordés par l'Etat
	2	Les moyens financiers ou les conditions techniques sont limités pour mettre en œuvre les créations (moyens financiers, locaux de répétition pour le spectacle vivant,...).
	3	En l'absence d'agents de recettes de finances (قابض) et de bordereaux de recettes dans la majorité des espaces (à l'exception du théâtre municipal), il n'existe aucun moyen de justification comptable des recettes. Ces revenus ne sont donc pas déclarés et échappent au circuit formel. Ce problème est davantage ancré par l'inexistence d'une valeur juridique pour le billet de spectacle (cas des évènements privés) [Source: Entretien avec un acteur de l'écosystème] .
Création et écosystème	1	Le choix des artistes dans les festivals se base majoritairement sur des talents connus et confirmés, ce qui laisse très peu de chance aux jeunes artistes tunisiens de se faire voir.
Cadre institutionnel	1 et 2	L'institutionnalisation des festivals de l'État est peu adaptée: les tâches sont segmentées entre ministère, ENPFMCA et comité directeur de chaque festival
Infrastructure et moyens	1	L'incapacité des festivals à anticiper les programmations : La mise en place organisationnelle se fait le plus souvent dans des délais très réduits loin des normes de la profession mises en place par les festivals par devers le monde. Cela impacte aussi le développement d'un lien entre les festivals et le secteur touristique : Les temps de communication touristiques ne peuvent s'accommoder des timings serrés d'annonce des festivals.
	3 et 4	Les moyens matériels et financiers consacrés à la diffusion (en dehors des fonds délivrés par l'État) sont limités dans les régions : absence de matériels en plus des charges supplémentaires consacrés à l'acheminement de ces derniers
	4	Inexistence de normes scientifique pour le jaugeage et le calcul des capacités des espaces, ce qui impacte négativement les recettes guichet des festivals et évènements et l'expérience consommateur en cas de capacité surévaluée [Source: Entretien avec un acteur de l'écosystème] .
Formation et capital humain	4	Des lacunes observées au niveau de certaines équipes de festivals (organisateurs) quant à l'utilisation d'outils d'administration et de gestion : prévision financière, marketing, communication,....
	4	Pour les festivals en régions, l'accès au matériel et à des techniciens professionnels est plus compliqué.

Analyse SWOT de la filière Festivals et évènements culturels et créatifs

Opportunités



Opportunités		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Cadre institutionnel	1	L'ENPFMCA est en pleine réflexion stratégique quant aux modalités de mise en œuvre des festivals pilotés par l'État, et aussi quant aux soutiens aux festivals portés par les autres acteurs (réflexion quant à la mise en œuvre de cahiers des charges). L'État aurait avantage à pouvoir déléguer de manière plus importante la production technique des grands événements pour disposer de prestations qualitatives et d'une souplesse beaucoup plus importante. <i>[source: Etude sur les festivals, TFANEN-ENPFMCA]</i>
	1	Avec le premier acte de la décentralisation, les communes vont de plus en plus intervenir dans les politiques de territoires et ainsi pouvoir concourir au développement et à la pérennisation des festivals dans les régions : les festivals sont enracinés sur leur territoire et ils font part intégrante de leur image : il s'agit d'un motif de fierté des élus et la population. La capacité des festivals et manifestations à pouvoir réunir un vaste public compte pour les élus.
Création & écosystème	3	Il existe un programme d'aide à la distribution porté par l'ENPFMCA qui consiste à mobiliser les ressources et le matériel nécessaire aux artistes et d'enregistrer leurs performances (sur des sites historiques ou naturels). L'enregistrement est diffusé par l'ENPFMCA à titre non onéreux et est fourni à l'artiste. Ce mécanisme assure une visibilité à l'artiste qui bénéficie des moyens mobilisés par l'établissement et lui permet de se produire et de diffuser sa performance en ligne.
	4	Des incubateurs culturels et des universités développent des cursus culture : développer des formations de médiateurs
Formation et capital humain	4	

Analyse SWOT de la filière Festivals et évènements culturels et créatifs

Menaces



Menaces		
Thème	Maillon concerné	Elément d'analyse
Cadre institutionnel	1	La bureaucratie pèse sur la conduite des festivals et des évènements culturels et créatifs. Exemple: les procédures d'attribution d'autorisations sont lourdes.
Infrastructure et moyens	1	La crise sanitaire et la baisse du tourisme impactent la programmation des festivals.
	3	L'incapacité à résoudre le problème d'anticipation de l'annonce de la programmation est un frein constant au rayonnement national et international des manifestations.
	3 et 4	la réalité festivalière en Tunisie demeure indigente : aujourd'hui la remontée d'information pour les festivals est quasi-inexistante : nombre d'entrées, mapping des festivals sur toute la Tunisie, nombre festival par filière/gouvernorat,.... Ce manque d'informations fiables et précises empêche le développement et la mise en œuvre d'une stratégie politique au profit de ce secteur ainsi que celui du tourisme culturel
	4	Les agents du ministère de l'intérieur qui sont chargés d'assurer la sécurité du spectacle peuvent représenter un obstacle au développement du secteur en attribuant un accès gratuit à leurs familles/amis, ce qui rend l'expérience consommateur désagréable en cas de surcharge de la salle/espace et pénalise donc les représentations suivantes du spectacle/festival et les recettes guichet de l'organisateur.
Business Modèle	4	Implication très limitée de l'Etat dans les festivals d'importance majeure portés par la société civile : l'Etat consacre des fonds importants à ses propres festivals. En revanche les associations bénéficient de montants d'aides dérisoires : en 2019, 1,6 millions de dinars ont été attribués à 76 associations pour l'aide à la création de festival soit 21 000 dinars en moyenne par association [Source: Data fournie par le MAC](en France, les aides peuvent atteindre plus de 500 000 euros par association [Source: Entretien avec un expert]).
Formation et capital humain	1 et 2 et 3	Une pression syndicale sur les organisateurs des grands festivals (JCC, JTC, Carthage, ...) pour employer un nombre élevé de personnes dans ces évènements (nombre élevé par rapport aux besoins réels)



Sommaire



Rappel de la démarche et du planning

Méthodologie adoptée pour l'analyse des chaînes de valeur

Analyse des chaînes de valeur des filières ICC

Bibliographie / Webographie



Bibliographie

Rapports et études commandités / réalisés par le MAC:

- Covid 19 et le secteur culturel et créatif en Tunisie, MAC, Mai 2020
- Rapport évolution des éditions et éditeurs en Tunisie, MAC, 2011-2019
- Diagnostic préliminaire des ICC, MAC, 2019
- Le mécénat culturel en Tunisie, MAC, 2016
- Le statut de l'artiste en Tunisie : état des lieux, éléments comparatifs et recommandations, MAC, 2015
- Rapport sur la diffusion du livre tunisien à l'étranger, MAC-UNESCO, Décembre 2011

Rapports et études commandités par Tfanen-Tunisie Créative :

- Présentation de la mission sur les festivals en Tunisie : enjeux et perspectives, TFANEN-ENPFMCA, Mai 2021
- Etude sur les festivals, TFANEN-ENPFMCA, Janvier 2021
- Enquête sur les pratiques culturelles, TFANEN, 2021
- Etude sur l'économie culturelle et créative tunisienne, TFANEN-Culture Funding Watch, 2019

Autres rapports et études :

- Rapport Industrie du film en Afrique, UNESCO, 2021
- L'Etat tunisien et le soutien au livre, Fédération Tunisienne des Editeurs, 2020
- Etude sur les médias tunisiens et la transition numérique, Media Up, 2019
- Annuaire statistique, INS, 2015-2019
- Rapport Open Sigma, Sigma Conseil, 2012-2019
- Etat des lieux de la culture et des arts, Med Culture, 2018
- Etat des lieux des Industries Culturelles et créatives : un potentiel à amorcer, BIAT, Novembre 2018

Webographie

- <http://www.otdav.tn/index.php/ar/>
- <https://www.rfi.fr/fr/podcasts/atelier-des-m%C3%A9dias/20210117-10-ans-revolution-tunisie-medias-numerique-inkyfada>
- <https://www.innorpi.tn/>
- <https://inkyfada.com/fr/2017/04/30/cinema-tunisien-subventions-chiffres/>
- <http://www.telediffusion.net.tn/?lang=fr>
- <https://www.csa.be/>
- <https://akademie.dw.de/tunisiamedia/>
- <http://www.ins.tn/>
- <https://www.alkitab.tn/>
- <https://urlz.fr/gVEn>
- <http://www.inp.rnrt.tn/>
- <https://www.tunisiepatrimoine.tn/accueil/>

Data collectée

Auprès de :

- MAC
- INP
- OTDAV
- INS
- CNCI
- MESRS
- ANETI

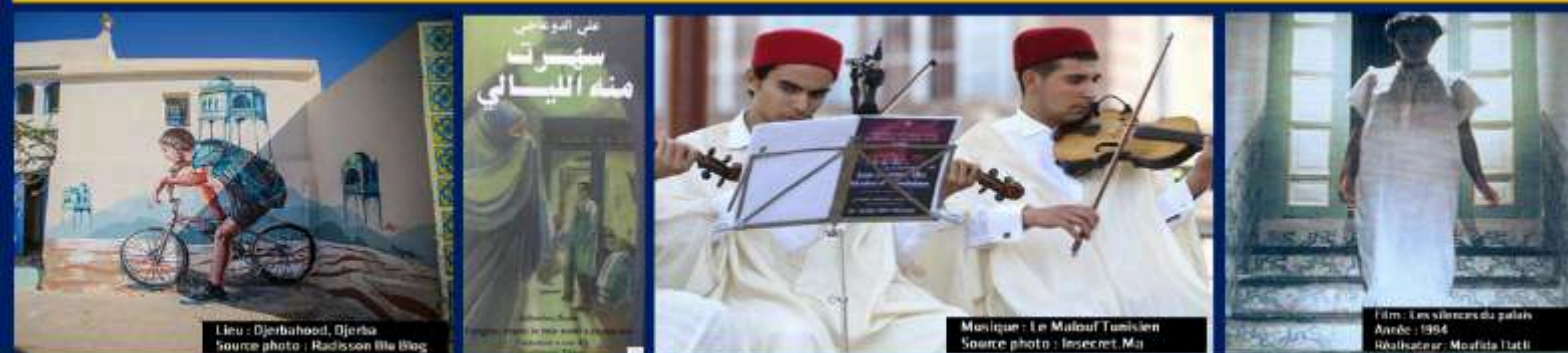




Projet de développement des Industries Culturelles et Créatives

Panorama des ICC en Tunisie

Livrable final



Sommaire

Présentation du livrable : Panorama des ICC en Tunisie	3
Résumé exécutif	4
Vue consolidée	
Panorama des Industries Culturelles et Créatives en Tunisie	6
Fiches sectorielles	
Guide de lecture des fiches sectorielles	7
Edition	8
Arts de la scène	15
Cinéma & vidéo	21
Musique	27
Architecture	34
Patrimoine	38
Arts visuels	44
Design et autres services créatifs	50
Médias audiovisuels	54
Festivals et évènements culturels	59
Jeux vidéo	64

Présentation du livrable : Panorama des ICC en Tunisie

Dans un contexte marqué par un manque accru de données sur les Industries Culturelles et Créatives (ICC) en Tunisie, ce panorama vient contribuer à éclaircir la réalité de ce secteur et essayer de déterminer son poids dans l'économie et l'emploi. Il est en effet l'aboutissement des travaux sur les axes précédents de la mission, notamment la définition d'un cadre conceptuel et normatif des ICC, traduit en une nomenclature qui délimite le champ de ces industries en Tunisie. Ce travail de nomenclature, basé sur un benchmark international et une adaptation au contexte local, a permis d'identifier 11 filières couvrant le secteur des ICC en Tunisie. Une fois le périmètre des ICC défini, une analyse qualitative des 11 filières a été entamée dans le but d'analyser les chaînes de valeur de ces filières en mettant en exergue les principaux modèles économiques. Cette analyse est appuyée davantage par une analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces de l'ensemble des filières ICC à travers une matrice SWOT. Suite à cette analyse qualitative, il est devenu nécessaire d'approfondir les résultats et de les quantifier. C'est dans ce cadre que s'inscrit ce panorama ICC, qui vient donc compléter l'analyse des chaînes de valeur des filières ICC. Ce panorama repose sur l'émission d'indicateurs chiffrés portant notamment sur le chiffre d'affaires, le nombre d'entreprises et l'emploi, permettant d'examiner le potentiel économique que pourrait offrir ce secteur en Tunisie. Les outputs de l'ensemble de ces travaux, notamment l'analyse des chaînes de valeur et le panorama, permettront d'alimenter la feuille de route pour le développement des ICC.

Deux approches ont été adoptées pour élaborer le panorama des ICC en Tunisie. La première consiste en la collecte des chiffres officiels de l'Institut National des Statistiques (INS) en s'appuyant sur la nomenclature ICC déjà définie et en partant de la Nomenclature des Activités Tunisiennes de l'INS (NAT 2009). En effet, pour certaines filières comme le « Cinéma et vidéo » ou les « médias audiovisuels », les indicateurs relatifs à l'emploi et l'économie sont produits par l'INS. Pour d'autres filières, dont le périmètre n'est pas clairement défini par la NAT de l'INS, une deuxième méthode a été mise en place. Cette dernière consiste en la construction d'un modèle d'estimation basé sur 3 principales sources : (1) l'émission d'hypothèses revues et validées par les experts sectoriels et les acteurs de l'écosystème, (2) l'analyse des résultats d'une enquête lancée auprès des professionnelles du secteur des ICC visant à collecter des données sur le secteur des ICC et qui a abouti à 722 réponses et enfin (3) la collecte de data auprès des différentes institutions de l'Etat à savoir le Ministère des Affaires Culturelles (MAC), l'Institut National du Patrimoine (INP), le Centre National du Cinéma et de l'image (CNCI), l'Agence de Mise en Valeur du Patrimoine et de Promotion Culturelle (AMVPPC), l'Organisme tunisien des droits d'auteur et des droits voisins (OTDAV)... Ces modèles d'estimations construits ont permis de compléter les indicateurs des filières, en s'appuyant sur des méthodes créatives basées sur la réalité du terrain (bottom-up).

Bien que la méthodologie de travail adoptée ait essayé de pallier le mieux au manque de données du secteur en s'adaptant à ses spécificités locales, elle comporte naturellement des limites. L'une des limites consiste en la divergence constatée de quelques données au niveau des sources revues. En effet, pour un même indicateur, plusieurs sources peuvent afficher différents résultats ce qui peut impacter la précision du modèle.

Une deuxième limite majeure se rapporte à l'incapacité à exploiter pleinement les données de l'INS. En effet, en raison d'une nomenclature (NAT) pas tout à fait adaptée à la réalité des ICC, un indicateur INS peut toucher plusieurs filières à la fois. En l'absence d'une clé de répartition pour départager cet indicateur, il devient difficile d'extraire et exploiter les données de l'INS.

Résumé exécutif

La genèse de la notion des « Industries Culturelles et Créatives (ICC) », dans les années 90, a permis de mettre en lumière la capacité de la culture et la créativité à créer des impacts qui vont au-delà de la sphère sociale. Une réflexion économique sur le secteur des ICC, a démontré le potentiel de ce dernier à apporter des gains considérables en termes de création d'emploi et de croissance économique.

Face à cette opportunité, plusieurs pays ont accordé une attention particulière aux ICC en les plaçant au cœur de leurs politiques publiques. De nombreux pays comme la France, le Canada, la Turquie ou le Royaume-Uni réussissent aujourd'hui à créer de véritables industries culturelles et créatives, capables de générer des gains indéniables pour le pays.

A l'échelle mondiale, les Industries Culturelles et Créatives (ICC) contribuent à hauteur de 3% du PIB mondial et génèrent près de 2 250 milliards de dollars de revenus annuellement. Néanmoins, 2/3 de ces revenus sont concentrés au niveau de 3 régions seulement qui sont (1) l'Asie-Pacifique, (2) l'Europe et (3) l'Amérique du Nord. Ces trois régions, affichent des revenus respectifs de ~740 milliards de dollars, 700 milliards de dollars et 620 milliards de dollars.

Si le succès des ICC est ressenti en Europe, l'Asie, et l'Amérique, les impacts de ce secteur, au niveau du continent Africain, demeure insatisfaisants. En effet, malgré la richesse et la diversité culturelle qui marquent ce continent, les revenus des ICC sur le marché Africain sont estimés à 4 milliards de dollars seulement, ne représentant que 0,2% du marché mondial des ICC.

Au niveau national, la taille de marché du secteur des Industries Culturelles et Créatives est estimée à 1,5 milliards de dinars contribuant ainsi à 0,7% du PIB national. Cette contribution reste au-dessous de la moyenne mondiale qui s'élève à 3% et au-dessous de certains pays comme la Belgique ou le Liban où la contribution des ICC dans le PIB atteint 5%.

Parmi les 11 filières ICC identifiées en Tunisie, celle relative au « Design et services créatifs » est la plus importante en termes de chiffre d'affaires, générant près de 600 millions de dinars annuellement soit 39% du marché des ICC en Tunisie. Cette forte contribution est expliquée par le poids de la sous-filière « publicité » qui représente 2/3 de la taille du marché de la filière.

En deuxième et troisième position s'inscrivent les filières « Musique » et « Médias audiovisuels ». Ces deux filières génèrent respectivement ~200 millions de dinars et ~145 millions de dinars annuellement soit 13% et 10% du marché des ICC.

Parmi les filières les moins génératrices de revenus en Tunisie figure la filière « jeux vidéo » qui, malgré sa forte expansion dans le monde, demeure sous exploitée en Tunisie avec des revenus annuels d'environ 20 millions de dinars seulement. Ce faible revenu témoigne de l'absence d'un véritable marché des jeux vidéo en Tunisie, dû essentiellement à l'indigence des mécanismes de financement l'inadéquation du cadre institutionnel ainsi que l'absence d'outils de monétisation.

Sur un marché local de 1,5 milliards de dinars, près de 500 millions de dinars circulent annuellement dans le marché informel, soit 1/3 du marché des ICC en Tunisie. Ceci démontre l'opportunité qu'offre ces industries pour des revenus fiscaux supplémentaires pour la Tunisie.

Au niveau sectoriel, la filière « Musique » affiche le taux d'informalité le plus élevé, avec près de ¾ de ses revenus circulant dans le marché informel, soit près de 150 millions de dinars annuellement. Cette informalité provient essentiellement des revenus non déclarés des événements privés, tels que les fêtes de mariage, les fêtes de circoncision, les autres événements privés, etc.

Le nombre d'entreprises ICC en Tunisie est estimé à ~14 000, soit 1,7% du nombre total des entreprises tunisiennes. Ce chiffre demeure au-dessous de la moyenne de certains pays comme le Liban où les entreprises ICC représentent 3,2% du total des entreprises. Ce faible taux pourrait être expliqué par la rigidité des procédures administratives de création d'entreprises et la difficulté d'accès au financement et aux marchés. Cependant, ce taux montre que les ICC sont un secteur porté par l'entrepreneuriat, avec un potentiel, non encore exploité, de dynamiser le tissu économique et le marché de l'emploi

En termes d'emplois, les Industries Culturelles et Créatives (ICC) dans le monde emploient près de 30 millions de personnes. Ces emplois touchent principalement les jeunes. En effet, selon l'UNESCO, les ICC sont le 1er employeur des jeunes âgés de 18 à 25 ans dans le monde.

En Tunisie, les ICC génèrent près de 70 000 emplois soit 1,6% de la population active. Ce chiffre demeure au-dessous de la moyenne de certains pays comme la France, la Jordanie, le Liban et la Belgique qui atteignent respectivement 2,2%, 3,4%, 4,5% et 5%.

Parmi les filières les plus créatrices d'emplois au niveau national figurent la « Musique », le « Design et services créatifs » ainsi que les « arts visuels ». Ces trois filières génèrent des emplois respectifs de ~27 000, ~9 000 et ~8 000 et ensemble accaparent 2/3 des emplois des ICC en Tunisie. Cette forte contribution provient essentiellement du marché informel qui caractérise ces trois filières.

En Tunisie, le secteur informel est le plus grand pourvoyeur d'emplois. En effet, les emplois informels au niveau du secteur des ICC sont estimés à ~42 000 soit 58% de l'emploi total des ICC. Ce taux d'informalité demeure significativement lourd et au-dessus de la moyenne nationale qui est de 38% selon l'INS. Ce taux élevé d'informalité au sein du secteur peut être expliqué par plusieurs facteurs, notamment l'absence d'un statut de l'artiste ainsi que les dispositions actuelles d'octroi de cartes professionnelles.

C'est à l'issue de ce panorama et de ses chiffres révélateurs qu'on peut affirmer que le potentiel du secteur des ICC en Tunisie demeure sous-exploité. Plusieurs freins structurels peuvent être à l'origine de cette sous-exploitation dont notamment l'absence d'une nomenclature ICC unifiée et adoptée par les institutions de l'Etat. En effet, la notion des ICC actuellement reste ambiguë au niveau des institutions officielles. Ceci entrave donc la formulation d'une politique publique pour le développement de ces industries, et empêche la construction de data permettant d'évaluer et piloter ce secteur.

Parmi les autres dysfonctionnements, on note également la difficulté d'accès au financement et aux marchés, qui est un problème certes applicable à nombreux secteurs économiques en Tunisie, mais davantage distingué pour les ICC en raison notamment du caractère jugé « risqué » de ces industries, de l'incompréhension des business modèles régissant le secteur, mais aussi d'un écosystème encore immature où les canaux de distribution restent à développer.

Sur le volet légal, un dysfonctionnement majeur touche les lois et décrets régissant les ICC. Ces lois et décrets sont en majorité inadaptés et obsolètes, et ne prennent pas en considération les grandes mutations ayant disrupté ces industries notamment avec l'avènement du digital et le changement des modèles économiques. Enfin et surtout, le système d'aides et de subventions demeure un frein important affectant le secteur. En effet, l'Etat se positionne comme étant l'un des financeurs « exclusifs » des ICC en Tunisie, et débourse annuellement près de 50 millions TND sur les subventions et aides. Cependant, de grandes réserves quant à l'efficacité de ces aides et leurs modalités d'allocation sont émises par les acteurs du secteur.

Vue consolidée – Panorama des Industries Culturelles et Créatives en Tunisie

#	Filière ICC	Indicateurs (2019)											
		Chiffre d'affaires ('000'000 TND)					Taille de marché ('000'000 TND)	Valeur ajoutée ('000'000 TND)	Part dans le PIB (En %)	Nombre d'entreprises ('000)	Emploi ('000)		
		Formel	Informel	Total	Import	Export					Formel	Informel	Total
1	Arts de la scène	7,5	5,8	13,3			13,3			0,4	0,5	1,7	2,2
2	Musique	50,4	149,0	199,3			199,3			1,5	1,8	25,0	26,8
3	Arts visuels	15,5	18,6	34,1			34,1			2,4	4,2	3,9	8,1
4	Cinéma & vidéo	86,7	57,8	144,6			144,6			1,4	2,3	1,4	3,8
5	Médias audiovisuels	141,9	3,6	145,5			145,5			0,1	3,3	2,0	5,3
6	Design et autres services créatifs	366,0	234,2	600,2			600,2			4,0	6,0	2,6	8,6
7	Architecture	65,4	65,4	130,9		10,0	120,9			3,3	4,3		4,3
8	Edition	111,5		111,5	34,9	5,6	140,8			0,7	3,2		3,2
9	Patrimoine	9,9		9,9			9,9			0,12	2,2	1,8	4,0
10	Festivals et événements culturels et créatifs	95,3		95,3			95,3			0,2	2,5	1,5	4,0
11	Jeux vidéo	20,0		20,0			20,0			0,02	0,8		0,8
#	Total	970,2	534,4	1 504,6	34,9	15,6	1 523,9	990,5	0,7*	14,2	31,1	40,1	71,1

*Etant donné la part importante de l'informel dans le secteur des ICC, le calcul de sa part dans le PIB a porté sur la taille de marché ICC totale (formel et informel) rapportée au PIB national total (incluant l'informel).

Légende	
xxx	Chiffre extrait
xxx	Chiffre estimé
	Non disponible
	Non applicable
Degré de confiance	
	Fortement confiant
	Confiant
	Moyennement confiant

Guide de lecture des fiches sectorielles

Une fiche sectorielle a été créée pour chacune des 11 filières ICC identifiées en Tunisie, permettant de détailler les caractéristiques de la filière en termes d'activités, d'acteurs, ...et démontrer son poids dans le secteur des ICC.

Chaque fiche sectorielle comporte 9 sections structurées comme suit :

- **Section 1 : Une présentation générale de la filière** permettant d'offrir au lecteur une vue générale des activités composants la filière ainsi que les principaux acteurs opérant sur son marché.
- **Section 2 : Les chiffres clés de la filière** permettant de présenter 3 types d'indicateurs chiffrés sur la filière : (1) des indicateurs économiques tels que le chiffre d'affaires, le nombre d'entreprises, les subventions de l'Etat, etc. (2) des indicateurs d'emploi et (3) des indicateurs spécifiques à la filière. L'ensemble des chiffres sont fournis pour l'année 2019.

Cette section présente aussi le positionnement de la filière par rapport aux autres en termes de taille de marché, de nombre d'entreprises et de nombre d'emploi.

Enfin, un benchmark international, est proposé au niveau de cette section permettant de comparer les indicateurs économiques et d'emploi de la filière à ceux d'autres pays.

Il est à noter que tous les chiffres au niveau de la section respectent la légende suivante relative au degré de confiance et présente au niveau de la vue consolidé :

Légende	
xxx	Chiffre extrait
xxx	Chiffre estimé
	Non disponible
	Non applicable
Degré de confiance	
	Fortement confiant
	Confiant
	Moyennement confiant

- **Section 3 : La chaîne de valeur de la filière** permettant de décrire les différents maillons de la chaîne en spécifiant pour chacun des maillons les principales activités et les acteurs concernés.
- **Section 4 : Le Business modèle** qui décrit pour chaque type d'acteur le processus de création de la valeur économique au niveau du maillon concerné.
- **Section 5 : La nomenclature de la filière** qui présente le cadre conceptuel et normatif soit l'ensemble des codes correspondant aux activités de la filière. Ces codes sont issus de la nomenclature des activités tunisiennes (NAT) de l'Institut National de la Statistique (INS).
- **Section 6 : Le cadre institutionnel** qui précise les principaux acteurs institutionnels impliqués au niveau du secteur ainsi que les principaux décrets et lois régissant la filière.
- **Section 7 : L'approche méthodologique** qui détaille la démarche adoptée pour élaborer les indicateurs économiques et d'emplois mentionnés au niveau la section 2.
- **Section 8 : Les limites méthodologiques** présentant les principales difficultés rencontrées lors de la démarche d'estimation.
- **Section 9 : Les sources** auxquelles les auteurs de ce travail ont eu recours pour extraire les données sur chaque filière.

Fiche sectorielle - Filière Edition

1. Présentation générale de la filière

La filière Edition comprend les activités relatives au process allant de la création à la commercialisation des livres, journaux, revues et périodiques ou assimilés. Elle englobe tout genre de création d'écrivains, auteurs, rédacteurs, traducteurs d'œuvres, journalistes et autres créateurs aussi bien sur les supports physiques que numériques.

2. Chiffres clés de la filière – 2019

2.1 Indicateurs économiques

Indicateur	Unité	Valeur
Chiffre d'affaires	Millions - TND	111,5
Journaux	Millions - TND	27,1
Livres non scolaires	Millions - TND	18,0
Livres parascolaires	Millions - TND	17,8
Livres scolaires	Millions - TND	48,6
Formel	Millions - TND	111,5
Informel	Millions - TND	
Importations	Millions - TND	34,9
Exportations	Millions - TND	5,6
Taille de marché	Millions - TND	140,8
Nombre d'entreprises	Milliers - Nombre	0,7
Subventions de l'Etat	Millions - TND	5,5
Acquisition d'ouvrages	Millions - TND	2,7
Subvention du papier	Millions - TND	1,1
Recommandation à la publication	Millions - TND	0,3
Acquisition de magazines et revues tunisiennes et étrangères	Millions - TND	0,4
Fonds d'encouragement à la création littéraire et artistique	Millions - TND	0,3
Aides aux associations	Millions - TND	0,6

2.2 Indicateurs de l'emploi

Indicateur	Unité	Valeur
Emploi	Milliers - Nombre	3,2
Formel	Milliers - Nombre	3,2
Informel	Milliers - Nombre	

2.3 Indicateurs spécifiques

Indicateur	Unité	Valeur
Nombre de maisons d'édition	Nombre	268

Indicateur	Unité	Valeur
Nombre de livres produits (titres)	Nombre	2674
Nombre de bibliothèques publiques	Nombre	434
Nombre de librairies	Nombre	110
Prix moyen du livre en TND	TND	20
Nombre de livres disponibles dans les bibliothèques publiques en millions	Nombre	8

2.4 Positionnement de la filière dans les ICC en Tunisie

Indicateur	Valeur
Part de la filière dans la taille du marché ICC	9%
Classement de la filière en termes de taille de marché par rapport aux autres filières	#5
Part de la filière dans le nombre d'entreprises ICC	5%
Classement de la filière en termes d'entreprises par rapport aux autres filières	#6
Part de la filière dans l'emploi total ICC	5%
Classement de la filière en termes d'emploi par rapport aux autres filières	#9

2.5 Benchmark des indicateurs de la filière

Indicateur	Tunisie	Maroc	France	Belgique	Liban
Indicateurs économiques					
Chiffre d'affaires en % du PIB	0,1%	0,36%	0,6%	2,5%	0,7%
Subventions de l'Etat en % du chiffre d'affaire de la filière	5,0%	0,28%	2,0%		
Indicateurs de l'emploi					
Emploi en % de la population active	0,1%		0,4%	0,8%	0,3%
Indicateurs spécifiques					
Nombre de livres produits par 1000 habitants	0,2	0,1	1,3	0,37	0,79
Nombre de bibliothèques publiques par 1 million d'habitants	37	18	120	45	24
Part du prix du livre dans le PIB par habitant	0,28%	0,24%	0,07%	0,03%	0,34%
Nombre de livres disponibles dans les bibliothèques publiques pour 1 habitant	0,68	0,04	2,32		
Nombre moyen de livres produits par maison d'édition	10	20	8	68	8
Nombre de librairies par 1 million d'habitants	9	20	300		

3. Chaîne de valeur de la filière

La chaîne de valeur de l'Édition est composée de 7 étapes majeures : (1) création, (2) intermédiation, (3) édition, (4) impression, (5) distribution (6) commercialisation et (7) consommation.

Le premier maillon de la chaîne de valeur consiste en la création de l'œuvre par l'auteur. Cette œuvre est ensuite sélectionnée, évaluée et orientée vers la maison d'édition adaptée par l'agent littéraire qui joue le rôle d'intermédiaire. La maison d'édition conçoit la forme matérielle de l'œuvre et se charge de sa production auprès de l'imprimeur. Il s'en suit une étape de promotion et de médiation de l'œuvre avant de la mettre à disposition des lecteurs dans les différents points de vente (librairies, grandes surfaces, bibliothèques...)

4. Business modèle de la filière

Les business modèles de la filière Edition se présentent typiquement comme suit :

- L'auteur de l'œuvre perçoit un pourcentage sur les ventes du livre. Ce pourcentage s'élève généralement à 10% des revenus
- L'intermédiaire (agent littéraire) perçoit une rémunération fixe ou un pourcentage des ventes négocié avec l'auteur
- L'éditeur supporte le coût de revient du livre (généralement 30% du prix de vente). Il est rémunéré en pourcentage des ventes (ce pourcentage est généralement de ~35%). L'éditeur supporte donc le risque du projet, et bénéficie en revanche des subventions de l'Etat.
- L'imprimeur est rémunéré sur la base du nombre d'exemplaires produits
- Environ ~15% du prix de vente du livre est dédié à la rémunération du distributeur
- Environ ~40% du prix de vente du livre est conservé par le point de vente

5. Nomenclature de la filière

La nomenclature de la filière Edition est issue de la Nomenclature des Activités Tunisiennes (NAT2009) de l'Institut National de la Statistique (INS).

Elle comporte les codes suivants :

Nomenclature filière Edition - NAT 2009 INS	
18 Imprimerie et reproduction d'enregistrements	
18.1 Imprimerie et services annexes	
18.11 Imprimerie de journaux	
18.12 Autre imprimerie (labeur)	
47 Commerce de détail, à l'exception des automobiles et des motocycles	
47.6 Commerce de détail de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé	
47.61 Commerce de détail de livres en magasin spécialisé	
47.62 Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé	
58 Édition	
58.1 Édition de livres et périodiques et autres activités d'édition	
58.11 Édition de livres	
58.13 Édition de journaux	
58.14 Édition de revues et périodiques	
63 Services d'information	
63.9 Autres services d'information	
63.91 Activités des agences de presse	
74 Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques	

Nomenclature filière Edition - NAT 2009 INS

74.3 Traduction et interprétation

74.30 Traduction et interprétation

Légende

	Division NAT
	Groupe NAT
	Classe NAT

6. Cadre institutionnel

6.1 Principaux acteurs institutionnels

- Ministère des Affaires Culturelles à travers :
 - Direction générale du livre
- Bibliothèque nationale de Tunisie
- Institut de Tunis pour la traduction
- Organisme tunisien des droits d'auteur et des droits voisins (OTDAV)

6.2 Principaux décrets et textes de lois régissant la filière

- Décret n°749 du 21 août 1979, portant sur l'encouragement de l'Etat à la production littéraire et scientifique, abrogé et complété par le décret n°590 du 16 Mars 1992, le décret n°98 du 16 Janvier 1995 et le décret n°885 du 20 Avril 1998.
- Décret n°2004-1847 du 2 août 2004, portant sur la création d'un comité consultatif pour l'octroi du taux unifié de la subvention applicable à toutes les catégories de papier utilisé dans l'industrie du livre culturel, du livre pour enfant et du livre d'art de luxe, et fixant sa composition et les modalités de son fonctionnement.
- Décret gouvernemental n°2021-76 du 21 janvier 2021, portant création et organisation des prix d'encouragement de l'Etat à la production littéraire et scientifique

7. Approche méthodologique d'estimation

7.1 Indicateurs économiques

L'estimation des indicateurs économiques de la filière est basée sur les sous-filières suivantes :

7.1.1 Journaux

L'estimation de la taille du marché des journaux est basée sur 2 paramètres :

- Le nombre moyen d'exemplaires vendus par jour, issus des chiffres du Syndicat national des journalistes tunisiens, extrapolé selon un taux de croissance annuel moyen (TCAM) à l'année 2019
- Le prix moyen d'un journal, extrait des déclarations de la Fédération Tunisienne des Directeurs de Journaux

Les montants des exportations et importations ont été identifiés à partir du site international des statistiques de commerce extérieur Trade Map.

7.1.2 Livres non scolaires et parascolaires

Afin de bien cerner la réalité du marché de l'édition des livres et de prendre en compte les caractéristiques des différents types d'édition, l'estimation s'est scindée en plusieurs sous-rubriques :

- Production des maisons d'édition :
 - o Livres pour enfants : 671 titres (source : Rapport direction générale du livre – MAC)
 - o Livres pour adultes : 1772 titres (source : Rapport direction générale du livre – MAC)
 - o Livres parascolaires : 356 titres (source : Livre Moncef Ben Ayed : Eclairage sur le monde de l'édition en Tunisie)
- Production à compte d'auteur (autoédition) : 231 titres (source : Livre Moncef Ben Ayed : Eclairage sur le monde de l'édition en Tunisie)

Pour chacune des rubriques, l'estimation de la taille de marché s'est basée sur les paramètres suivants :

- Production (en nombre de titres)
- Moyenne de vente (en nombre d'exemplaires)
- Prix de vente moyen d'un livre

⇒ **Chiffre d'affaires d'une sous rubrique** = Production * Moyenne de vente * Prix de vente moyen d'un livre

Les montants des exportations et importations ont été identifiés à partir du site international des statistiques de commerce extérieur Trade Map

7.1.3 Livres scolaires

L'estimation de la taille du marché des livres scolaires s'est basée sur 2 paramètres :

- Nombre d'élèves par niveau d'enseignement (couvrant 13 niveaux de la 1^{ère} année primaire au baccalauréat. A titre d'exemple : ~191 000 élevés en 1^{ère} année primaire, ~189 000 élèves en 2^{ème} année primaire, ~193 000 élèves en 3^{ème} primaire, ...) (source : Statistiques scolaires - Ministère de l'éducation Tunisie)
- Prix de vente de l'ensemble des livres scolaires par niveau d'enseignement (source : Centre National Pédagogique)

⇒ **Taille de marché des livres scolaires** = $\sum$ (Prix total de livres par niveau * nombre d'élèves par niveau)

7.2 Indicateurs de l'emploi

L'estimation de l'emploi de la filière est effectuée à partir de :

- Codes NAT fournis par l'INS et qui sont entièrement liés à la filière (emploi direct comptabilisé uniquement) :
 - o 58.1 Édition de livres et périodiques et autres activités d'édition
 - o 74.30 Traduction et interprétation
- Nombre d'auteurs et poètes recensés par le MAC

8. Limites méthodologiques

8.1 Nomenclature de la filière

Les codes INS relatifs à l'Edition ne correspondent pas au juste périmètre de la filière.

Il existe des codes qui ne sont que partiellement dédiés à l'Edition tel que :

- 47.62 Commerce de détail de journaux et papeterie en magasin spécialisé
- 18.12 Autre imprimerie

En l'absence d'une clé de répartition élaborée par l'INS pour départager les codes partiellement ICC, il est difficile d'isoler la partie liée à l'édition et donc d'estimer la taille de la filière à partir des données INS.

8.2 Fiabilité de la data

Des divergences constatées entre les différentes sources pour les mêmes indicateurs.

Les principaux indicateurs présentant des divergences sont :

- Production littéraire (nombre de titres produits par an)
- Nombre de maisons d'édition

9. Sources

Data
Data fournie par le MAC
Data fournie par l'INS / RNE
Bibliographie
Rapport évolution des éditions et éditeurs en Tunisie, MAC, 2011-2019
Eclairage sur le monde de l'édition durant la période 1984/2020 - Moncef Ben Ayed 2021
Diagnostic préliminaire ICC - MAC 2019
Nomenclature des activités tunisiennes - INS
Rapport Fédération Tunisienne des Editeurs - L'État tunisien et le soutien au livre
Le secteur du livre en France : chiffres clés 2018-2019, Observatoire de l'économie du livre, 2019
Edition et livre au Maroc, Fondation du Roi Abdul Aziz Al-Saoud, 2018-2019
Ministère de l'éducation Tunisie - Statistiques scolaires
Centre national pédagogique (CNT) - communiqué 25 août 2021.
التشريعات الثقافية حسب الهياكل و القطاعات - وزارة الشؤون الثقافية
EY France Créative - Panorama 2019
Rapport AFD - La Contribution Économique des Industries Culturelles et Créatives au Liban : Mesure, Potentiel et Recommandations
Le poids économique des Industries culturelles et créatives en Wallonie et à Bruxelles

Webographie

- <https://medias24.com/2020/02/04/plus-de-4-200-livres-et-revues-edites-au-maroc-en-2018-2019/>
- <https://actualitte.com/article/100099/politique-publique/la-france-et-ses-bibliotheques-un-reseau-fort-mais-inegal>
- <https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Livre-et-lecture/Les-bibliotheques-publiques>
- <https://www.sne.fr/faq-de-ledition/>
- https://cnd.hcp.ma/Direction-du-Livre-des-Bibliotheques-et-des-Archives_a168.html#:~:text=Actuellement%2C%20le%20nombre%20de%20biblioth%C3%A8ques,du%20Minist%C3%A8re%20de%20la%20Culture.
- <https://m.le360.ma/societe/librairies-bibliotheques-edition-voici-les-sombres-facettes-de-la-crise-de-la-lecture-au-maroc-204287>
- <https://lematin.ma/journal/2019/marche-ledition-encore-croissance-manque-flagrant-dediteurs-population-35-millions-dhabitants/310193.html>
- <https://www.businessnews.com.tn/article,520,59605,3>
- <https://bit.ly/3oshszy>
- <http://www.mom-rsf.org/>
- <https://www.espacemanager.com/prix-la-hausse-pour-les-journaux-compter-du-1er-janvier-2018.html>
- www.trademap.org
- <https://www.espacemanager.com/tous-les-prix-des-livres-scolaires.html>
- <http://www.centrale-edition.fr/fr/content/avant-propos>
- <https://www.editions-spinelle.com/index.php/liste-de-maisons-d-edition-de-livres-en-france#:~:text=Selon%20les%20statistiques%20fournies%20par,maisons%20d'%C3%A9dition%20en%20France.>
- <https://www.booksquad.fr/maroc-le-livre-confronte-a-un-marche-defectueux/>
- <https://www.maroc.ma/fr/actualites/soutien-ledition-au-livre-et-la-lecture-publique-577-projets-beneficient-de-laide>
- [https://actualitte.com/article/12858/international/chiffres-cles-2018-du-secteur-de-l-edition-et-du-livre-en-belgique#:~:text=Le%20total%20de%20titres%20%C3%A9dit%C3%A9s,2018%20contre%205587%20en%202017\).](https://actualitte.com/article/12858/international/chiffres-cles-2018-du-secteur-de-l-edition-et-du-livre-en-belgique#:~:text=Le%20total%20de%20titres%20%C3%A9dit%C3%A9s,2018%20contre%205587%20en%202017).)
- <https://fr.countryeconomy.com/pays/liban>
- <https://www.lavieeco.com/economie/le-marche-du-livre-narrive-toujours-pas-a-decoller/>
- <https://www.bief.org/fichiers/operation/4117/media/9722/Maroc%202018.pdf>
- <https://www.lecommercedulevant.com/article/30381-la-crise-fragilise-lindustrie-du-livre>
- [Le marché du livre en français au Proche-Orient - BIEF.org](http://www.bief.org/Le_marché_du_livre_en_français_au_Proche-Orient_-_BIEF.org)
- https://www.lorientlejour.com/article/687708/Salim_Wardy_remet_des_livres_a_126_bibliotheques_publiques.html
- <https://www.lecommercedulevant.com/article/30381-la-crise-fragilise-lindustrie-du-livre#:~:text=Apr%C3%A8s%20avoir%20baissé%C3%A9%20de%202012,y%20a%20seulement%20trois%20ans.&text=C'est%20la%20baisse%20du,de%20l'%C3%A9dition%20en%202019.>

Fiche sectorielle – Filière Arts de la scène

1. Présentation générale de la filière

La filière "Arts de la scène" comprend les activités relatives au théâtre, danse, marionnettes, cirque, arts de la rue et assimilés.

Elle englobe tout genre de création d'auteurs, metteurs en scène, dramaturges, chorégraphes et autres, à travers les représentations diffusées sur l'ensemble des canaux existants.

2. Chiffres clés de la filière – 2019

2.1 Indicateurs économiques

Indicateur	Unité	Valeur
Chiffre d'affaires	Millions - TND	13,3
Créations scéniques culturelles (pièces de théâtre, danse et activités des espaces scéniques)	Millions - TND	2,8
Créations scéniques commerciales (one man shows et autres spectacles commerciaux)	Millions - TND	10,5
Formel	Millions - TND	7,5
Créations scéniques culturelles (pièces de théâtre, danse et activités des espaces scéniques)	Millions - TND	2,2
Créations scéniques commerciales (one man shows et autres spectacles commerciaux)	Millions - TND	5,2
Informel	Millions - TND	5,8
Créations scéniques culturelles (pièces de théâtre, danse et activités des espaces scéniques)	Millions - TND	0,6
Créations scéniques commerciales (one man shows et autres spectacles commerciaux)	Millions - TND	5,2
Importations	Millions - TND	
Exportations	Millions - TND	
Taille de marché	Millions - TND	13,3
Nombre d'entreprises	Milliers - Nombre	0,4
Subventions de l'Etat	Millions - TND	6,2
Achat de représentations	Millions - TND	2,7
Aide à la production	Millions - TND	1,4
Soutien aux spectacles distribués à l'étranger	Millions - TND	0,1
Soutien aux spectacles de marionnette	Millions - TND	0,1
Gestion et aménagement d'espaces d'arts scéniques	Millions - TND	0,9
Fonds d'encouragement à la création littéraire et artistique	Millions - TND	0,7
Candidature libre	Millions - TND	0,3
Candidature à travers une structure professionnelle	Millions - TND	0,3
Candidature à travers une association	Millions - TND	0,1
Aides aux associations	Millions - TND	0,3

2.2 Indicateurs de l'emploi

Indicateur	Unité	Valeur
Emploi	Milliers - Nombre	2,2
Formel	Milliers - Nombre	0,5
Informel	Milliers - Nombre	1,7

2.3 Indicateurs spécifiques

Indicateur	Unité	Valeur
Nombre de centres d'arts dramatiques	Nombre	47
Nombre d'associations de théâtre amateur	Nombre	329
Nombre de sociétés de production théâtrale	Nombre	191
Nombre de manifestations théâtrales	Nombre	48
Nombre moyen de festivals et événements d'arts dramatiques par gouvernorat/région	Nombre	2
Nombre d'artistes d'arts dramatiques (professionnels)	Nombre	66
Nombre d'espaces scéniques privés	Nombre	47
Nombre de cartes professionnelles	Nombre	1 089

2.4 Positionnement de la filière dans les ICC en Tunisie

Indicateur	Valeur
Part de la filière dans la taille du marché ICC	1%
Classement de la filière en termes de taille de marché par rapport aux autres filières	#10
Part de la filière dans le nombre d'entreprises ICC	3%
Classement de la filière en termes d'entreprises par rapport aux autres filières	#7
Part de la filière dans l'emploi total ICC	3%
Classement de la filière en termes d'emploi par rapport aux autres filières	#10

2.5 Benchmark des indicateurs de la filière

Indicateur	Tunisie	France	Belgique	Liban
Indicateurs économiques				
Chiffre d'affaire en % du PIB	0,01%	0,3%	0,5%	0,2%
Subventions de l'Etat en % du chiffre d'affaires de la filière	46%	17%		
Indicateurs de l'emploi				
Emploi en % de la population active	0,1%	0,8%	0,2%	0,1%

3. Chaîne de valeur de la filière

La chaîne de valeur de la filière Arts de la scène est composée de 5 étapes majeures : (1) Ecriture de l'œuvre, (2) production, (3) Répétitions, (4) diffusion et (5) archivage

Le premier maillon de la chaîne de valeur consiste en l'écriture de l'œuvre par l'auteur ou le chef de projet (ou équivalent). Il s'en suit une étape de production dont le but est de monter le projet et son dossier de financement et constituer les équipes techniques et artistiques. Une fois les moyens humains et financiers sont mis en œuvre, les répétitions commencent parallèlement avec la phase de conception des détails techniques et artistiques (scénographie, décors, musique, lumière...). Ensuite, l'œuvre est diffusée au public dans le cadre de programmations de saison, d'événements culturels et de festivals. Finalement, la représentation peut être filmée pour assurer son archivage et conservation.

Il existe néanmoins un autre schéma de création, où l'écriture de l'œuvre ne se fait pas en amont, mais plutôt sur le tas lors des répétitions.

Il est également à noter que la filière des Arts de la scène peut être liée à d'autres chaînes de valeur. Cette liaison se manifeste par des intersections au niveau des œuvres avec d'autres formes artistiques qui peuvent y être intégrées, notamment la musique.

4. Business modèle de la filière

Les business modèles de la filière Arts de la scène se présentent typiquement comme suit pour les différents maillons :

- Ecriture de l'œuvre :
 - S'il y a un producteur : Le chef du projet/auteur de l'œuvre perçoit un cachet sur la base d'une négociation avec le producteur (un barème existe au niveau du MAC à titre consultatif)
 - Si le producteur est lui-même le metteur en scène/chef de projet il perçoit un seul cachet sur ses différentes prestations
- Production :
 - Le producteur supporte le coût de la production de l'œuvre et perçoit un cachet (qui peut être ~10% du cout total de l'œuvre)
- Répétitions :
 - Les équipes artistiques et techniques perçoivent un cachet sur la base d'une négociation avec le producteur (ou metteur en scène)
- Diffusion :
 - Le diffuseur (cas du one man show) ou le producteur (théâtre contemporain et classique) se charge de vendre les représentations ou louer l'espace de diffusion
 - Le producteur supporte les coûts de logistique et de déplacements
 - Le propriétaire de l'espace loue la salle et/ou perçoit un pourcentage de la billetterie
- Archivage de l'œuvre :
 - Les équipes de filmage et de montage perçoivent une rémunération fixe préalablement négociée avec le producteur

5. Nomenclature de la filière

La nomenclature de la filière Arts de la scène est issue de la Nomenclature des Activités Tunisiennes (NAT2009) de l'Institut National de la Statistique (INS).

Elle comporte les codes suivants :

Nomenclature filière Arts de la scène - NAT 2009 INS	
90 Activités créatives, artistiques et de spectacle	
90.0 Activités créatives, artistiques et de spectacle	
90.01 Arts du spectacle vivant	
90.02 Activités de soutien au spectacle vivant	
90.04 Gestion de salles de spectacles	

Légende

	Division NAT
	Groupe NAT
	Classe NAT

6. Cadre institutionnel

6.1 Principaux acteurs institutionnels

- Ministère des Affaires Culturelles à travers :
 - Direction des arts scéniques
- Théâtre nationale
- Théâtre de l'Opéra
- Centre national des arts de marionnette
- L'organisme tunisien des droits d'auteur et des droits voisins (OTDAV)
- Les centres des arts dramatiques

6.2 Principaux décrets et textes de lois régissant la filière

- Loi n° 66-62 du 5 juillet 1966, relative au visa des pièces théâtrales.
- Loi n° 86-15 du 15 février 1966, portant organisation des professions des arts dramatiques ensemble les textes qui l'ont modifié et complété et notamment la loi n° 2001-12 du 30 janvier 2001, relative à la simplification des procédures administratives se rapportant aux autorisations délivrées par le ministère de la culture pour la création des projets culturels.
- Décret n°89 -396 du 15 mars1989, fixant la composition et les attributions de la commission d'octroi des subventions d'aide à la production, à l'équipement ou au fonctionnement au profit des structures professionnelles de production et de diffusion des arts dramatiques.
- Décret n°89 -397 du 15 mars1989, fixant la composition de la commission de délivrance de la carte professionnelle des professions des arts dramatiques et les conditions de son octroi de son retrait.
- Décret n° 2001-1986, fixant les conditions de création de structures professionnelles de production et de diffusion des arts dramatiques.

- Décret n° 2012-3086 du 04 décembre 2012, portant création de la commission sélection des œuvres théâtrales et scéniques professionnelles et amateurs proposés à la distribution dans les espaces culturels et fixant sa composition et les modalités de son fonctionnement.

7. Approche méthodologique d'estimation

7.1 Indicateurs du formel

L'estimation des indicateurs économiques et d'emploi formels de la filière est basée sur les chiffres de l'INS :

L'INS a fourni les chiffres d'affaires déclaré et l'emploi pour le code 90 Activités créatives, artistiques et de spectacle.

Etant donné que ce code regroupe 3 filières : (1) Musique, (2) Arts de la scène et (3) arts visuels, et en l'absence d'une clé de répartition au niveau de l'INS, la défalcation de ces chiffres a été effectuée selon la méthode suivante :

La clé de répartition a été estimée à partir de la part des entreprises de chacune des filières dans le nombre total des entreprises des 3 filières (à partir de l'étude du MAC : Diagnostic préliminaire des ICC). Ainsi, un pourcentage de répartition a été déduit pour chacune des filières :

- 21% pour la filière Arts de la scène
- 60% pour la filière Musique
- 19% pour la filière Arts visuels

Ce pourcentage a été appliqué aux chiffres relatifs au CA déclaré et l'emploi du code 90-INS pour déduire les indicateurs relatifs à la filière Arts de la scène

7.2 Indicateurs de l'informel

Pour estimer le chiffre d'affaires informel de la filière, une hypothèse sur le taux d'informalité a été appliquée.

Cette hypothèse a été revue à travers les discussions avec les acteurs de l'écosystème.

Afin de mieux cerner la réalité du marché de la filière Arts de la scène, le taux d'informalité a été différencié entre les 2 sous-segments de la filière :

- Taux d'informalité de 20 % pour des Créations scéniques culturelles (pièces de théâtre, danse et activités des espaces scéniques)
- Taux d'informalité de 50% pour des Créations scéniques commerciales (one man shows et autres spectacles commerciaux)

Ces taux d'informalité ont été discutés et revus par les experts sectoriels.

Concernant l'emploi informel, l'estimation s'est basée sur le nombre de détenteurs de cartes professionnelles, en prenant l'hypothèse sur la part des détenteurs du nombre total de professionnels de la filière.

8. Limites méthodologiques

8.1 Nomenclature de la filière

Les codes INS relatifs aux Arts de la scène ne correspondent pas au juste périmètre de la filière.

- 90 Activités créatives, artistiques et de spectacle

Ce code est commun à 3 filières : (1) Musique, (2) Arts de la scène et (3) arts visuels

En l'absence d'une clé de répartition élaborée par l'INS pour départager les codes partiellement liés à la filière, il est nécessaire d'émettre des hypothèses afin d'isoler la partie liée aux Arts de la scène.

8.2 Fiabilité de la data

Des divergences constatées entre les différentes sources pour les mêmes indicateurs.

Les principaux indicateurs présentant des divergences sont :

- Nombre d'entreprises opérant dans la filière

9. Sources

Data
Data fournie par le MAC
Data fournie par l'INS

Bibliographie
Diagnostic préliminaire des ICC - MAC 2019
Chiffres clés 2021 : Théâtres et spectacles vivants en France, Ministère de la culture
التشريعات الثقافية حسب الهياكل و القطاعات - وزارة الشؤون الثقافية
Nomenclature des Activités Tunisiennes (NAT 2009) - INS
EY France Créative - Panorama 2019
Rapport AFD - La Contribution Économique des Industries Culturelles et Créatives au Liban: Mesure, Potentiel et Recommandations
Le poids économique des Industries culturelles et créatives en Wallonie et à Bruxelles

Fiche sectorielle – Filière Cinéma & vidéo

1. Présentation générale de la filière

La filière du cinéma & vidéo regroupe la production des films (long-métrage et court-métrage), séries, vidéos, animations et tout type de contenu audiovisuel.

Les principaux acteurs des filières sont les auteurs, scénaristes, réalisateurs, producteurs, techniciens, vidéastes, distributeurs, exploitants (salles de cinéma, VOD, ...), critiques...

2. Chiffres clés de la filière – 2019

2.1 Indicateurs économiques

Indicateur	Unité	Valeur
Chiffre d'affaires	Millions - TND	144,6
Films	Millions - TND	
Séries	Millions - TND	
Vidéos	Millions - TND	
Formel	Millions - TND	86,7
Informel	Millions - TND	57,8
Importations	Millions - TND	
Exportations	Millions - TND	
Taille de marché	Millions - TND	144,6
Nombre d'entreprises	Milliers - Nombre	1,4
Subventions de l'Etat	Millions - TND	7,2
Aide à la production	Millions - TND	3,9
Long métrage fiction	Millions - TND	3,4
Court métrage fiction	Millions - TND	0,4
Long métrage documentaire	Millions - TND	0,1
Court métrage documentaire	Millions - TND	0,05
Aide à l'écriture	Millions - TND	0,05
Acquisition des films cinématographiques	Millions - TND	0,2
Aides aux associations	Millions - TND	0,3
Aménagement des salles de cinéma	Millions - TND	0,4
Soutien aux événements	Millions - TND	2,4
Nationaux	Millions - TND	2
Régionaux	Millions - TND	0,3
Internationaux	Millions - TND	0,0002

2.2 Indicateurs de l'emploi

Indicateur	Unité	Valeur
Emploi	Milliers - Nombre	3,8
Formel	Milliers - Nombre	2,3
Informel	Milliers - Nombre	1,4

2.3 Indicateurs spécifiques

Indicateur	Unité	Valeur
Nombre de salles de cinéma	Nombre	20
Fréquentation annuelle des salles de cinéma	Millions entrées	2,6
Prix moyen d'un billet de cinéma	TND	6

2.4 Positionnement de la filière dans les ICC en Tunisie

Indicateur	Valeur
Part de la filière dans la taille du marché ICC	9%
Classement de la filière en termes de taille de marché par rapport aux autres filières	#4
Part de la filière dans le nombre d'entreprises ICC	10%
Classement de la filière en termes d'entreprises par rapport aux autres filières	#5
Part de la filière dans l'emploi total ICC	5%
Classement de la filière en termes d'emploi par rapport aux autres filières	#8

2.5 Benchmark des indicateurs de la filière

Indicateur	Tunisie	Maroc	France	Belgique	Liban
Indicateurs économiques					
Chiffre d'affaires en % du PIB	0,13%	0,07%	0,12%	0,11%	0,16%
Subventions de l'Etat en % du chiffre d'affaires de la filière	5%	10%	10%	2%	
Indicateurs de l'emploi					
Emploi en % de la population active	0,09%		0,37%	0,37%	0,07%
Indicateurs spécifiques					
Nombre de salles de cinéma par 1 million d'habitants	1,7	0,8	30,4	40,0	18,8
Moyenne des entrées par salle de cinéma	131 900	60 679	104 303	42 000	26 548
Moyenne annuelle d'entrées en salles de cinéma par habitant	0,23	0,05	3,30	1,67	0,45
Part d'un billet de cinéma dans le PIB/habitant	0,06%	0,10%	0,02%	0,03%	0,21%

3. Chaîne de valeur de la filière

La chaîne de valeur du cinéma est composée de 8 maillons : Création (1), Développement (2), Production (3), Post-production (4), Distribution (5), Diffusion & exploitation (6), Consommation (7) et Critique (8).

La phase de création est le déclencheur du cycle culturel. Cette phase comprend l'écriture d'un scénario par l'auteur ou le scénariste. La deuxième phase de développement est dédiée essentiellement à la levée de fonds et à la préparation du plan technique. La phase de production peut être entamée par la suite, qui, à travers le tournage, transforme le scénario en une œuvre avec autant de valeur artistique qu'économique. Cette phase est succédée par la post-production où une

équipe technique se charge de toute la partie data management (édition des images, séquences...). Une fois cette étape est achevée, l'œuvre pourra être exploitée par le distributeur, qui a pour rôle de l'acheminer vers l'exploitant (salle de cinéma, plateforme...) qui la diffuse aux consommateurs. Le dernier maillon de critique permet de créer du lien entre le produit culturel et le public mais également de nourrir les créateurs et de leur donner la légitimité garante d'une représentativité des identités plurielles tunisiennes.

Cette chaîne de valeur est en étroite relation avec d'autres filières des industries culturelles et créatives notamment la musique, l'édition et les arts de la scène. En effet, une production cinématographique intègre généralement des œuvres musicales (bande originale), et peut mettre la lumière sur des livres ou des œuvres théâtrales.

4. Business modèle de la filière

Les business modèles de la filière Cinéma & vidéo se présentent typiquement comme suit :

- Le scénariste et le réalisateur perçoivent un cachet sur la base d'une négociation avec le producteur (un contrat de cession des droits de scénario du film du réalisateur et un contrat de cession des droits d'auteur de l'auteur sont conclus avec le producteur)
- Le producteur touche généralement 30% des recettes de billetterie
- Les coûts de post- production sont supportés par le producteur
- Le distributeur touche environ 20% des recettes de billetterie
- L'exploitant perçoit généralement 50% des recettes de billetterie

5. Nomenclature de la filière

La nomenclature de la filière Cinéma & vidéo est issue de la Nomenclature des Activités Tunisiennes (NAT2009) de l'Institut National de la Statistique (INS).

Elle comporte les codes suivants :

Nomenclature filière Cinéma & vidéo - NAT 2009 INS	
18 Imprimerie et reproduction d'enregistrements	
18.2 Reproduction d'enregistrements	
18.20 Reproduction d'enregistrements	
47 Commerce de détail, à l'exception des automobiles et des motocycles	
47.6 Commerce de détail de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé	
47.63 Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé	
59 Production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision ; enregistrement sonore et édition musicale	
59.1 Activités cinématographiques, vidéo et de télévision	
59.11 Production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision	
59.12 Post-production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision	
59.13 Distribution de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision	

Nomenclature filière Cinéma & vidéo - NAT 2009 INS	
59.14	Projection de films cinématographiques
77	Activités de location et location bail
77.2	Location et location-bail de biens personnels et domestiques
77.22	Location de vidéocassettes et disques vidéo

Légende

	Division NAT
	Groupe NAT
	Classe NAT

6. Cadre institutionnel

6.1 Principaux acteurs institutionnels

- Ministère des Affaires Culturelles à travers :
 - Direction des arts audio-visuels
- Centre National du Cinéma et de l'Image (CNCI)
- L'organisme tunisien des droits d'auteur et des droits voisins (OTDAV)

6.2 Principaux décrets et textes de lois régissant la filière

- Loi n°60-19 du 27 juillet 1960 portant réglementation de l'industrie cinématographique.
- Loi n°81-45 du 29 mai 1981 relative à l'importation et à la distribution des films cinématographiques.
- Décret-loi n° 2011-80 du 23 août 2011, relatif à l'organisation de la création des entreprises privées dans certaines activités culturelles.
- Décret n°82-1388 du 26 octobre 1982 portant organisation et fonctionnement de la commission de contrôle des films cinématographiques
- Décret n° 2001-717 du 19 mars 2001, fixant les modalités d'octroi de subventions d'encouragement à la production cinématographique.
- Décret n° 2009-1338 du 28 avril 2009, relatif à la création d'un guichet unique pour fournir les prestations administratives nécessaires au tournage des films tunisiens, étrangers et à participation étrangère.
- Décision du secrétaire d'Etat des affaires culturelles du 29 avril 1964 relative aux conditions l'octroi de la carte professionnelle dans le secteur du cinéma complétée et abrogée par la décision du 5 avril 1983 et la décision du 21 avril 1995.

7. Approche méthodologique d'estimation

7.1 Indicateurs du formel

L'estimation des indicateurs économiques et d'emploi formels de la filière est basée sur les chiffres de l'INS :

- 59.1 Activités cinématographiques, vidéo et de télévision : Code entièrement dédié à la filière et représente 97% du son CA déclaré
- 77.22 Location de vidéocassettes et disques vidéo : Code entièrement dédié à la filière

- 47.63 Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé : Code commun aux filières (1) Cinéma & vidéo et (2) Musique
- 18.20 Reproduction d'enregistrements : Code partiellement ICC

Une clé de répartition a été définie pour répartir les codes partiellement liés à la filière

- 80% du code INS 47.63 attribué à la filière Cinéma & vidéo
- 33% du code INS 18.20 attribué à la filière Cinéma & vidéo

7.2 Indicateurs de l'informel

Pour estimer le chiffre d'affaires informel de la filière, une hypothèse sur le taux d'informalité a été appliquée.

Cette hypothèse a été revue à travers les discussions avec les experts sectoriels et les acteurs privés de l'écosystème. Le taux d'informalité appliqué est donc de 40%

Concernant l'emploi informel, l'estimation s'est basée sur la moyenne nationale d'informalité élaborée par l'INS (hors secteur agricole)

8. Limites méthodologiques

8.1 Nomenclature de la filière

Les codes INS relatifs à la filière Cinéma & vidéo ne correspondent pas au juste périmètre de la filière. Il existe des codes qui ne sont que partiellement dédiés à la filière tel que :

- 47.63 Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé
- 18.20 Reproduction d'enregistrements

8.2 Fiabilité de la data

Des divergences constatées entre les différentes sources pour les mêmes indicateurs

Les principaux indicateurs présentant des divergences sont :

- Nombre de films subventionnés (différence entre les chiffres du MAC et du CNCI)

8.3 Disponibilité de la data

Absence de data sur le nombre de films produits annuellement

9. Sources

Data
Data fournie par le MAC
Data fournie par l'INS / RNE
Bibliographie
Etude sur l'économie culturelle et créative tunisienne, TFANEN-Culture Funding Watch, 2019
Rapport Parc cinématographique au Maroc, 2019
Indicateurs sur l'emploi informel 2019 - INS
Nomenclature des activités tunisiennes - INS

Bibliographie

EY France Créative - Panorama 2019

Rapport AFD - La Contribution Économique des Industries Culturelles et Créatives au Liban: Mesure, Potentiel et Recommandations

Le poids économique des Industries culturelles et créatives en Wallonie et à Bruxelles

CNC - Bilan 2019

CCA - Bilan 2019

Webographie

<https://retourverslecinema.com/le-cinema-en-chiffres/>

<https://www.boxofficepro.fr/geographie-du-cinema-2019-un-parc-de-salles-a-la-pointe-et-attractif/>

<https://www.franceculture.fr/cinema/cinema-2019-une-frequentation-record-des-salles>

<https://www.moneyvox.fr/actu/80536/a-plus-de-15-euros-la-place-le-cinema-est-il-devenu-un-luxe>

<https://www.lecommercedulevant.com/article/27798-le-liban-fait-son-cinema>

https://www.agendaculturel.com/article/Cinema_Un_nouveau_complexe_cinema_a_Beyrouth_Cinematicity_Mario+Haddad#:~:text=Pourtant%20d%C3%A9j%C3%A0%20dot%C3%A9%20de%20133,sa%20capitale%2C%20dans%20les%20souks.

<https://statbel.fgov.be/fr/themes/entreprises/cinemas#figures>

<https://cineuropa.org/fr/newsdetail/350441/>

https://telquel.ma/2017/03/11/cinema-700-millions-dirhams-chiffre-daffaires-en-2016_1538908

Fiche sectorielle – Filière Musique

1. Présentation générale de la filière

La filière "Musique" comprend les activités relatives au process allant de la création à la diffusion et la représentation des œuvres musicales

Elle englobe dans toutes les disciplines les créations des auteurs, compositeurs, artistes interprètes et producteurs, enregistrées et diffusées sur scène ou sur supports physiques ou digitaux.

2. Chiffres clés de la filière – 2019

2.1 Indicateurs économiques

Indicateur	Unité	Valeur
Chiffre d'affaires	Millions - TND	199,3
Evènements familiaux	Millions - TND	123,7
Evènements professionnels	Millions - TND	72,1
Musique enregistrée	Millions - TND	3,1
Fabrication d'instruments	Millions - TND	0,6
Formel	Millions - TND	50,4
Evènements familiaux	Millions - TND	
Evènements professionnels	Millions - TND	46,7
Musique enregistrée	Millions - TND	3,1
Fabrication d'instruments	Millions - TND	0,6
Informel	Millions - TND	149,0
Evènements familiaux	Millions - TND	123,7
Evènements professionnels	Millions - TND	25,3
Musique enregistrée	Millions - TND	
Fabrication d'instruments	Millions - TND	
Importations	Millions - TND	
Exportations	Millions - TND	
Taille de marché	Millions - TND	199,3
Nombre d'entreprises	Milliers - Nombre	1,5
Subventions de l'Etat	Millions - TND	5,5
Achat de spectacles musicaux et chorégraphiques	Millions - TND	2,0
Fonds d'encouragement à la créativité littéraire et artistique	Millions - TND	3,2
Aides aux associations de Musique et danse	Millions - TND	0,4

2.2 Indicateurs de l'emploi

Indicateur	Unité	Valeur
Emploi	Milliers - Nombre	26,8
Formel	Milliers - Nombre	1,8
Informel	Milliers - Nombre	25,0

2.3 Indicateurs spécifiques

Indicateur	Unité	Valeur
Cartes professionnelles dans le secteur de la musique et danse	Nombre	17 885
Nombre d'instituts nationaux de musique	Nombre	26
Nombre de diplômés musique arabe	Nombre	106
Enregistrements audiovisuels dont dispose le CMAM	Nombre	34 744

2.4 Positionnement de la filière dans les ICC en Tunisie

Indicateur	Valeur
Part de la filière dans la taille du marché ICC	13%
Classement de la filière en termes de taille de marché par rapport aux autres filières	#2
Part de la filière dans le nombre d'entreprises ICC	11%
Classement de la filière en termes d'entreprises par rapport aux autres filières	#4
Part de la filière dans l'emploi total ICC	38%
Classement de la filière en termes d'emploi par rapport aux autres filières	#1

2.5 Benchmark des indicateurs de la filière

Indicateur	Tunisie	France	Belgique	Liban
Indicateurs économiques				
Chiffre d'affaires en % du PIB	0,17%	0,23%	0,02%	
Subventions de l'Etat en % du chiffre d'affaires de la filière	3%			
Indicateurs de l'emploi				
Emploi en % de la population active	0,64%	0,70%	0,21%	0,07%

3. Chaîne de valeur de la filière

La chaîne de valeur de la Musique est composée de 6 étapes majeures : (1) création, (2) édition, (3) production, (4) interprétation, (5) distribution & diffusion et (6) consommation

Le premier maillon de la chaîne de valeur consiste en la création de l'œuvre par l'auteur ou le compositeur. Il s'en suit une étape d'édition dont le but est de protéger l'œuvre et la promouvoir. La protection de l'œuvre se fait à travers son dépôt auprès d'un organisme de gestion collective, permettant ainsi de préserver les droits de son créateur. Une fois l'œuvre est déposée, elle est ensuite produite par un producteur. L'œuvre peut être par la suite interprétée par un ou plusieurs artistes interprètes et diffusée aussi bien sur scène (concerts, festivals, fêtes...) ou sur divers supports physiques (CDs, vinyles...) ou digitaux (plateformes audio et audiovisuelles, réseaux sociaux, sites web...).

Il est à noter qu'en termes de synergies, il existe une interconnexion forte de la filière Musique avec d'autres chaînes de valeur. La musique peut être une composante essentielle pour alimenter et enrichir plusieurs types de création notamment les œuvres scéniques et cinématographiques. Citons

à titre d'exemple les œuvres musicales interprétées par feu Hedi Guella lors des représentations de la pièce théâtrale Klem Ellil de Taoufik Jebali, ou encore le film Papa Hedi qui reconstitue l'image de Hedi Jouini vue par sa petite fille et réalisatrice du film Claire Belhassine, avec des extraits de sa musique. La musique peut également être intégrée dans les jeux vidéo, les expositions des arts visuels... etc.

4. Business modèle de la filière

Les business modèles de la filière Musique se présentent typiquement comme suit pour les différents maillons :

- Création :

- Les créateurs sont rémunérés en droits d'auteurs après avoir déposé leurs œuvres auprès des OGC.
- Ils peuvent également confier leurs droits patrimoniaux (économiques) aux éditeurs.
- Il est à noter que la rémunération se déclenche par la diffusion de l'œuvre

- Edition :

- Les OGC collectent les droits à travers les licences conclues avec les diffuseurs de musique
- Ils répartissent ensuite les droits collectés sur leurs affiliés en fonction de la diffusion de leurs œuvres (proportionnellement au nombre de streams)

- Production :

Les producteurs peuvent être rémunérés de 2 manières :

- En redevances : un pourcentage des revenus issus de la distribution digitale sur les plateformes
- Revenus des ventes des supports physiques (CDs, Vinyes...)

- Interprétation :

Les interprètes peuvent être payés de 2 manières :

- En redevances : un pourcentage des revenus issus de la distribution digitale et/ou physique de leurs œuvres
- Un cachet négocié pour les représentations sur scène

5. Nomenclature de la filière

La nomenclature de la filière Musique est issue de la Nomenclature des Activités Tunisiennes (NAT2009) de l'Institut National de la Statistique (INS).

Elle comporte les codes suivants :

Nomenclature filière Musique - NAT 2009 INS	
18 Imprimerie et reproduction d'enregistrements	
18.2 Reproduction d'enregistrements	
18.20 Reproduction d'enregistrements	
32 Autres industries manufacturières	
32.2 Fabrication d'instruments de musique	
32.20 Fabrication d'instruments de musique	
47 Commerce de détail, à l'exception des automobiles et des motocycles	

Nomenclature filière Musique - NAT 2009 INS	
47.6 Commerce de détail de biens culturels et de loisirs en magasin spécialisé	
47.63 Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé	
59 Production de films cinématographiques, de vidéo et de programmes de télévision ; enregistrement sonore et édition musicale	
59.2 Enregistrement sonore et édition musicale	
59.20 Enregistrement sonore et édition musicale	
90 Activités créatives, artistiques et de spectacle	
90.0 Activités créatives, artistiques et de spectacle	
90.01 Arts du spectacle vivant	
90.02 Activités de soutien au spectacle vivant	

Légende

	Division NAT
	Groupe NAT
	Classe NAT

6. Cadre institutionnel

6.1 Principaux acteurs institutionnels

- Ministère des Affaires Culturelles à travers :
 - Direction de la Musique et de la Danse
- Le centre des musiques arabes et méditerranéennes (CMAM)
- L'organisme tunisien des droits d'auteur et des droits voisins (OTDAV)

6.2 Principaux décrets et textes de lois régissant la filière

- Loi n° 69-32 du 9 mai 1969, relative instituant une carte professionnelle artistique.
- Décret n°2000 -877 du 24 avril 2000, fixant les modalités d'octroi des subventions d'aide à la production d'œuvres nouvelles dans le domaine de la musique.
- Décret n° 2003-457 du 04 mars 2003, portant fixation de tarif de la taxe due sur les prises des billets d'entrée aux spectacles artistiques.
- Décret 2009-2197 du 20 juillet 2009 portant institution d'une commission consultative des spectacles artistiques animés par des étrangers et fixant ses attributions, sa composition, les modalités de son fonctionnement et les procédures poursuivies devant cette commission.
- Décret n° 70-141 du 27 avril 1970 fixant la composition et le fonctionnement de la commission de la profession d'artiste.
- Décret gouvernemental n° 2018-569 du 12 juin 2018, portant création du diplôme national de la musique et du diplôme national supérieur du conservatoire national de musique.
- Décret gouvernemental n° 2019-1213 du 27 décembre 2019, portant dispositions dérogatoires au décret gouvernemental n° 2018-569 du 12 juin 2018, portant création du diplôme national de la musique et du diplôme national supérieur de l'institut national de la musique.

7. Approche méthodologique d'estimation

7.1 Indicateurs économiques

L'estimation des indicateurs économiques de la filière est basée sur les éléments suivants :

7.1.1 Chiffres fournis par l'INS

Les chiffres fournis par l'INS portent sur les codes suivants :

- 90 Activités créatives, artistiques et de spectacle : code partiellement dédié à la filière. Une hypothèse sur la clé de répartition a été émise pour départager cette rubrique. La part relative à la filière représente 86% du CA déclaré fourni par l'INS.
Etant donné que ce code regroupe 3 filières : (1) Musique, (2) Arts de la scène et (3) arts visuels, la clé de répartition a été estimée à partir de la part des entreprises de chacune des filières dans le nombre total des entreprises des 3 filières (à partir de l'étude du MAC : Diagnostic préliminaire des ICC). Ainsi, un pourcentage de répartition a été déduit pour chacune des filières.
- 18.20 Reproduction d'enregistrements : code partiellement dédié à la filière. Une hypothèse sur la clé de répartition a été émise pour départager cette rubrique.
- 32.20 Fabrication d'instruments de musique : code entièrement dédié à la filière
- 47.63 Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé : code partiellement dédié à la filière. Une hypothèse sur la clé de répartition a été émise pour départager cette rubrique.
- 59.20 Enregistrement sonore et édition musicale : Code entièrement dédié à la filière.

7.1.2 Estimations

L'estimation de la taille du marché de la filière a été complétée en se basant sur des estimations des sous-filières suivantes :

- Evénements familiaux : L'estimation a porté sur le chiffre d'affaires des prestations musicales relatif aux :
 - Fêtes de mariages : le nombre annuel des mariages est une donnée publiée par l'INS (90 617 en 2019). Une décote de 15% a été appliquée pour exclure les fêtes n'incluant pas de prestations musicales.
 - Fêtes de circoncision : le nombre annuel des naissances masculines est de 102 782 selon l'INS. Une décote de 90% a été appliquée pour exclure les circoncisions sans fête, ainsi que les fêtes n'incluant pas de prestations musicales
 - Fêtes de réussites scolaires : le nombre d'admis au concours de Bac, 9ème et 6ème est une donnée publiée par le ministère de l'Éducation. Des décotes de 90%, 95% et 95% ont été respectivement appliquées pour exclure les admissions sans fêtes, ainsi que les fêtes n'incluant pas de prestations musicales. Cette décote a été différenciée pour les 3 niveaux concernés (le niveau Bac ayant la décote la plus faible)
- Evénements professionnels : L'estimation a porté sur le chiffre d'affaires des prestations musicales relatif aux :
 - Soirées dans les hôtels : le nombre d'hôtels est une donnée publiée par l'Office National du Tourisme Tunisien (ONTT). Des hypothèses ont été émises sur le nombre de soirées musicales par semaine. Ces hypothèses ont été différenciées par saison (saison estivale vs saison hivernale), et par type d'hôtel (3 étoiles vs 4 étoiles vs 5 étoiles). A titre d'exemple : le nombre de soirées estimé pour les hôtels 4 & 5 étoiles durant la saison estivale est de 4

soirées par semaine contre une soirée par semaine durant la saison hivernale. Le nombre de soirées estimé pour les hôtels 3 étoiles durant la saison estivale est de 1 soirée par semaine contre aucune soirée durant la saison hivernale.

- Soirées dans les restaurants : le nombre de restaurants touristiques est une donnée publiée Office National du Tourisme Tunisien (ONTT). Ce nombre inclue, entre autres, les restaurants touristiques avec animation musicale, les cabarets, les clubs de danse et les clubs de nuit. Des hypothèses ont été émises sur le nombre de soirées musicales par semaine. Ces hypothèses ont été différenciées par saison (saison estivale vs saison hivernale).

Pour l'ensemble de ces éléments, des hypothèses ont été émises concernant le montant moyen déboursé par prestation musicale. Ces hypothèses ont été différenciées par type de fête (mariage, circoncision, réussite scolaire...) et par type d'établissement (hôtels 3 étoiles, 4 étoiles, 5 étoiles, restaurants...). L'ensemble de ces hypothèses ont été revues avec les experts et les acteurs de l'écosystème de la filière. A titre d'exemple : le montant moyen déboursé pour une prestation musicale dans un mariage est de 1500 TND contre 500 TND pour les fêtes de circoncision et de réussites scolaires.

7.2 Indicateurs de l'emploi

L'estimation de l'emploi de la filière est effectuée à partir de :

- Chiffres INS portant sur les codes NAT susmentionnés de la filière. Une clé de répartition a été appliquée pour chacun des codes partiellement dédiés à la filière (même démarche que celle expliqué pour les indicateurs économiques INS)
- Estimations de l'emploi informel à partir du nombre de détenteurs de carte professionnelles, en prenant l'hypothèse sur la part des détenteurs du nombre total de professionnels de la filière. Selon les discussions avec les acteurs, environ 60% des professionnels du secteur possèdent une carte professionnelle.

8. Limites méthodologiques

8.1 Nomenclature de la filière

Les codes INS relatifs à Musique ne correspondent pas au juste périmètre de la filière.

Il existe des codes qui ne sont que partiellement dédiés à la Musique tel que :

- 18.20 Reproduction d'enregistrements
- 47.63 Commerce de détail d'enregistrements musicaux et vidéo en magasin spécialisé
- 90 Activités créatives, artistiques et de spectacle

En l'absence d'une clé de répartition élaborée par l'INS pour départager les codes partiellement liés à la filière, il est nécessaire d'émettre des hypothèses afin d'isoler la partie liée à la Musique.

8.2 Disponibilité de la data

Absence de data notamment concernant :

- Revenus réalisés à travers la diffusion en ligne (revenus issus des plateformes)
- Revenus réalisés à travers les OGC étrangères

- Nombre de détenteurs de cartes professionnels relatifs à la Musique (le chiffre disponible au niveau de l'Open Data MAC combine les détenteurs de cartes Musique & Danse)

9. Sources

Data
Data fournie par le MAC
Data fournie par l'INS
Data publique INS
Data direction générale des examens - Ministère de l'Éducation
Open Data MAC
Open Data ONTT

Bibliographie
Diagnostic préliminaire des ICC, MAC, 2019
Résumé du travail gouvernemental réalisé dans le domaine culturelle, MAC, 2019
Rapport annuel, CMAM, 2020
التشريعات الثقافية حسب الهياكل و القطاعات - وزارة الشؤون الثقافية
Nomenclature des activités tunisiennes - INS
EY France Créative - Panorama 2019
Rapport AFD - La Contribution Économique des Industries Culturelles et Créatives au Liban: Mesure, Potentiel et Recommandations
Le poids économique des Industries culturelles et créatives en Wallonie et à Bruxelles

Webographie
https://printzblog.com/2021/04/04/belgique-apres-une-annee-de-croissance-en-2019-8-le-marche-musical-belge-stagne-en-2020-01/#:~:text=Sur%20la%20p%C3%A9riode%20entre%20janvier,millions%20d'euros%20de%202019.

Fiche sectorielle – Filière Architecture

1. Présentation générale de la filière

La filière "Architecture" comprend les activités relatives à l'architecture de bâtiments, urbaine, rurale et assimilés

Elle englobe les créations des architectes dans toute leur diversité

2. Chiffres clés de la filière – 2019

2.1 Indicateurs économiques

Indicateur	Unité	Valeur
Chiffre d'affaires	Millions - TND	130,9
Formel	Millions - TND	65,4
Informel	Millions - TND	65,4
Importations	Millions - TND	
Exportations	Millions - TND	10,0
Taille de marché	Millions - TND	120,9
Nombre d'entreprises	Milliers - Nombre	3,3
Subventions de l'Etat	Millions - TND	

2.2 Indicateurs de l'emploi

Indicateur	Unité	Valeur
Emploi	Milliers - Nombre	4,3
Formel	Milliers - Nombre	4,3
Informel	Milliers - Nombre	

2.3 Indicateurs spécifiques

Indicateur	Unité	Valeur
Etudiants en architecture	Nombre	9 361
Secteur public	Nombre	7 088
Secteur privé	Nombre	2 273

2.4 Positionnement de la filière dans les ICC en Tunisie

Indicateur	Valeur
Part de la filière dans la taille du marché ICC	8%
Classement de la filière en termes de taille de marché par rapport aux autres filières	#6
Part de la filière dans le nombre d'entreprises ICC	23%
Classement de la filière en termes d'entreprises par rapport aux autres filières	#2
Part de la filière dans l'emploi total ICC	6%
Classement de la filière en termes d'emploi par rapport aux autres filières	#5

2.5 Benchmark des indicateurs de la filière

Indicateur	Tunisie	France	Belgique
Indicateurs économiques			
Chiffre d'affaires en % du PIB	0,11%	0,29%	0,62%
Indicateurs de l'emploi			
Emploi en % de la population active	0,10%	0,10%	0,43%

3. Chaîne de valeur de la filière

La chaîne de valeur de la filière Architecture est composée de 4 étapes majeures : (1) Etude de projet, (2) conception, (3) réalisation et suivi du chantier et (4) exploitation

Le premier maillon de la chaîne de valeur consiste en l'étude de projet, ceci peut passer par une réunion avec le client pour comprendre ses besoins ou encore la préparation du dossier et la participation à un concours ou un appel d'offre. Le démarrage du projet peut également commencer avec la simple réception d'un cahier des charges (désignation directe). Il s'ensuit une étape de conception durant laquelle le plan architectural ainsi que les autres documents et études techniques et administratifs sont élaborés. Suite à l'étape de conception, et après obtention des autorisations nécessaires (permis de bâtir et autres si nécessaires), la période du chantier commence.

Pendant le chantier, et en concertation avec le maître d'ouvrage, l'architecte peut également avoir la responsabilité de suivre le chantier jusqu'à sa bonne exécution, et coordonner avec les différents prestataires pour s'assurer de la conformité des travaux réalisés.

Une fois les travaux de chantier terminés, le bien devient prêt pour l'exploitation.

4. Business modèle de la filière

Les business modèles de la filière Architecture se présentent typiquement comme suit :

- Architecte / Bureau d'architecture :
 - Si le projet est privé : Les honoraires des architectes sont établis par un accord mutuel entre l'architecte et son client
 - Si le projet est public : L'architecte est rémunéré suivant le décret 78 qui définit les honoraires des architectes en fonction du montant des travaux exécutés.
- Les tierces parties impliquées dans les travaux de réalisation et suivi du chantier perçoivent une rémunération négociée sur la base du travail effectué

5. Nomenclature de la filière

La nomenclature de la filière Architecture est issue de la Nomenclature des Activités Tunisiennes (NAT2009) de l'Institut National de la Statistique (INS).

Elle comporte les codes suivants :

Nomenclature filière Architecture - NAT 2009 INS
71 Activités d'architecture et d'ingénierie; activités de contrôle et analyses techniques
71.1 Activités d'architecture et d'ingénierie
71.11 Activités d'architecture

Légende

	Division NAT
	Groupe NAT
	Classe NAT

6. Cadre institutionnel

6.1 Principaux acteurs institutionnels

- Ordre Des Architectes De Tunisie (OAT)
- Ministère de l'Équipement

6.2 Principaux décrets et textes de lois régissant la filière

- La loi N°74-46 du 22 Mai 1974 portant Organisation de la profession d'architecture en Tunisie
- Décret portant réglementation de la construction des bâtiments civils.
- Code des devoirs professionnels des architectes
- Règlement intérieur de l'OAT
- Code de l'urbanisme

7. Approche méthodologique d'estimation

7.1 Indicateurs économiques

L'estimation des indicateurs économiques de la filière est basée sur les chiffres INS fournis pour le code 71.11 Activités d'architecture.

Le chiffre d'affaires informel de la filière a été calculé à partir du taux d'informalité estimé par l'OAT à 50%.

7.2 Indicateurs de l'emploi

L'estimation de l'emploi de la filière est basée sur les chiffres INS fournis pour le code 71.11 Activités d'architecture

8. Sources

Data
Data fournie par l'INS / RNE

Bibliographie

Stratégies Culturelles en Tunisie, ARCP, 2015

Nomenclature des activités tunisiennes - INS

EY France Créative - Panorama 2019

Rapport AFD - La Contribution Économique des Industries Culturelles et Créatives au Liban: Mesure, Potentiel et Recommandations

Le poids économique des Industries culturelles et créatives en Wallonie et à Bruxelles

Webographie

<http://oat.tn/>

Fiche sectorielle – Filière Patrimoine

1. Présentation générale de la filière

La filière du patrimoine concerne le patrimoine culturel et naturel.

Les principaux acteurs de la filière sont les institutions de l'Etat (Institut National du Patrimoine, Agence de Mise en Valeur du Patrimoine et de Promotion Culturelle et la direction générale du patrimoine), les chercheurs, les restaurateurs, les conservateurs, les médiateurs culturels, les acteurs de la société civile, ...

2. Chiffres clés de la filière – 2019

2.1 Indicateurs économiques

Indicateur	Unité	Valeur
Chiffre d'affaires	Millions - TND	9,9
Billetterie	Millions - TND	9,5
Produits dérivés	Millions - TND	0,3
Mise à disposition d'espaces	Millions - TND	0,1
Formel	Millions - TND	9,9
Billetterie	Millions - TND	9,5
Produits dérivés	Millions - TND	0,3
Mise à disposition d'espaces	Millions - TND	0,1
Informel	Millions - TND	
Importations	Millions - TND	
Exportations	Millions - TND	
Taille de marché	Millions - TND	9,9
Valeur ajoutée	Millions - TND	
Formelle	Millions - TND	
Informelle	Millions - TND	
Nombre d'entreprises privées	Milliers - Nombre	0,12
Subventions de l'Etat	Millions - TND	8,5
Soutien aux projets de valorisation du patrimoine	Millions - TND	7,0
Soutien des espaces privés dans les régions	Millions - TND	0,02
Aides aux associations dans les régions	Millions - TND	0,5
Soutien à la fondation nationale pour le développement des festivals	Millions - TND	0,9
Aides et projets financés par les bailleurs de fonds	Millions - TND	5,4

2.2 Indicateurs de l'emploi

Indicateur	Unité	Valeur
Emploi	Milliers - Nombre	4,0

Indicateur	Unité	Valeur
Formel	Milliers - Nombre	2,2
Informel	Milliers - Nombre	1,8

2.3 Indicateurs spécifiques

Indicateur	Unité	Valeur
Patrimoine matériel classé en Tunisie	Nombre	1 258
Patrimoine matériel inscrit à l'Unesco	Nombre	8
Patrimoine immatériel classé en Tunisie	Nombre	56
Patrimoine immatériel inscrit à l'Unesco	Nombre	5
Nombre de musées	Nombre	115
Musées publics sous la tutelle du MAC	Nombre	43
Musées publics sous la tutelle d'autres ministères	Nombre	33
Musées privés	Nombre	39
Visites des musées et sites sous la tutelle du MAC	Nombre	1 210 716
Visites payantes	Nombre	965 920
Par les étrangers	Nombre	927 228
Par les Tunisiens	Nombre	38 692
Visites gratuites	Nombre	407 993

2.4 Positionnement de la filière dans les ICC en Tunisie

Indicateur	Valeur
Part de la filière dans la taille du marché ICC	1%
Classement de la filière en termes de taille de marché par rapport aux autres filières	#11
Part de la filière dans le nombre d'entreprises ICC	1%
Classement de la filière en termes d'entreprises par rapport aux autres filières	#9
Part de la filière dans l'emploi total ICC	6%
Classement de la filière en termes d'emploi par rapport aux autres filières	#6

2.5 Benchmark des indicateurs de la filière

Indicateur	Tunisie	France	Belgique	Liban
Indicateurs économiques				
Chiffre d'affaires en % du PIB	0,01%	0,02%	0,12%	0,02%
Indicateurs de l'emploi				
Emploi en % de la population active	0,0%	0,1%	0,1%	
Indicateurs spécifiques				
Nombre de musées par 1 million d'habitants	10	18	18	

3. Chaîne de valeur de la filière

La chaîne de valeur du patrimoine matériel est composée de 6 maillons : (1) reconnaissance du patrimoine (recherche et authentification), (2) valorisation (protection, conservation, restauration, mise en exposition et médiation), (3) communication et sensibilisation (4) et mise en tourisme.

La reconnaissance du patrimoine est la première étape de la chaîne de valeur. Elle consiste en la découverte ou la reconnaissance d'un bien culturel ou naturel. L'étape de valorisation englobe des activités de protection, conservation, restauration, mise en exposition et médiation

La phase éventuelle de communication et de sensibilisation consiste à présenter au grand public le patrimoine et à lui fournir les outils nécessaires pour sa bonne compréhension (ateliers, documents de visites, applications numériques...).

Les lieux historiques sont ensuite mis à la disposition du grand public dans la phase de mise en tourisme.

4. Business modèle de la filière

Les business modèles de la filière patrimoine se présentent typiquement comme suit pour les différents maillons :

- Reconnaissance du patrimoine (recherche et authentification) :

Les coûts liés à ces phases sont essentiellement supportés par l'Etat (INP)

- Valorisation du patrimoine (protection, conservation, restauration, mise en exposition et médiation) :

Les coûts liés à ces phases sont essentiellement supportés par l'Etat (INP) ou par les donateurs (particuliers, société civile, bailleurs de fonds...)

- Communication et sensibilisation :

L'investissement dans des outils de médiations est généralement financé par l'Etat ou les bailleurs de fonds.

- Mise en tourisme :

Les recettes de billetterie et de vente de produits dérivés génèrent des revenus à l'Etat. Outre les revenus directs, les revenus et impacts indirects pourraient être très importants (création d'emploi, retombées économiques : hôtels, maisons d'hôte, restaurants, commerce, transport...)

5. Nomenclature de la filière

La nomenclature de la filière patrimoine est issue de la Nomenclature des Activités Tunisiennes (NAT2009) de l'Institut National de la Statistique (INS).

Elle comporte les codes suivants :

Nomenclature filière Patrimoine - NAT 2009 INS	
74 Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques	
74.9	Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques n.c.a.
74.90	Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques n.c.a.
79 Activités des agences de voyage, voyagistes, services de réservation et activités connexes	
79.9	Autres services de réservation et activités connexes

Nomenclature filière Patrimoine - NAT 2009 INS	
79.90	Autres services de réservation et activités connexes
91	Bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles
91.0	Bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles
91.01	Gestion des bibliothèques et des archives
91.02	Gestion des musées
91.03	Gestion des sites et monuments historiques et des attractions touristiques similaires

Légende

	Division NAT
	Groupe NAT
	Classe NAT

6. Cadre institutionnel

6.1 Principaux acteurs institutionnels

- Institut National du Patrimoine (INP)
- Agence de Mise en Valeur du Patrimoine et de Promotion Culturelle (AMVPPC)
- Direction générale du patrimoine au sein du MAC

6.2 Principaux décrets et textes de lois régissant la filière

- Loi n°94-35 du 24 Février 1994 relative au code du patrimoine archéologique, historiques et des arts traditionnels et abrogée par la loi n°118 de l'année 2001 et le décret n°43 de l'année 2011
- Décret n°94-1475 du 4 Juillet 1994 relatif à la composition et au fonctionnement de la commission nationale du patrimoine.

7. Approche méthodologique d'estimation

7.1 Indicateurs économiques

L'estimation des indicateurs économiques de la filière est basée sur les sous-activités suivantes :
Billetterie des musées et sites, produits dérivés et la mise à disposition d'espaces

7.1.1 Billetterie des musées et sites

Les revenus des musées et sites regroupent les revenus des musées et sites publics placés sous la tutelle du MAC, les revenus des musées et sites publics placés sous la tutelle des autres ministères ainsi que les revenus des musées privés :

- Les revenus des musées et sites publics placés sous la tutelle du MAC sont estimés à partir des données disponibles au niveau de l'Open Data sur le nombre de musées/sites, le nombre d'entrées par musées/site ainsi que le tarif moyen.
- Les revenus des musées et sites placés sous la tutelle des autres ministères sont calculés à partir des données suivantes estimées avec l'expert :
 - o Nombre des musées et sites placés sous la tutelle des autres ministères : 10
 - o Nombre de visiteurs : 20 000 par an

o Tarif moyen d'entrée : 1 TND

- Les revenus des musées privés sont estimés à partir du nombre des musées privés, des revenus moyens des musées publics et du nombre de musées privés (nombre issu du livre : Musées... patrimoine et politiques culturelles en Tunisie)

7.1.2 Produits dérivés

Les produits dérivés regroupent tous les produits mis à disposition des visiteurs des musées et sites à savoir des livres, produits artisanaux, ... Les revenus générés par les produits dérivés ont été fournis par l'agence de mise en valeur (AMVPPC) et s'élèvent en 2019 à ~277 000 TND,

7.1.3 Mise à disposition d'espaces

La mise à disposition d'espace regroupe les activités de location de stands, d'espaces pour conférences, ateliers, ...

Les revenus annuels générés par cette activité ont été estimés sur la base du chiffre d'affaires issu de la location d'espaces des 3 plus grands musées en Tunisie (chiffres estimés avec les experts du secteur) :

- Musée de Bardo : 50 000 TND
- Musée de Hammamet : 20 000 TND
- Musée de Sousse : 10 000 TND

7.2 Indicateurs de l'emploi

L'estimation de l'emploi formel de la filière patrimoine est effectuée sur la base de :

- L'emploi privé déclaré de la filière qui est couvert par le code INS : 91 Bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles
- L'emploi public qui est estimé à partir du nombre d'employés de l'INP (affiché sur le site de l'INP), de l'AMVPPC (chiffres expert) et de la direction générale du patrimoine (chiffres expert)

L'estimation de l'emploi informel de la filière patrimoine est effectuée sur la base du nombre de guides touristiques travaillant par site historique. En effet, selon les discussions avec les experts, la moitié des sites en Tunisie possèdent en moyenne 3 guides.

Le nombre de guides touristiques en Tunisie est donc $1200 \times 50\% \times 3 = 1800$

8. Limites méthodologiques

8.1 Nomenclature de la filière

Le code INS relatif au patrimoine ne correspond pas au juste périmètre de la filière :

- 91 Bibliothèques, archives, musées et autres activités culturelles

Ce code comprend des rubriques qui ne font pas partie de la filière patrimoine

8.2 Fiabilité de la data

Des divergences constatées entre les différentes sources pour les mêmes indicateurs.

Les principaux indicateurs présentant des divergences sont :

- Nombre de musées publics

- Nombre de musées privés

9. Sources

Data
Data fournie par l'INS / RNE
Bibliographie
Etude sur l'économie culturelle et créative tunisienne, TFANEN-Culture Funding Watch, 2019
Livre : Musées... patrimoine et politiques culturelles en Tunisie, Soumaya Gharsallah Hizem-2021
Diagnostic préliminaire des ICC, MAC, 2019
Résumé du travail gouvernemental réalisé dans le domaine culturelle, MAC, 2019
Nomenclature des activités tunisiennes - INS
التشريعات الثقافية حسب الهياكل و القطاعات - وزارة الشؤون الثقافية
EY France Créative - Panorama 2019
Rapport AFD - La Contribution Économique des Industries Culturelles et Créatives au Liban: Mesure, Potentiel et Recommandations
Le poids économique des Industries culturelles et créatives en Wallonie et à Bruxelles
Webographie
Open Data MAC
http://www.inp.rnrt.tn/
https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Monuments-Sites/Monuments-historiques-sites-patrimoniaux/Les-biens-francais-inscrits-sur-la-liste-du-Patrimoine-mondial-de-l-Unesco
https://fr.wikipedia.org/wiki/Inventaire_du_patrimoine_culturel_immat%C3%A9riel_en_France
https://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Musees
http://www.patrimoineculturel.ma/index.php?option=com_content&view=article&id=262&Itemid=209
https://www.tunisiepatrimoine.tn/accueil/
http://www.inp.rnrt.tn/index.php?option=com_content&view=category&id=2&Itemid=19&lang=fr
https://www.museumpassmusees.be/fr/offre

Fiche sectorielle – Filière Arts visuels

1. Présentation générale de la filière

La filière arts visuels comprend les différentes techniques et supports liés à la production artistique (peinture, dessin, gravure, sculpture, arts numériques, photographie, performances...).

Les principaux acteurs de la filière sont les artistes créateurs, les galeristes, les commissaires d'exposition, les techniciens (scénographie, manutention, muséographie, conservation, restauration...), ...

2. Chiffres clés de la filière – 2019

2.1 Indicateurs économiques

Indicateur	Unité	Valeur
Chiffre d'affaires	Millions - TND	34,1
Création artistique (hors photographie)	Millions - TND	10,7
Activités de photographie	Millions - TND	23,4
Formel	Millions - TND	15,5
Création artistique (hors photographie)	Millions - TND	3,8
Activités de photographie	Millions - TND	11,7
Informel	Millions - TND	18,6
Création artistique (hors photographie)	Millions - TND	7,0
Activités de photographie	Millions - TND	11,7
Importations	Millions - TND	
Exportations	Millions - TND	
Taille de marché	Millions - TND	34,1
Valeur ajoutée	Millions - TND	
Formelle	Millions - TND	
Informelle	Millions - TND	
Nombre d'entreprises	Milliers - Nombre	2,4
Subventions de l'Etat	Millions - TND	2,0
Acquisition des œuvres d'art	Millions - TND	1,2
Fonds d'encouragement à la création artistique et littéraire	Millions - TND	0,5
Aides aux associations d'arts plastiques	Millions - TND	0,2
Aides et projets financés par les bailleurs de fonds	Millions - TND	2,0

2.2 Indicateurs de l'emploi

Indicateur	Unité	Valeur
Emploi	Milliers - Nombre	8,1
Formel	Milliers - Nombre	4,2
Informel	Milliers - Nombre	3,9

2.3 Indicateurs spécifiques

Indicateur	Unité	Valeur
Nombre de galeries privées	Nombre	57
Nombre de galeries privées actives	Nombre	30
Nombre d'artistes plasticiens	Nombre	1 500

2.4 Positionnement de la filière dans les ICC en Tunisie

Indicateur	Valeur
Part de la filière dans la taille du marché ICC	2%
Classement de la filière en termes de taille de marché par rapport aux autres filières	#8
Part de la filière dans le nombre d'entreprises ICC	17%
Classement de la filière en termes d'entreprises par rapport aux autres filières	#3
Part de la filière dans l'emploi total ICC	11%
Classement de la filière en termes d'emploi par rapport aux autres filières	#3

2.5 Benchmark des indicateurs de la filière

Indicateur	Tunisie	France	Belgique	Liban
Indicateurs économiques				
Chiffre d'affaires en % du PIB	0,03%	0,39%	0,12%	0,05%
Subventions de l'Etat en % du chiffre d'affaires de la filière	6%	14%		
Indicateurs de l'emploi				
Emploi en % de la population active	0,18%	0,27%	0,16%	0,05%
Indicateurs spécifiques				
Nombre de galeries privées pour 1 million d'habitant	5*	33	22	
Artistes plasticiens en % de la population active	0,04%	0,03%	0,13%	

*En Tunisie, les galeries sont concentrées au niveau du grand Tunis (précisément au niveau du banlieue nord)

3. Chaîne de valeur de la filière

La chaîne de valeur des arts visuels est composée de 4 maillons : (1) création, (2) production, (3) diffusion et (4) consommation.

La création est la première phase de la chaîne de valeur des arts visuels émanant d'une réflexion, d'une idée, d'une inspiration.... Le créateur entame ensuite la phase de production de son œuvre. Une fois produite, l'œuvre est diffusée à travers les différents canaux (galeries, plateformes, expositions...). La phase finale de consommation permet aux publics de découvrir l'œuvre avec la possibilité d'acquisition.

4. Business modèle de la filière

Les business modèles de la filière arts visuels se présentent typiquement comme suit :

- Le créateur perçoit entre 50 et 60% des revenus de vente de l'œuvre si la transaction se fait à travers une galerie. En cas de vente de gré à gré, le créateur conserve la totalité du prix de vente de l'œuvre
- Les galeries d'art reçoivent entre 40 et 50% des revenus de vente de l'œuvre
- Les frais d'exposition sont supportés par les galeries d'art

5. Nomenclature de la filière

La nomenclature de la filière Arts visuels est issue de la Nomenclature des Activités Tunisiennes (NAT2009) de l'Institut National de la Statistique (INS).

Elle comporte les codes suivants :

Nomenclature filière Arts visuels - NAT 2009 INS	
47 Commerce de détail, à l'exception des automobiles et des motocycles	
47.7 Autres commerces de détail en magasin spécialisé	
47.79 Autres commerces de détail de biens neufs en magasin spécialisé	
74 Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques	
74.2 Activités photographiques	
74.20 Activités photographiques	
90 Activités créatives, artistiques et de spectacle	
90.0 Activités créatives, artistiques et de spectacle	
90.03 Création artistique	

Légende

	Division NAT
	Groupe NAT
	Classe NAT

6. Cadre institutionnel

6.1 Principaux acteurs institutionnels

- Ministère des Affaires Culturelles à travers :
 - o Direction d'arts plastiques
- Musée National d'Art Moderne et Contemporain

6.2 Principaux décrets et textes de lois régissant la filière

- Décret n°89-732 du 10 Juin 1989, relatif à la création de la commission d'acquisition des œuvres d'art plastique au profit de l'Etat et fixant sa composition, ses attributions et des modalités de fonctionnement.

7. Approche méthodologique d'estimation

7.1 Indicateurs économiques

Le chiffre d'affaires total de la filière regroupe le chiffre d'affaires lié aux activités photographiques et celui des activités artistiques hors photographie.

▪ Activités photographiques

Le chiffre d'affaires total des photographes (formel et informel) est calculé sur la base du :

- o Revenu moyen d'un photographe (~ 10 000 TND selon l'enquête lancée dans le cadre du projet)
- o Nombre de photographes fourni par l'INS à partir du code 74.20 Activités photographiques

Le chiffre d'affaires formel des activités photographiques sont calculés à partir des chiffres INS portant sur le code suivant :

- 74.20 Activités photographiques

Afin d'estimer le chiffre d'affaires informel des activités photographiques, nous avons soustrait le chiffre d'affaires formel du chiffre d'affaires total

▪ Activités artistiques hors photographie

Le chiffre d'affaires total (formel et informel) des activités artistiques hors photographie est calculé partir des résultats l'enquête en appliquant un taux de formalité.

Ce chiffre d'affaires est calculé sur la base du :

- o Revenu moyen d'un artiste (~7 200 TND selon l'enquête lancée dans le cadre du projet)
- o Nombre total des artistes plasticien déterminé à partir du nombre des artistes plasticiens faisant partie de l'union des artistes plasticiens (UAPT), en prenant une hypothèse sur le pourcentage d'adhérents du nombre total d'artiste (selon les acteurs de la filière, 80% des artistes plasticiens en Tunisie sont inscrits dans l'Union des Artistes Plasticiens Tunisiens).

Afin d'estimer le chiffre d'affaires formel des activités artistiques hors photographie, une hypothèse sur le taux de formalité a été appliquée (35%). Ce taux a été initialement plus élevé, mais a été revu à la baisse avec les experts sectoriels en raison de l'informalité élevée dans cette sous-filière (activités artistiques hors photographie)

7.2 Indicateurs d'emploi

Les indicateurs d'emploi formel liés aux activités photographiques ont été calculés à partir des chiffres :

- o De l'INS portant sur le code 74.20 Activités photographiques

Les indicateurs d'emploi formel liés aux activités artistiques hors photographie ont été calculés à partir :

- o Des chiffres sur le nombre des galeries issus de l'Open Data
- o D'une estimation sur le nombre d'artistes plasticiens à partir des chiffres de l'UAPT

Afin d'estimer l'emploi informel, des hypothèses sur le taux d'informalité ont été appliquées :

- o 38% pour les activités photographiques (taux d'informalité national selon l'INS)
- o 60% pour les activités artistiques hors photographie selon l'expert

8. Limites méthodologiques

8.1 Nomenclature de la filière

Le code INS relatif aux Arts visuels qui le 90 Activités créatives, artistiques et de spectacle regroupe également d'autres filières notamment la musique et les arts de la scène.

8.2 Fiabilité de la data

Absence de données officielles sur le nombre d'artistes en arts visuels

- Nombre de sculpteurs
- Nombre de peintres
- Nombre de dessinateurs
- ...

9. Sources

Data
Data fournie par le MAC
Data fournie par l'INS
Data Union des Artistes Plasticiens Tunisiens
Enquête ICC 2021 MATINE-TFANEN-MAC

Bibliographie
Indicateurs sur l'emploi informel 2019 - INS
Nomenclature des activités tunisiennes - INS
Diagnostic préliminaire des ICC, MAC, 2019
التشريعات الثقافية حسب الهياكل و القطاعات - وزارة الشؤون الثقافية
EY France Créative - Panorama 2019
Rapport AFD - La Contribution Économique des Industries Culturelles et Créatives au Liban: Mesure, Potentiel et Recommandations
Le poids économique des Industries culturelles et créatives en Wallonie et à Bruxelles

Webographie
https://www.aa.com.tr/fr/%C3%A9conomie/tunisie-augmentation-du-taux-de-ch%C3%B4mage-au-1er-trimestre-2020-/1859896#:~:text=L'INS%20a%20donn%C3%A9%20les,mille%20au%2031%20d%C3%A9cembre%202019.
https://lecollectionneurmoderne.com/guide/chiffres-art-contemporain/
https://fr.statista.com/statistiques/539163/nombre-actifs-france/#:~:text=Ce%20diagramme%20indique%20le%20nombre,la%20population%20fran%C3%A7aise%20en%202019.
https://www.secu-artistes-auteurs.fr/sites/default/files/pdf/Rapport%20d%27activit%C3%A9%20MDA%202019.pdf

Webographie

<https://journals.openedition.org/culturemusees/2155>

https://www.hcp.ma/Les-principales-caracteristiques-de-la-population-active-occupee-en-2019_a2463.html#:~:text=En%202019%2C%20la%20population%20en,dehors%20du%20march%C3%A9%20de%20travail.

<https://www.museumpassmusees.be/fr/offre>

<https://journals.openedition.org/belgeo/7913#:~:text=Parmi%20ces%2013%20092%20artistes,leurs%20fortes%20densit%C3%A9s%20de%20population.>

Fiche sectorielle – Filière Design et autres services créatifs

1. Présentation générale de la filière

La filière de design et services créatifs comprend le design graphique, le design produit, la décoration, la mode & stylisme et assimilés

Les principaux acteurs de cette filière sont : les designers, les graphistes, les concepteurs, les imprimeurs, et autres.

2. Chiffres clés de la filière – 2019

2.1 Indicateurs économiques

Indicateur	Unité	Valeur
Chiffre d'affaires	Millions - TND	600,2
Publicité	Millions - TND	387,7
Design	Millions - TND	340,4
Formel	Millions - TND	366,0
Publicité	Millions - TND	259,7
Design	Millions - TND	106,2
Informel	Millions - TND	234,2
Publicité	Millions - TND	127,9
Design	Millions - TND	234,2
Importations	Millions - TND	
Exportations	Millions - TND	
Taille de marché	Millions - TND	600,2
Nombre d'entreprises	Milliers - Nombre	4,0
Subventions de l'Etat	Millions - TND	

2.2 Indicateurs de l'emploi

Indicateur	Unité	Valeur
Emploi	Milliers - Nombre	8,6
Formel	Milliers - Nombre	6,0
Informel	Milliers - Nombre	2,6

2.3 Indicateurs spécifiques

Indicateur	Unité	Valeur
Ecoles et universités de mode et de design	Nombre	27
Design	Nombre	17
Mode	Nombre	10

2.4 Positionnement de la filière dans les ICC en Tunisie

Indicateur	Valeur
Part de la filière dans la taille du marché ICC	39%
Classement de la filière en termes de taille de marché par rapport aux autres filières	#1
Part de la filière dans le nombre d'entreprises ICC	28%
Classement de la filière en termes d'entreprises par rapport aux autres filières	#1
Part de la filière dans l'emploi total ICC	12%
Classement de la filière en termes d'emploi par rapport aux autres filières	#2

2.5 Benchmark des indicateurs de la filière

Indicateur	Tunisie	France	Belgique	Liban
Indicateurs économiques				
Chiffre d'affaires en % du PIB	0,5%	0,8%	5,8%	0,5%
Indicateurs de l'emploi				
Emploi en % de la population active	0,2%	0,7%	2,2%	0,03%

3. Chaîne de valeur de la filière

La chaîne de valeur de design et services créatifs est composée de 5 maillons : (1) Compréhension du besoin, (2) conception, (3) production, (4) commercialisation et (5) consommation.

La première phase de la chaîne de valeur commence par la compréhension du besoin du marché ou du client si la commande est déclenchée par ce dernier. La phase d'après permet la conception des éléments de design (maquettes, prototypes, esquisses...). Une fois le concept validé, la phase de production des éléments graphiques peut être entamée. Il s'en suit la phase de la livraison de la commande au client ou sa commercialisation dans les différents canaux (boutiques, plateformes en ligne, foires, ...).

4. Business modèle de la filière

Les business modèles de la filière design et services créatifs se présentent typiquement comme suit :

- Si la commande est activée par le client :
 - Les coûts de prestation sont calculés en jours-hommes
 - Le prestataire négocie aussi un acompte en début de mission
 - Lors de la livraison du produit au client, le designer perçoit le reste du montant.
- Si la conception est à l'initiative du designer :
 - Les coûts de conception sont supportés par le designer et compensés suite à la vente par les revenus générés
 - Les coûts de production sont supportés par le designer
 - Le distributeur prélève une marge sur le prix de vente

5. Nomenclature de la filière

La nomenclature de la filière Design et services créatifs est issue de la Nomenclature des Activités Tunisiennes (NAT2009) de l'Institut National de la Statistique (INS).

Elle comporte les codes suivants :

Nomenclature filière Design et services créatifs - NAT 2009 INS	
73	Publicité et études de marché
73.1	Publicité
73.11	Activités des agences de publicité
74	Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques
74.1	Activités spécialisées de design
74.10	Activités spécialisées de design

Légende

	Division NAT
	Groupe NAT
	Classe NAT

6. Approche méthodologique d'estimation

6.1 Indicateurs formels

L'estimation des indicateurs économiques et d'emploi formels de la filière est basée sur les chiffres de l'INS.

Les chiffres de l'INS portant sur les codes suivants sont entièrement dédiés à la filière :

- 73.11 Activités des agences de publicité
- 74.10 Activités spécialisées de design

6.2 Indicateurs informels

Afin d'estimer les indicateurs économiques et d'emploi informels de la filière, une hypothèse sur le taux d'informalité a été appliquée.

Le taux d'informalité a été différencié entre les 2 sous-segments :

- 50% pour la sous-filière Design (taux similaire à celui de la filière architecture au vu des similarités entre les 2 secteurs)
- 35% pour la sous-filière Publicité (taux d'informalité national)

Cette différenciation permet de mieux cerner la réalité du marché de la filière

7. Limites méthodologiques

7.1 Fiabilité de la data

Absence de données sur la filière notamment en matière de :

- Nombre de designers
- Nombre de publicitaires
- Nombre de graphistes

En effet, l'échantillon sondé dans le cadre de l'enquête lancée pour la filière Design & services créatifs a été jugé non représentatif d'après les discussions menées avec l'expert statisticien. Il en résulte que les indicateurs relatifs à cette filière n'ont pas pu être tirés de l'enquête.

8. Sources

Data
Data fournie par l'INS
Bibliographie
Diagnostic préliminaire des ICC, MAC, 2019
Diagnostic du Cluster mode, ONUDI, 2020
Indicateurs sur l'emploi informel 2019 - INS
Nomenclature des activités tunisiennes - INS
التشريعات الثقافية حسب الهياكل و القطاعات - وزارة الشؤون الثقافية
EY France Créative - Panorama 2019
Rapport AFD - La Contribution Économique des Industries Culturelles et Créatives au Liban : Mesure, Potentiel et Recommandations
Le poids économique des Industries culturelles et créatives en Wallonie et à Bruxelles

Fiche sectorielle – Filière Médias audiovisuels

1. Présentation générale de la filière

La filière des médias audiovisuels comprend toutes les activités liées à la radio, la télé et toute forme de média audiovisuel aussi bien classique que numérique.

Les principaux acteurs de cette filière sont les chaînes de télévisions, radios, bouquets satellitaires, office national de la télédiffusion, producteurs, annonceurs et assimilés.

2. Chiffres clés de la filière – 2019

2.1 Indicateurs économiques

Indicateur	Unité	Valeur
Chiffre d'affaires	Millions - TND	145,5
TV	Millions - TND	
Radio	Millions - TND	
Formel	Millions - TND	141,9
Informel	Millions - TND	3,6
Importations	Millions - TND	
Exportations	Millions - TND	
Taille de marché	Millions - TND	145,5
Nombre d'entreprises	Milliers - Nombre	0,1
Subventions de l'Etat	Millions - TND	

2.2 Indicateurs de l'emploi

Indicateur	Unité	Valeur
Emploi	Milliers - Nombre	5,3
Formel	Milliers - Nombre	3,3
Informel	Milliers - Nombre	2,0

2.3 Indicateurs spécifiques

Indicateur	Unité	Valeur
Investissement publicitaire annuel par habitant	USD	9
Nombre de chaînes radios	Nombre	52
Nombre de chaînes télé	Nombre	11
Taux moyen des personnes qui regardent des chaînes télé locales	Pourcentage	81%
Taux moyen des personnes qui écoutent la radio par jour	Pourcentage	37%

2.4 Positionnement de la filière dans les ICC en Tunisie

Indicateur	Valeur
Part de la filière dans la taille du marché ICC	10%

Indicateur	Valeur
Classement de la filière en termes de taille de marché par rapport aux autres filières	#3
Part de la filière dans le nombre d'entreprises ICC	1%
Classement de la filière en termes d'entreprises par rapport aux autres filières	#10
Part de la filière dans l'emploi total ICC	7%
Classement de la filière en termes d'emploi par rapport aux autres filières	#4

2.5 Benchmark des indicateurs de la filière

Indicateur	Tunisie	Maroc	France	Liban
Indicateurs économiques				
Chiffre d'affaires en % du PIB	0,1%		0,5%	0,5%
Indicateurs de l'emploi				
Emploi en % de la population active	0,1%		0,7%	0,1%
Indicateurs spécifiques				
Nombre de chaînes radios par 1 million d'habitant	4,4	2,5	1,9	5,8
Nombre de chaînes télé par 1 million d'habitant	0,9	2,5	3,1	1,3

3. Chaîne de valeur de la filière

La chaîne de valeur des médias audiovisuels est composée de 5 maillons : conception de contenu (1), production (2), édition (3), diffusion & distribution (4) et consommation (5).

La conception de contenu constitue la première phase de la chaîne de valeur durant laquelle une idée de programme ou émission se développe. Cette idée est ensuite exécutée durant la phase de production puis inscrite dans la grille de programmation durant la phase d'édition. Il s'en suit l'étape de diffusion et de distribution dans les plateformes numériques ou dans les bouquets satellitaires. Enfin la consommation consiste en le visionnage ou l'écoute du contenu à travers les appareils de consommation : télé, radio, smartphone, IPTV...

4. Business modèle de la filière

Les business modèles de la filière Médias audiovisuels se présentent typiquement comme suit pour les différents maillons :

- Conception de contenu et production
 - Pour les médias : la conception et la production sont des investissements supportés par l'établissement de média (en cas de création en interne). Une production peut être aussi acquise auprès d'une boîte de production externe.
 - Pour les boîtes de production : la création et la production représentent un investissement et les revenus sont générés par la revente de l'émission/production.
- Edition
 - La publicité (spots classiques) est la principale source de revenus pour les radios et télévisés. D'autres sources de revenus existent tel que le parrainage/sponsoring, l'événementiel, la monétisation de la diffusion en ligne...etc.
 - L'achat de contenu/programme est le principal coût de l'éditeur/chaîne.

- Diffusion et distribution

-Les coûts techniques de diffusion sont supportés par l'éditeur (par exemple frais versés à l'ONT).
-Les distributeurs peuvent investir pour ajouter des chaînes à leurs bouquets et donc diversifier leur offre.

- Consommation

- Revenus générés par les fabricants d'appareils de consommation (valeur captée par ces acteurs sans pour autant être investie dans les autres maillons de la chaîne)

5. Nomenclature de la filière

La nomenclature de la filière Médias audiovisuels est issue de la Nomenclature des Activités Tunisiennes (NAT2009) de l'Institut National de la Statistique (INS).

Elle comporte les codes suivants :

Nomenclature filière Médias audiovisuels - NAT 2009 INS	
60 Programmation et diffusion	
60.1	Édition et diffusion de programmes radio
60.10	Édition et diffusion de programmes radio
60.2	Programmation de télévision et télédiffusion
60.20	Programmation de télévision et télédiffusion

Légende

	Division NAT
	Groupe NAT
	Classe NAT

6. Cadre institutionnel

6.1 Principaux acteurs institutionnels

- Présidence du gouvernement
- Ministère des technologies de la communication
- La Haute autorité indépendante de la communication audiovisuelle (HAICA)

6.2 Principaux décrets et textes de lois régissant la filière

- Décret-Loi N°2011-116 du 2 novembre 2011 relatif à la liberté de la communication audiovisuelle et portant création d'une Haute Autorité Indépendante de la Communication Audiovisuelle.
- Décret-Loi N°2011-115 du 2 novembre 2011 relatif à la liberté de la presse, de l'impression et de l'édition
- Loi fondamentale n ° 22 de 2016 du 24 mars 2016 relative au droit d'accès à l'information.

7. Approche méthodologique d'estimation

7.1 Indicateurs formels

- Le chiffre d'affaires de la filière médias et audiovisuels est composé du :
 - Chiffre d'affaires des entreprises de programmation et de diffusion : ce chiffre est fourni par l'INS à partir du code 60 Programmation et diffusion
 - Chiffre d'affaires des entreprises publiques d'audiovisuels à savoir la Télévision Nationale et la Radio Nationale. Les chiffres sont issus des articles, cour des comptes, ...
- L'emploi formel est calculé sur la base du :
 - Nombre d'emploi privé fourni par l'INS (nombre de salariés déclarés et nombre d'entreprises privées) à travers le code 60 Programmation et diffusion
 - Nombre d'emploi public de la Télévision Nationale et la Radio Nationale déterminé à partir des chiffres issus de différentes sources (article, cour des comptes, ...)

7.2 Indicateurs informels

- Le chiffre d'affaires informel de la filière médias audiovisuels comprend les abonnements IPTV. Ce chiffre est déterminé à partir de la proportion de ménages disposant de la Télévision via Internet (IPTV) et le prix moyen de l'abonnement (source : ministère des Technologies de la Communication)
- En l'absence d'informations et de données sur les plateformes digitales, l'estimation du chiffre d'affaires informel de la filière s'est limitée aux abonnements IPTV.
- Afin d'estimer l'emploi informel de la filière, un taux d'informalité a été appliqué à partir de la moyenne nationale d'informalité (hors agriculture) de l'INS qui est de 38 %.

8. Limites méthodologiques

8.1 Fiabilité de la data

Des divergences constatées entre les différentes sources pour les mêmes indicateurs.

Les principaux indicateurs présentant des divergences sont :

- Nombre de chaînes télé
- Nombre de chaînes radios

8.2 Disponibilité de la data

Absence de data sur les entreprises publiques (Télévision et Radio Nationales) notamment en matière de :

- Chiffre d'affaires
- Emploi total

Absence de data sur les plateformes digitales.

9. Sources

Data
Data fournie par l'INS

Bibliographie

Etude sur les médias tunisiens et la transition numérique, Media Up, 2019
Rapport Open Sigma, Sigma Conseil, 2012-2019
Liste des Indicateurs fondamentaux des TIC - INS 2018
Indicateurs sur l'emploi informel 2019 - INS
Nomenclature des activités tunisiennes - INS
EY France Créative - Panorama 2019
Rapport AFD - La Contribution Économique des Industries Culturelles et Créatives au Liban : Mesure, Potentiel et Recommandations
Le poids économique des Industries culturelles et créatives en Wallonie et à Bruxelles

Webographie

www.haica.tn
https://fr.wikipedia.org/wiki/T%C3%A9l%C3%A9vision_en_France
https://mytuner-radio.com/fr/radio/pays/morocco-stations
https://www.centraltv.fr/category/television-marocaine
واقع الإعلام التونسي بالأرقام والإحصائيات : من هو الصحفي التونسي ؟ (espacemanager.com)
https://www.tunisienumerique.com/tunisie-la-masse-salariale-la-television-nationale-atteint-29-millions-de-dinars-par-an/
http://www.courdescomptes.nat.tn/upload/rapport29/II-11.pdf
https://www.lecommercedulevant.com/article/25988-la-tlvision-reste-la-reine-incontestee-des-medias-libanais
https://lebanon.mom-rsf.org/ar/media/tv/

Fiche sectorielle – Filière Festivals et événements culturels

1. Présentation générale de la filière

La filière des festivals et événements culturels et créatifs comprend l'organisation des festivals ou tout autre événement culturel et créatif.

Les principaux acteurs de la filière sont les organisateurs d'événements (publics ou privés), les équipes techniques, les équipes artistiques et toute autre personne impliquée dans l'événement.

2. Chiffres clés de la filière – 2019

2.1 Indicateurs économiques

Indicateur	Unité	Valeur
Chiffre d'affaires	Millions - TND	95,3
Formel	Millions - TND	95,3
Informel	Millions - TND	
Importations	Millions - TND	
Exportations	Millions - TND	
Taille de marché	Millions - TND	95,3
Nombre d'entreprises	Milliers - Nombre	0,2
Subventions de l'Etat	Millions - TND	11,4
Soutien aux festivals d'été (2018)	Millions - TND	8,3
Aides à l'ENFMPCA	Millions - TND	1,5
Aides aux associations	Millions - TND	1,6

2.2 Indicateurs de l'emploi

Indicateur	Unité	Valeur
Emploi	Milliers - Nombre	4,0
Formel	Milliers - Nombre	2,5
Informel	Milliers - Nombre	1,5

2.3 Indicateurs spécifiques

Indicateur	Unité	Valeur
Nombre de festivals et événements culturels	Nombre	1 224
Nombre de maisons de culture	Nombre	225
La conduite des festivals en Tunisie par structure en %		
CRAC	Pourcentage	10%
Ministère	Pourcentage	1%
Complexe culturel	Pourcentage	4%
Maison de culture	Pourcentage	53%
Association	Pourcentage	32%

2.4 Positionnement de la filière dans les ICC en Tunisie

Indicateur	Valeur
Part de la filière dans la taille du marché ICC	6%
Classement de la filière en termes de taille de marché par rapport aux autres filières	#7
Part de la filière dans le nombre d'entreprises ICC	1%
Classement de la filière en termes d'entreprises par rapport aux autres filières	#8
Part de la filière dans l'emploi total ICC	6%
Classement de la filière en termes d'emploi par rapport aux autres filières	#7

2.5 Benchmark des indicateurs de la filière

Indicateur	Tunisie	France
Indicateurs spécifiques		
Nombre moyen de festivals par région/gouvernorat	51	385
Nombre de festivals par 1 million d'habitants	105	149

3. Chaîne de valeur de la filière

La chaîne de valeur de la filière festivals et événements culturels et créatifs est composée de 4 maillons : (1) programmation, (2) production, (2) diffusion et (4) communication.

La programmation est la première phase de développement d'un festival, durant laquelle la ligne artistique ou culturelle du festival est déployée. La deuxième phase de production consiste en la préparation technique du festival à travers la préparation de matériels et décors, aménagements de salles ou de sites, préparation de la billetterie, communication ... La diffusion ensuite permet de distribuer le contenu artistique et culturel à travers l'offre du festival ou l'événement. Enfin, la phase de communication consiste en la mobilisation du festival/événement dans les régions et l'organisation d'actions ciblées pour attirer des citoyens plus ou moins éloignés de la culture.

4. Business modèle de la filière

Les business modèles de la filière festivals et événements culturels et créatifs se présentent typiquement comme suit :

- Un festival peut avoir de multiples sources de financement : subventionnement public, mécénat ou sponsoring. Pour les grands festivals, la pérennisation est garantie si les accords de financement sont signés pour plusieurs éditions.
- Le festival peut générer des recettes propres par la billetterie ou encore la vente de produits dérivés.
- Les coûts supportés par le budget propre des festivals et/ou à travers des fonds spécifiques : fondations, associations, ...

5. Nomenclature de la filière

La nomenclature de la filière festivals et événements culturels est issue de la Nomenclature des Activités Tunisiennes (NAT2009) de l'Institut National de la Statistique (INS).

Elle comporte les codes suivants :

Nomenclature filière Festivals et événements culturels et créatifs - NAT 2009 INS	
74 Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques	
74.9 Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques n.c.a.	
74.90 Autres activités spécialisées, scientifiques et techniques n.c.a.	
79 Activités des agences de voyage, voyagistes, services de réservation et activités connexes	
79.9 Autres services de réservation et activités connexes	
79.90 Autres services de réservation et activités connexes	
90 Activités créatives, artistiques et de spectacle	
90.0 Activités créatives, artistiques et de spectacle	
90.01 Arts du spectacle vivant	
90.02 Activités de soutien au spectacle vivant	
90.04 Gestion de salles de spectacles	
93 Activités sportives, récréatives et de loisirs	
93.2 Activités récréatives et de loisirs	
93.29 Autres activités récréatives et de loisirs	

Légende

	Division NAT
	Groupe NAT
	Classe NAT

6. Cadre institutionnel

6.1 Principaux acteurs institutionnels

- Ministère des Affaires Culturelles
- L'Etablissement National pour la Promotion des Festivals et des Manifestations Culturelles et Artistiques (ENPFMCA)

7. Approche méthodologique d'estimation

7.1 Indicateurs économiques

La taille de marché de la filière festivals et événements culturels et créatifs est composée des :

- Financements provenant de l'Etat
- Financements provenant du secteur privé et des coopérations internationales
- Recettes de billetterie et ressources propres du festival

- Calcul de la taille de marché :

Le financement de l'Etat est calculé à partir des rapports du ministère des Affaires Culturelles détaillant le budget ventilé au profit des festivals et événements culturels.

A l'aide des experts et en se référant à un benchmark, un taux de participation de l'Etat dans les festivals et événements culturels, estimé à 75%, a été appliqué.

Ce taux a permis de calculer le financement total de la filière.

Les autres paramètres détaillant la taille de marché de la filière à savoir : le financement par le secteur privé et le financement par la billetterie ont été aussi déterminés en appliquant des hypothèses sur les taux de défalcation (La participation du secteur privé a été estimée à 15% des festivals & événements, et 10% pour le financement par la billetterie, constituant ainsi les 25% restant (hors Etat))

7.2 Indicateurs de l'emploi

L'estimation de l'emploi formel de la filière est effectuée à partir de plusieurs documents du ministère regroupant le nombre d'organiseurs d'événements, employés de l'ENFMPCA, employés chargés d'animation au MAC, ...

L'emploi informel est estimé à partir de l'application d'un taux moyen d'informalité national issu de l'INS qui est de 38%

7.3 Indicateurs spécifiques

Le nombre de festivals total en Tunisie a été estimé à partir des chiffres de l'étude de TFANEN « Enjeux et perspectives du secteur des festivals ». Ce rapport indique le nombre de festivals dans 13 gouvernorats (815 festivals dont 203 à Tunis et 612 hors Tunis).

Une extrapolation (règle de 3) a permis d'estimer donc le nombre total des festivals en Tunisie soit dans les 24 gouvernorats du pays : $(612 \times 24) / 12 = 1224$. Il est à noter que l'extrapolation a été faite à partir du nombre de festivals hors Tunis, car le nombre de festivals à Tunis est élevé et non représentatif et peut donc biaiser l'estimation.

8. Limites méthodologiques

8.1 Nomenclature de la filière

Les codes INS relatifs à la filière Festivals regroupent également d'autres rubriques non ICC.

8.2 Fiabilité de la data

Absence données fiables et officiels sur :

- Le nombre des festivals
- La taille des festivals

9. Sources

Data

Data fournie par l'INS

Bibliographie

Diagnostic préliminaire des ICC, MAC, 2019
Présentation de la mission sur les festivals en Tunisie : enjeux et perspectives, TFANEN-ENPFMCA, Mai 2021
Etude sur les festivals, TFANEN-ENPFMCA, Janvier 2021
Etat des lieux des Industries Culturelles et créatives : un potentiel à amorcer, BIAT, Novembre 2018
MAC _ présentation conférence de presse 2019 / Notes du MAC
Rapport d'activité du MAC-2016/2019
Nomenclature des activités tunisiennes - INS

Fiche sectorielle – Filière Jeux vidéo

1. Présentation générale de la filière

La filière “Jeux vidéo et interactivité” comprend les activités relatives au process allant du développement à la distribution et commercialisation de tout genre de jeux vidéo.

Les principaux acteurs de l’industrie sont les studios de développement, les éditeurs, les fournisseurs d’outils et technologies de développements, les fabricants de plateformes (consoles, PC...), les distributeurs, les critiques...

2. Chiffres clés de la filière – 2019

2.1 Indicateurs économiques

Indicateur	Unité	Valeur
Chiffre d'affaires	Millions - TND	20,0
Formel	Millions - TND	
Informel	Millions - TND	
Importations	Millions - TND	
Exportations	Millions - TND	
Taille de marché	Millions - TND	20,0
Nombre d'entreprises	Milliers - Nombre	0,02

2.2 Indicateurs de l’emploi

Indicateur	Unité	Valeur
Emploi	Milliers - Nombre	0,8
Formel	Milliers - Nombre	0,8
Informel	Milliers - Nombre	

2.3 Positionnement de la filière dans les ICC en Tunisie

Indicateur	Valeur
Part de la filière dans la taille du marché ICC	1%
Classement de la filière en termes de taille de marché par rapport aux autres filières	#9
Part de la filière dans le nombre d'entreprises ICC	0,1%
Classement de la filière en termes d'entreprises par rapport aux autres filières	#11
Part de la filière dans l'emploi total ICC	1%
Classement de la filière en termes d'emploi par rapport aux autres filières	#11

2.4 Benchmark des indicateurs de la filière

Indicateur	Tunisie	France	Belgique
Indicateurs économiques			
Chiffre d'affaires en % du PIB	0,02%	0,2%	0,02%

Indicateur	Tunisie	France	Belgique
Indicateurs de l'emploi			
Emploi en % de la population active	0,02%	0,1%	0,02%

3. Chaîne de valeur de la filière

La chaîne de valeur de la filière Jeux vidéo et interactivité est composée de 8 étapes majeures : (1) Développement de plateformes, (2) Développement de technologies de production, (3) conception, (4) production, (5) édition, (6) distribution, (7) consommation et (8) critique

La phase de conception d'un jeu est souvent une phase de création qui consiste en la définition spécifications qui délimite le concept du jeu (univers, scénario, game design, game play...) et détermine l'idée motrice qui, à son tour, guide les phases de développement et de marketing par la suite. La faisabilité technique du jeu et son potentiel commercial sont examinés durant ce stade de même que les coûts qui lui seront associés. Les choix concernant les plateformes, les canaux de distribution et le budget sont également décidés durant cette phase.

La phase de développement nécessite la collaboration de différents profils et des compétences variées pour produire le contenu éditorial et technologique du jeu et, par la suite, les intégrer ensemble durant un seul processus. Les spécifications effectuées en phase de conception servent de première base pour l'organisation du travail de développement, la planification des tâches, leurs assignations entre les différents pôles de compétences et leurs coordinations par la suite. Durant le design, ce sont spécialement l'univers et le scénario détaillé du jeu qui seront élaborés (appelé communément « game play »). Le design visera aussi l'organisation et la « découpe » du travail de développement en modules afin que les programmeurs et les créateurs de contenus puissent travailler en parallèle par la suite sur plusieurs modules à la fois.

Le développement aboutit à une version finale et unique (appelé Master dans le jargon du secteur). Mais plusieurs versions d'essai (alpha et beta) sont produites avant le lancement du jeu. Ces versions sont testées et re-testées et ce afin de déboguer le jeu et l'améliorer avant sa commercialisation finale.

4. Business modèle de la filière

Les business modèles de la filière Jeux vidéo se présentent typiquement comme suit pour chacun des maillons :

- Développement de plateformes :

-Vente de consoles

-Développement et commercialisation de jeux (les consoliers ont aussi des éditeurs et studios intégrés)

- Développement de technologies de production

-Modèle freemium (unity...)

-Frais d'usage et licence

- Conception, production et édition :

L'acteur financeur garde la propriété intellectuelle du jeu et reverse une rémunération minimale et des royalties (en cas de succès du jeu) aux autres parties prenantes. L'éditeur est souvent le principal financeur des projets de jeux. Il touche entre 20 et 35%

Les studios perçoivent une rémunération fixe et un pourcentage des ventes négocié avec l'éditeur. En cas de succès de jeu, le studio touche entre 10 et 25%

Pour les jeux sur consoles, un pourcentage est reversé aux consoliers (entre 10 et 20%).
Les studios sont usuellement le maillon faible de la chaîne de valeur

- Distribution :

Un pourcentage des ventes négocié avec les éditeurs

Pour les plateformes en ligne : droits d'utilisation de la plateforme en plus des royalties (en moyenne entre 20 et 35% des marges)

- Consommation :

-Game-as-a-product : paiement à l'unité

-Games-as-a-service : abonnements

-Modèle freemium & Free-to-play

-Publicité (in-game advertisement)

5. Nomenclature de la filière

La nomenclature de la filière Jeux vidéo est issue de la Nomenclature des Activités Tunisiennes (NAT2009) de l'Institut National de la Statistique (INS).

Elle comporte les codes suivants :

Nomenclature filière Jeux vidéo - NAT 2009 INS	
58 Édition	
58.2 Édition de logiciels	
58.21 Édition de jeux électroniques	

Légende

	Division NAT
	Groupe NAT
	Classe NAT

6. Approche méthodologique d'estimation

L'estimation des indicateurs économiques et d'emploi de la filière est basée sur les résultats d'une enquête lancée auprès des acteurs de l'écosystème des jeux vidéo

7. Limites méthodologiques

7.1 Disponibilité de la data

La filière Jeux vidéo souffre d'un manque accru de data.

L'INS ne dispose d'aucune donnée répertoriée sous le code 58.21 Édition de jeux électroniques.

Pour pallier ce problème, une enquête dédiée aux acteurs des jeux vidéo a été lancée, comportant des questions spécifiques à cette filière. Cette enquête a été diffusée par notre expert sectoriel auprès des acteurs majeurs de la filière en Tunisie, et a permis de collecter les indicateurs manquants (notamment taille de marché, nombre d'entreprises et nombre d'employés)

8. Sources

Data

Enquête lancée auprès des acteurs de l'écosystème

Bibliographie

EY France Créative - Panorama 2019

Webographie

<https://www.rtb.be/article/le-chiffre-d-affaires-du-secteur-des-jeux-video-a-augmente-de-17-en-belgique-en-2020-10894719?id=10894719>

<https://hub-brussels.prezly.com/bilan-du-jeu-video-en-belgique--entre-croissance-et-besoin-dinvestissements#:~:text=Tout%20comme%20l'ann%C3%A9e%20derni%C3%A8re,travail%20d'un%20seul%20employ%C3%A9.>





Projet de développement des Industries Culturelles et Créatives en Tunisie

Feuille de route pour le développement des ICC

Livrable final



وزارة الشؤون الثقافية
MINISTÈRE DES AFFAIRES CULTURELLES



MATINE
CONSULTING
متين

Liste des abréviations

AMVPPC	Agence de Mise en Valeur du Patrimoine et de Promotion Culturelle
APII	Agence de Promotion de l'Industrie et de l'Innovation
BCT	Banque Centrale de Tunisie
CDC	Caisse des Dépôts et Consignations
CDG	Chef de Gouvernement
CDL	Creative Digital Lab
CNCI	Centre National du Cinéma et de l'Image
DRACS	Directions Régionales des Affaires Culturelles
DSI	Direction du Système d'Information
ENPFMCA	Etablissement National pour la Promotion des Festivals et des Manifestations Culturelles et Artistiques
EPA	Etablissement public à caractère administratif
EPNA	Etablissement public à caractère non administratif
GAR	Gestion axée sur les résultats
ICC	Industries Culturelles et Créatives
INP	Institut National du Patrimoine
INS	Institut National des Statistiques
INSEE	Institut National de la Statistique et des Etudes Economiques
ISAD	Institut Supérieur d'Art Dramatiques de Tunis
ISAJC	Institut Supérieur de l'Animation pour la Jeunesse et la Culture
ISMT	Institut Supérieur de Musique de Tunis
JCC	Journées Cinématographiques de Carthage
JMC	Journées Musicales de Carthage
JTC	Journées Théâtrales de Carthage
MAC	Ministère des Affaires Culturelles
MESRS	Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique
MF	Ministère des Finances
ONG	Organisation non gouvernementale
OTDAV	Organisme Tunisien des Droits d'Auteur et des Droits Voisins
PPP	Partenariat Public-Privé
SACEM	Société des Auteurs, Compositeurs et Éditeurs de Musique
TNT	Théâtre National de Tunis



Définition des Industries Culturelles et Créatives (ICC)

En Tunisie, le cadre conceptuel des ICC couvre 11 filières à savoir (1) l'Architecture, (2) le Patrimoine, (3) les Arts visuels, (4) les Arts de la scène, (5) la Musique, (6) l'Edition, (7) le Cinéma & Vidéo, (8) les Médias audiovisuels, (9) le Design & services créatifs, (10) les Jeux vidéo & interactivité et (11) les Festivals et événements culturels.

Cette liste de filières a été élaborée à partir d'une analyse de 6 modèles de classification internationaux tels que celui de l'UNESCO et de l'OMPI, d'un benchmark international réalisé pour 12 pays, et d'un travail d'ajustement afin d'adapter cette nomenclature au contexte local.

La contribution des ICC dans l'économie

A l'échelle mondiale, les ICC contribuent à hauteur de 3% du PIB mondial et génèrent près de 2 250 milliards de dollars de revenus annuellement. 2/3 de ces revenus mondiaux des ICC sont concentrés au niveau de 3 régions seulement qui sont (1) l'Asie-Pacifique, (2) l'Europe et (3) l'Amérique du Nord. Ces trois régions, affichent des revenus respectifs de ~740 milliards de dollars, 700 milliards de dollars et 620 milliards de dollars.

Au niveau national, la taille de marché du secteur des Industries Culturelles et Créatives est estimée à 1,5 milliards de dinars contribuant ainsi à près de 1% du PIB national. Cette contribution reste au-dessous de la moyenne mondiale qui s'élève à 3% et au-dessous de certains pays comme la Belgique ou le Liban où la contribution des ICC dans le PIB atteint 5%.

Au niveau sectoriel, la filière « Design et services créatifs » est la plus importante en termes de chiffre d'affaires, générant près de 600 millions de dinars annuellement soit 39% du marché des ICC en Tunisie. Cette forte contribution est expliquée par le poids de la sous-filière « publicité » qui représente 2/3 de la taille du marché de la filière.

La contribution des ICC dans l'emploi

Les Industries Culturelles et Créatives dans le monde emploient près de 30 millions de personnes soit 0,9% de la population active.

En Tunisie, les ICC génèrent près de 70 000 emplois soit 1,6% de la population active. Ce chiffre demeure au-dessous de la moyenne de certains pays comme la France, la Jordanie, le Liban et la Belgique qui atteignent respectivement 2,2%, 3,4%, 4,5% et 5%.

Parmi les filières les plus créatrices d'emplois au niveau national figurent la « Musique », le « Design et services créatifs » ainsi que les « arts visuels ». Ces trois filières génèrent des emplois respectifs de ~27 000, ~9 000 et ~8 000 et ensemble accaparent 2/3 des emplois des ICC en Tunisie. Cette forte contribution provient essentiellement du marché informel qui caractérise ces trois filières.





Les opportunités offertes par les ICC en Tunisie

Un secteur à forte valeur ajoutée, nécessitant souvent peu d'investissements: Etant un secteur centré sur la création humaine, les ICC nécessitent souvent peu d'investissements, pour des taux de valeur ajoutée élevés (un taux variant typiquement de 40% à 60%)

Un secteur qui présente une opportunité pour des revenus fiscaux supplémentaires: Selon les estimations élaborées dans le cadre de l'étude pour le développement des ICC, près de 500 millions TND de chiffre d'affaires provenant de ces industries circulent annuellement dans le marché informel, soit 1/3 de la taille de totale de ce secteur. Intégrer ces revenus revient à multiplier les revenus fiscaux de l'Etat.

Un secteur porté par l'entrepreneuriat: Nous comptons aujourd'hui près de 14 000 entreprises ICC opérant sur le marché . Ce chiffre devrait augmenter avec la simplification des procédures administratives et un meilleur accès au financement et aux marchés

Un secteur qui pourrait représenter un soft power local, régional et international: Il s'agit d'un des plus puissants instruments pour ancrer et propager l'identité et les valeurs d'une nation. Ceci passe par une production culturelle à vocation locale mais aussi régionale et internationale, qui se manifeste en Tunisie à titre d'exemple par les événements et les festivals historiques de grande renommée comme les JCC, JTC, JMC

Un secteur adapté aux attentes des jeunes: Les ICC sont le 1^{er} employeur des jeunes âgés de 18 à 25 ans dans le monde selon l'UNESCO. En Tunisie, l'affinité des jeunes pour ces industries n'en fait pas l'ombre d'un doute, notamment avec l'apparition de nouvelles formes artistiques et créatives (arts de la rue, jeux vidéo...), la démocratisation du process de création culturelle et créative (e.g. un court-métrage peut être filmé avec un smartphone) mais surtout avec l'incursion du digital dans la quasi-totalité des aspects lié à la créativité. Cette attraction des jeunes est d'autant plus vraie dans un contexte de liberté d'expression et de création comme celui de la Tunisie actuellement.

Un secteur qui permettra d'établir un branding propre à la Tunisie: A l'image de « SMART Tunisia » et « Start-up Act », devenus une référence en Afrique, le « Creative Act » pour les ICC pourrait devancer les pays de la région et être en harmonie avec la nouvelle Tunisie, et pourrait également être élargi à d'autres secteurs (Athletic Tunisia, Green Tunisia, Prosperous Tunisia, Healthy Tunisia, Sustainable Tunisia, ...).

Les atouts de la Tunisie permettant de saisir les opportunités offertes par les ICC

Un patrimoine riche avec plus de 1200 sites et monuments classés, 115 musées publiques et privées disposant de collections significatives et 56 savoirs-faires classés dont plusieurs sont inscrits à l'UNESCO et témoignant de la richesse du savoir-faire tunisien.

Des festivals historiques et de renommée. Le nombre des festivals et événements culturels en Tunisie est estimé à près de 1200 répartis sur l'ensemble du territoire. Certains de ces festivals sont inscrits dans le paysage international comme le Festival international de Carthage, les JMC, les JTC, Les JCC, Festival d'Hammamet,...

Des créateurs qualifiés et rayonnant à l'international sur l'ensemble des filières créatives à savoir l'écrivain Chokri Mabkhout qui a reçu le prix Booker pour le meilleur roman arabe « Ettaliani », Moufida Tlatli qui a obtenu le 1^{er} rang sur la liste des 100 meilleurs films de femmes du cinéma arabe pour son film Silence des Palais, ...

Les dysfonctionnements entravant le développement des ICC en Tunisie

L'absence d'une nomenclature ICC unifiée et adoptée par les institutions de l'Etat: Actuellement, la notion des ICC reste ambiguë au niveau des institutions officielles. Ceci entrave donc la formulation d'une politique publique pour le développement de ces industries, et empêche la construction de data permettant d'évaluer et piloter ce secteur.

La difficulté d'accès au financement et aux marchés en raison notamment du caractère jugé « risqué » de ces industries, de l'incompréhension des business modèles régissant le secteur, mais aussi d'un écosystème encore immature où les canaux de distribution restent à développer.

L'inadaptation des lois et décrets: Les lois et décrets actuels régissant le secteur des ICC ne prennent pas en considération les grandes mutations ayant disrupté ces industries notamment avec l'avènement du digital et le changement des modèles économiques.

L'inefficacité du système d'aides et de subvention: l'Etat se positionne comme étant l'un des financeurs « exclusifs » des ICC en Tunisie, et débourse annuellement près de 50 millions TND sur les subventions et aides. Cependant, de grandes réserves quant à l'efficacité de ces aides et leurs modalités d'allocation sont émises par les acteurs du secteur.

Une feuille de route permettant de développer les ICC et libérer leurs potentiels

Afin de palier à ces dysfonctionnements, une feuille de route a été élaborée permettant d'agir sur 5 axes principaux :

1. **Le cadre institutionnel** touchant les lois et décrets, les cahiers des charges, la gestion publique des filières ainsi que le statut du créateur
2. **Le financement** touchant l'investissement privé, les aides et subventions, les sources de financements publics et les droits d'auteur
3. **Infrastructure des ICC** touchant l'infrastructure digitale (plateformes, archives numérisés , ...) et l'infrastructure physique (maisons de culture, lieux culturels, ...)
4. **Les métiers des ICC** touchant les cursus de formations de bases ainsi que les cursus de formation professionnelles
5. **La scène culturelle** touchant les partenariats et les rencontres entre les parties prenantes ainsi que l'exposition du grand public aux produits culturels

Ces 5 axes principaux sont déclinés en 18 produits et 108 activités touchant à l'ensemble des filières ICC.

Ces activités sont échelonnées sur 4 horizons temporels (2022, 2023, 2025 et 2030) et priorisés sur la base d'une matrice impact-faisabilité en 3 groupes : Priorité 1, Priorité 2, et Priorité 3.

Sommaire



Artiste : Aziza Guermazi

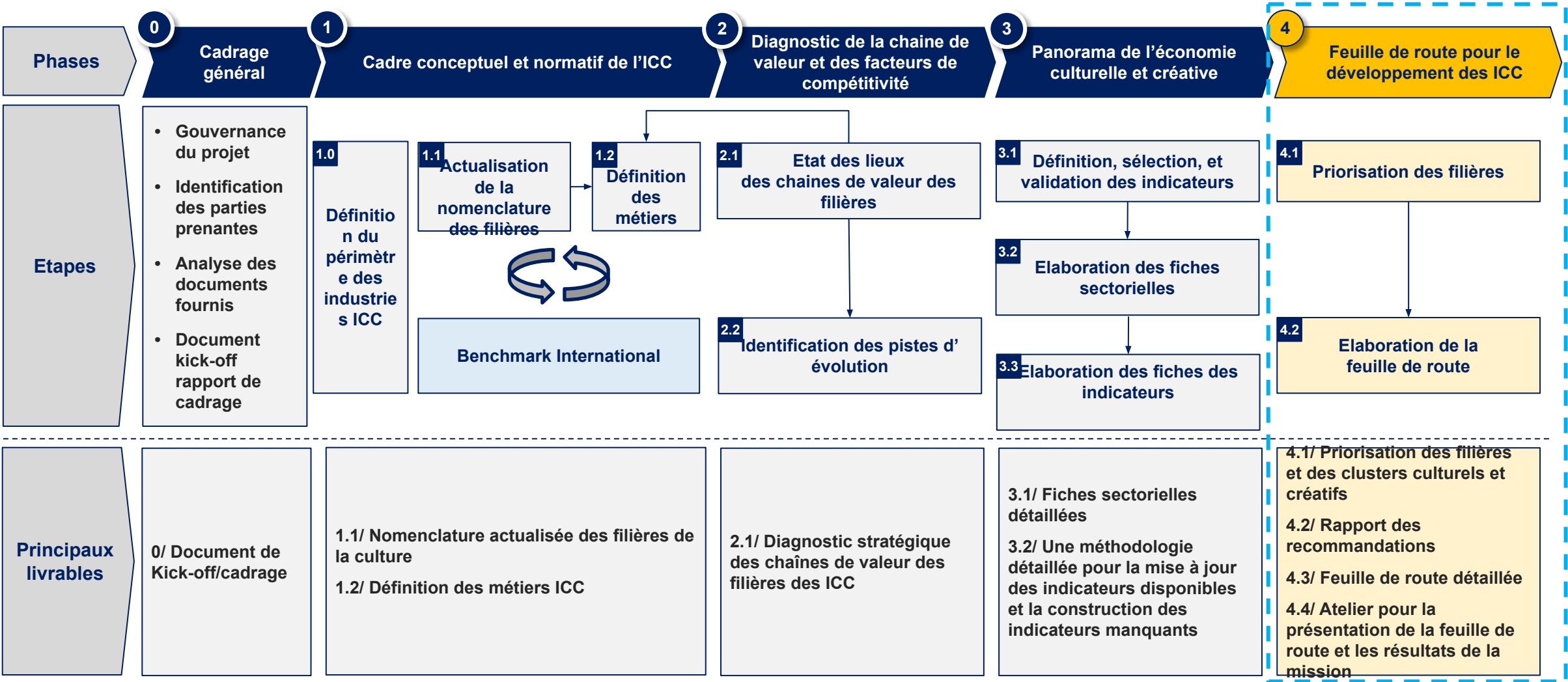
Rappel de la démarche et du planning

Les ICC : un vecteur de développement et de relance

Feuille de route pour le développement des ICC

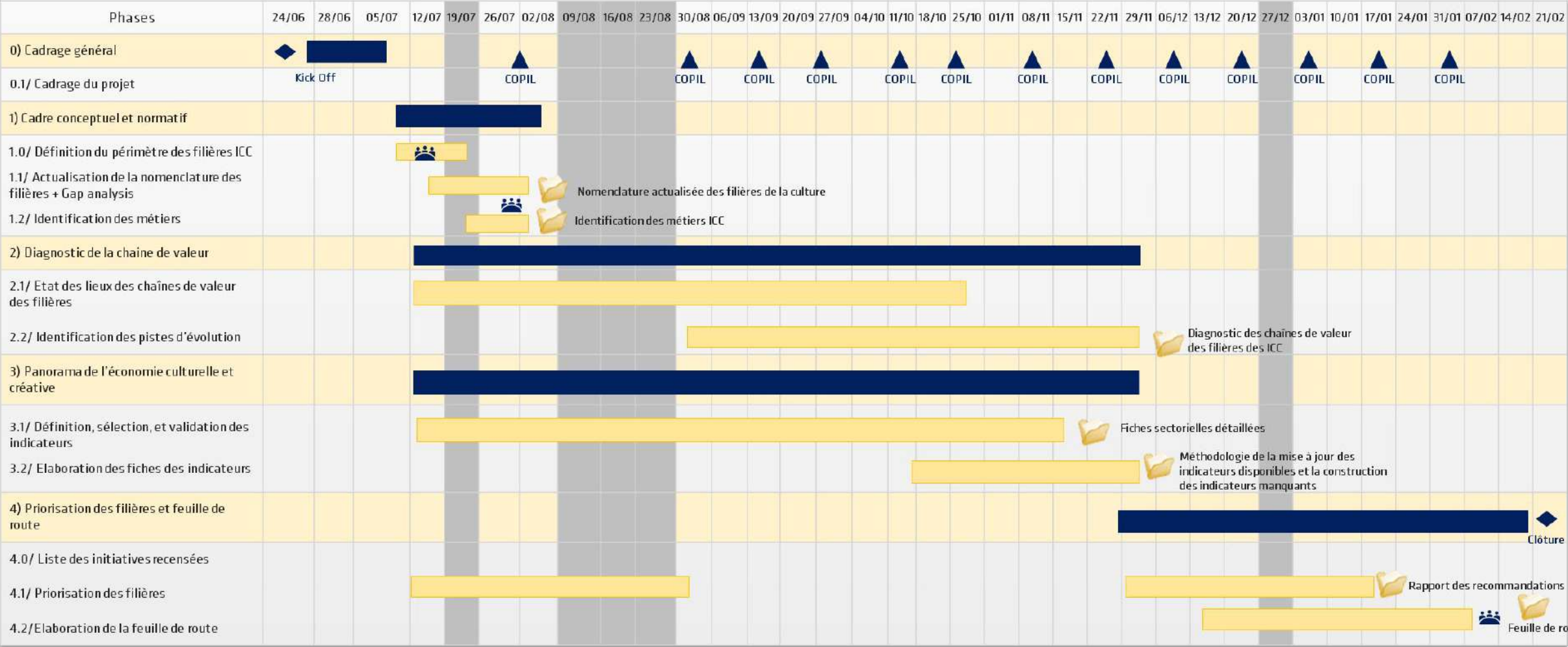
Limites de la feuille de route

Rappel de la démarche du projet



Axe objet des travaux

Rappel du planning



Sommaire



Danseuse : Nesrine Ben Arbia
Crédit photo : Moez Shaiek

Rappel de la démarche et du planning

Les ICC : un vecteur de développement et de relance

Feuille de route pour le développement des ICC

Limites de la feuille de route

Les ICC, une notion en plein essor dans le monde, sont définies par les institutions internationales comme étant les industries basées sur la créativité et le talent

Exemples de définitions des industries créatives et culturelles



1

« Toute industrie qui a pour origine la créativité individuelle, l'habileté et le talent et qui a le potentiel de produire de la richesse et de l'emploi à travers la création et l'exploitation de la **propriété intellectuelle** »

Royaume-Uni - DCMS (Department for Digital, Culture, Media and Sport)



2

« Les industries créatives regroupent des secteurs d'activité qui trouvent leur origine dans la **créativité individuelle, la compétence et le talent.** »

France – INSEE (Institut national de la statistique et des études économiques)



3

« les secteurs d'activité ayant comme objet principal la création, le développement, la production, la reproduction, la promotion, la diffusion ou la commercialisation de biens, de services et activités qui ont un contenu culturel, artistique et/ou patrimonial »

UNESCO (2009)



- Les Industries Culturelles et Créatives (ICC) gagnent de plus en plus de place dans les **politiques publiques** des pays au vu de leur **poids dans l'économie et l'emploi**.
- Plusieurs **institutions internationales** se sont donc penchées sur la définition de ces ICC tel que l'UNESCO, l'INSEE (France), le DCMS (Royaume-Uni) afin d'aider leurs Etats à intégrer cette nouvelle notion dans leurs plans stratégiques.
- La définition de industries culturelles et créatives (ICC) **diffère d'une institution à une autre**. Ainsi, il est nécessaire pour chaque pays de s'adapter au **contexte local** pour définir ses ICC.

La liste des filières ICC en Tunisie a été définie en se basant sur un benchmark international, tout en l'adaptant au contexte local

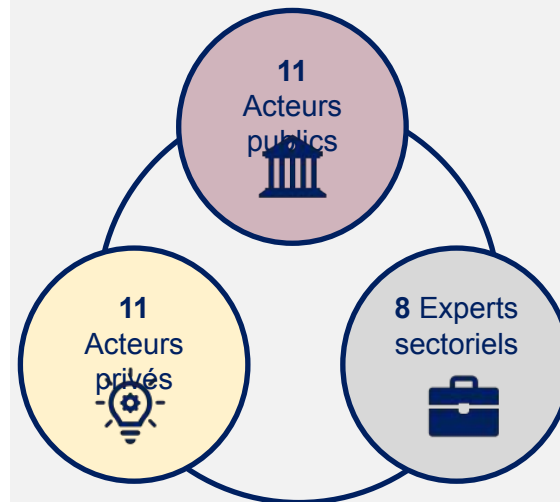
1 Analyse des modèles de classification internationaux



2 Benchmark d'une sélection de pays



3 Revue avec les acteurs de l'écosystème et les experts sectoriels



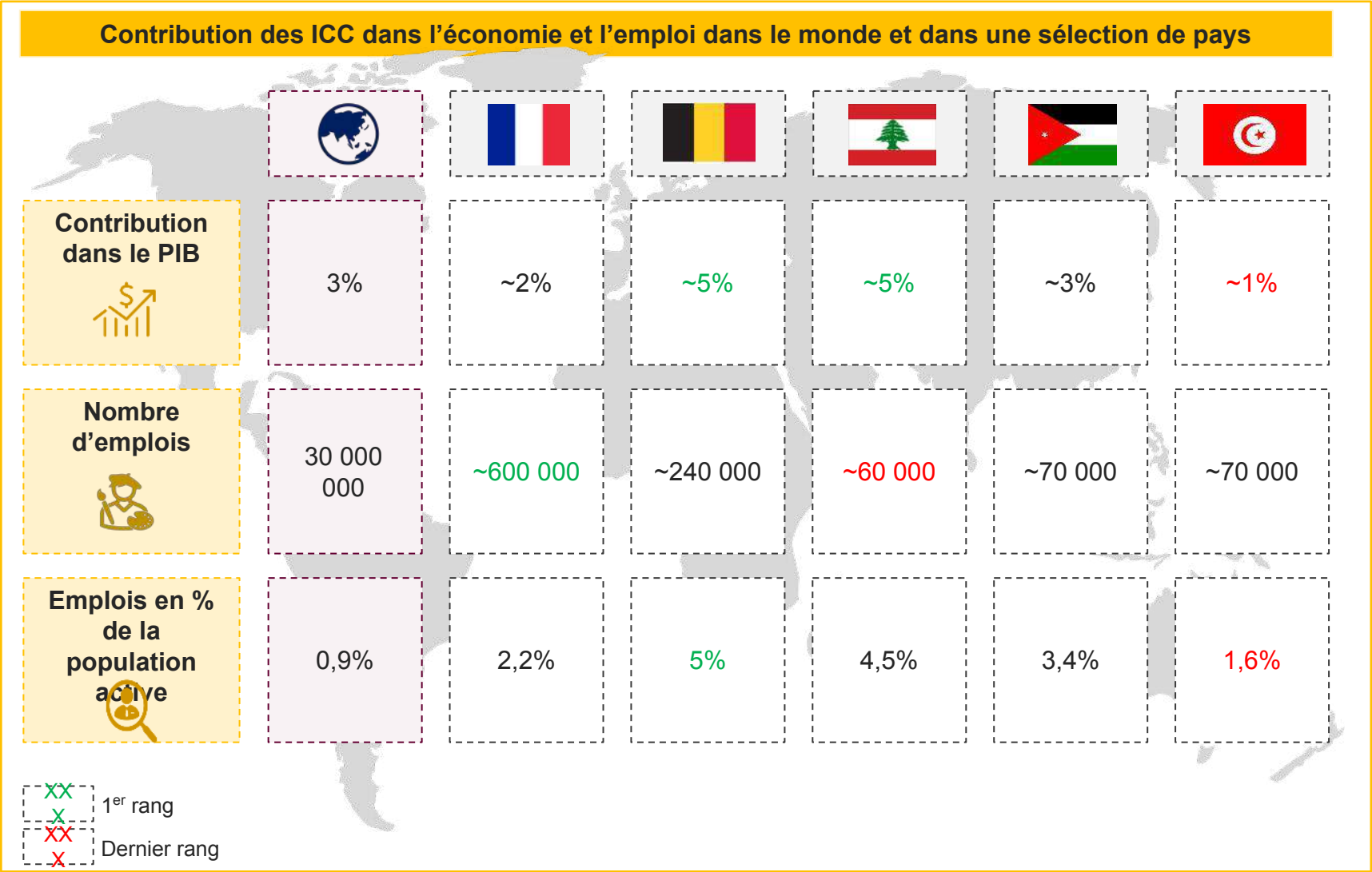
1. Afin de définir les Industries Culturelles et Créatives (ICC) en Tunisie, **6 modèles de classification internationaux** des ICC ont été analysés.
2. En plus de l'analyse des modèles de classification internationaux, un travail de **benchmark** a été effectué pour **12 pays** dont la **Jordanie** qui demeure **comparable à la Tunisie** en terme de PIB et de taille de population.
3. Suite aux travaux d'analyse des modèles de classification et de benchmark, une première liste des filières ICC a été élaborée. Cette liste a été **ajustée** à l'aide de **22 acteurs publics et privés** dans le cadre d'entretiens individuels puis **revue** par **8 experts sectoriels**. La revue avec les experts a permis **l'adaptation** de l'ensemble des filières **au contexte local**.

...Il en résulte une nomenclature composée de 11 filières ICC

Composition des filières ICC avec des exemples de sous-filières

1 Architecture • Des bâtiments • Urbaine et rurale • Paysagère • ...	2 Patrimoine • Patrimoine matériel • Patrimoine immatériel • Patrimoine naturel • Musées • Sites archéologiques et historiques • ...	3 Arts visuels • Peinture • Dessin • Sculpture • Photographie • Galeries • Salles d'exposition • ...	4 Arts de la scène • Théâtre • Danse • Marionnettes • Cirque • Art de la rue • ...	5 Musique • Enregistrement musical • Edition sonore • Concerts et performances live • ...	6 Edition • Livres • Journaux et périodiques • Poésie • Traduction d'œuvres • ...
7 Cinéma et vidéo • Films • Séries • Vidéos • Animation • Salles de cinéma • Plateforme VOD • ...	8 Médias audiovisuels • Radiodiffusion (y compris streaming) • Télédiffusion (y compris streaming) • Podcasting • ...	9 Design & services créatifs • Design • Mode et stylisme • Décoration • Publicité • ...	10 Jeux vidéos et interactivité • Jeux sur console/PC • Jeux pour mobile • Jeux interactifs (VR/AR) • ...	11 Festivals & événements culturels et créatifs • Organisation de festivals • Organisation d'événements culturels et créatifs	

En dépit du poids important des ICC dans le monde, leur contribution dans l'économie et l'emploi en Tunisie reste au dessous de la moyenne internationale

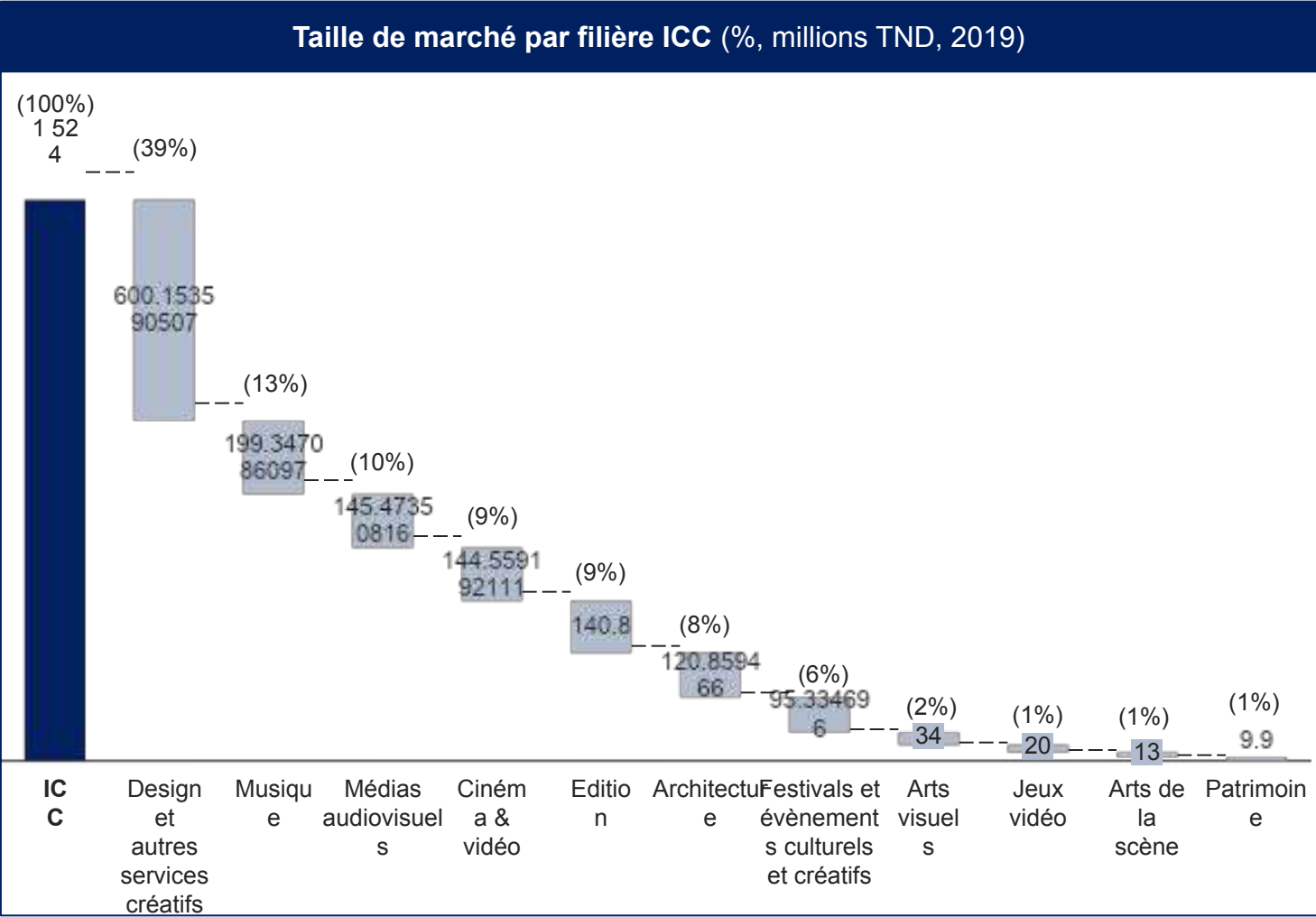
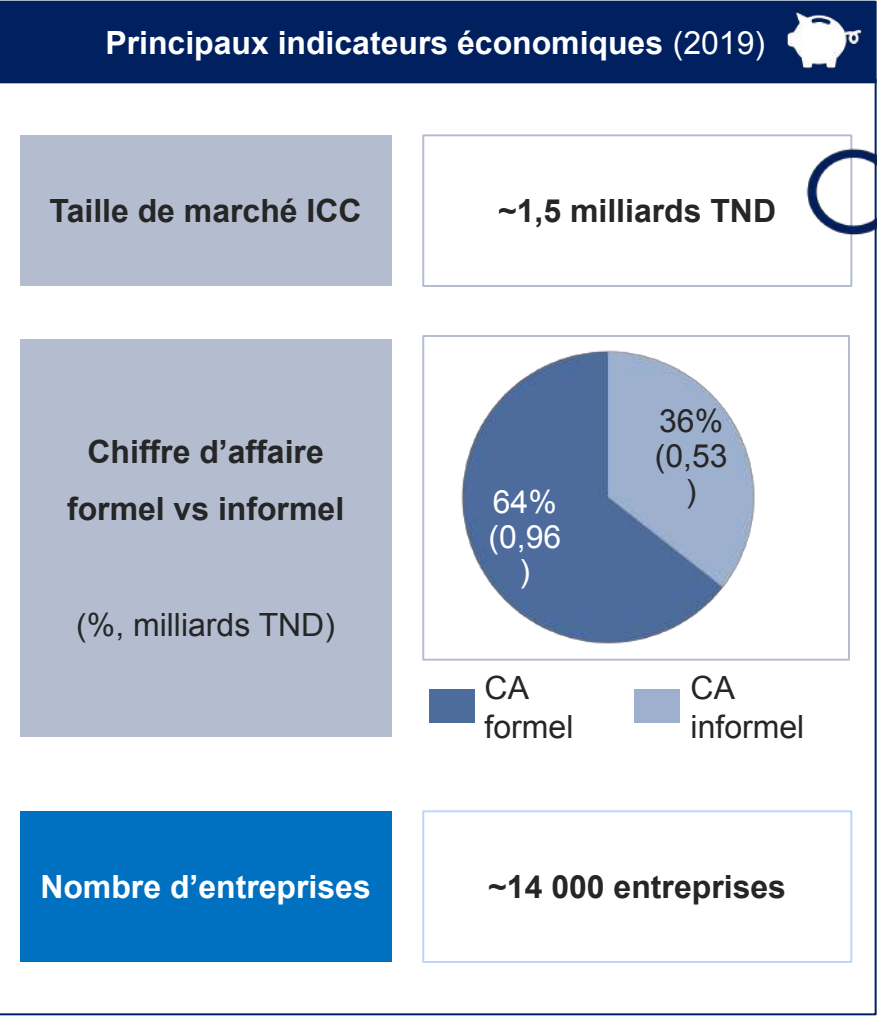


- Les ICC contribuent aujourd’hui à hauteur de **3% du PIB** mondial. Dans certains pays comme la **Belgique** ou le **Liban**, leur contribution atteint **5%**. Ceci met en exergue la capacité de la Tunisie à dépasser le **~1% du PIB national** que représente actuellement ses ICC.
- En termes d’emplois, les ICC en **France** emploient **~600 000** personnes soit **2,2%** de la population active. Dans d’autres pays comme la **Belgique**, le **Liban** ou même la **Jordanie**, ce pourcentage est beaucoup plus important (atteignant respectivement 5%, 4,5% et 3,4%). En Tunisie, la contribution des ICC dans l’emploi est **au-dessous du niveau des pays de benchmark**, mais demeure supérieure à la moyenne mondiale (0,9%)

En Tunisie, la taille de marché des ICC s'élève en 2019 à ~1,5 milliards TND, dont le 1/3 est dans le circuit informel.

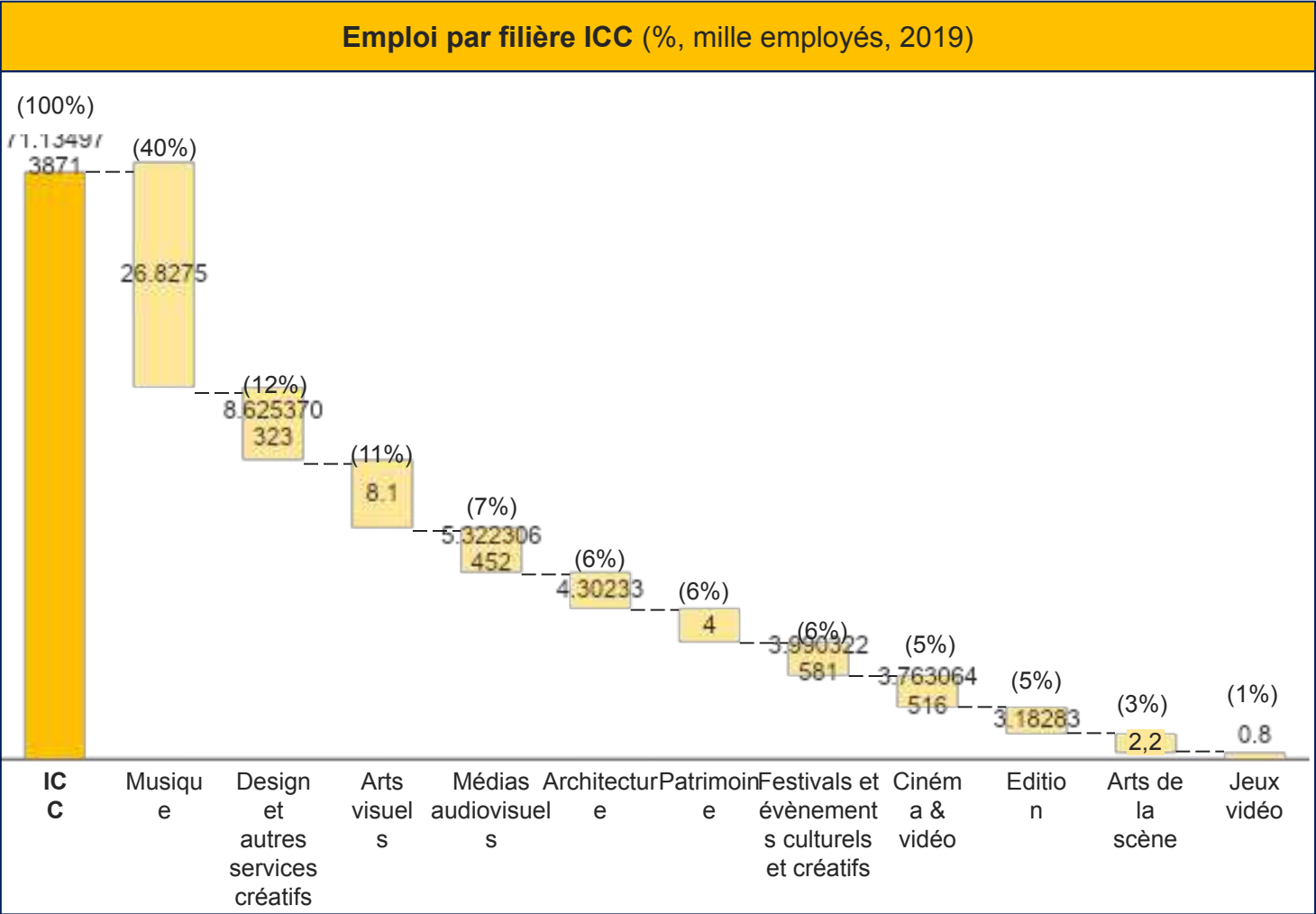
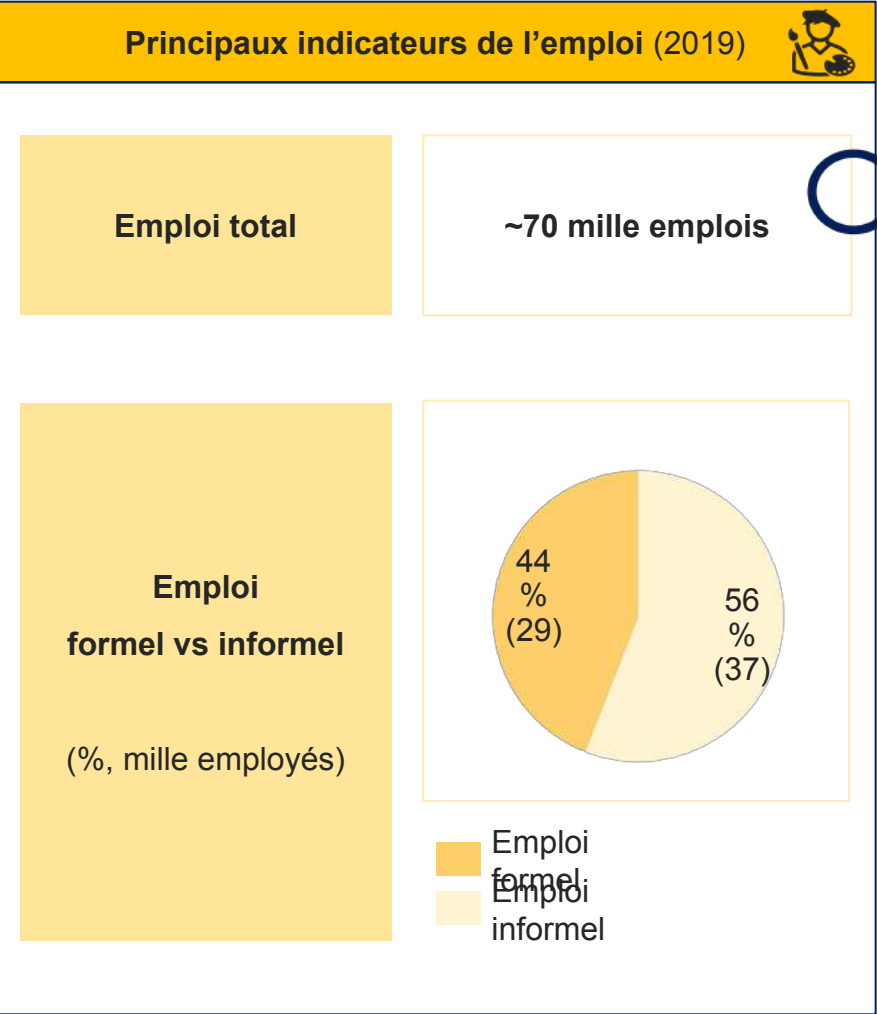
La filière Design et services créatifs contribue à hauteur de 39% dans ce marché

Panorama ICC – Chiffres clés de l'économie



En termes d'emploi, les ICC comptent ~70 000 employés en Tunisie , dont 56% opérant dans l'informel. La filière la plus génératrice d'emploi est la filière Musique, contribuant à hauteur de 40% de l'emploi total

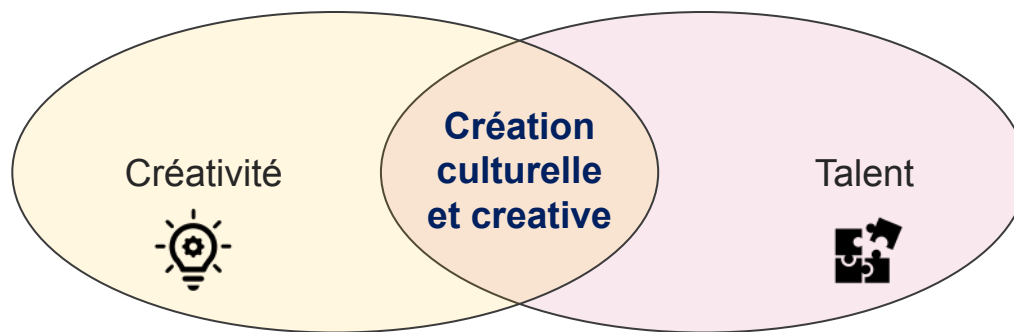
Panorama ICC – Chiffres clés de l'emploi



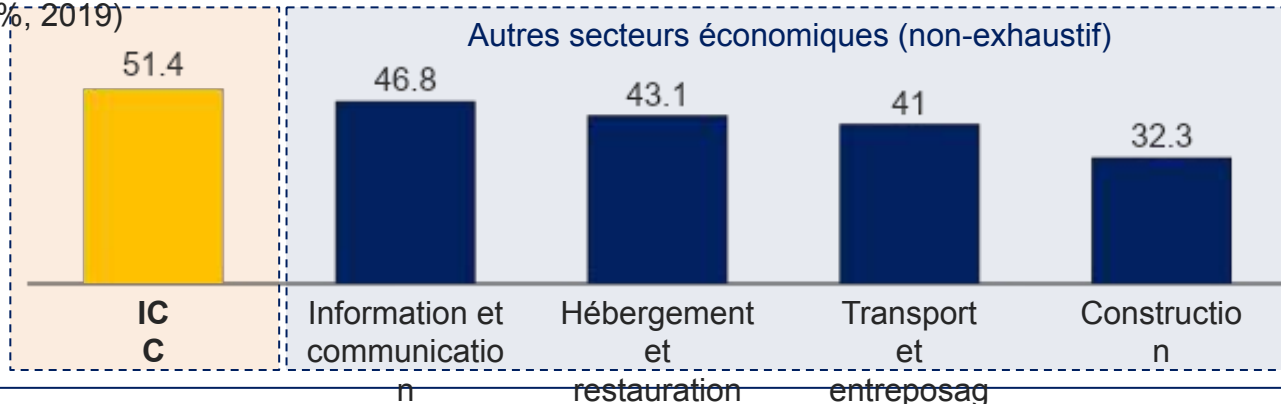
Rattraper le retard accusé en matière de développement des ICC revient à se positionner stratégiquement sur un secteur à forte valeur ajoutée basé sur la créativité humaine et le talent

Les ICC : Un secteur qui puise de la créativité et du talent pour produire une valeur ajoutée élevée

Définition des ICC selon le DCMS (Department for Digital, Culture, Media & Sport – UK)



Comparaison du taux de valeur ajoutée* en France : ICC vs autres secteurs économiques (% , 2019)



- De par leur nature et caractéristiques, les ICC devraient être considérées comme un véritable **vecteur de développement économique et de relance**.
- Les ICC, contrairement à d'autres secteurs à **forte intensité capitaliste**, tirent leur valeur ajoutée de la **créativité humaine et le talent**.
- En France, le taux de valeur ajoutée des ICC est **parmi les plus élevés**, devant des secteurs tels que les TIC et l'hébergement et restauration, témoignant du potentiel dont dispose ce secteur.

Les ICC sont un secteur porté par l'entrepreneuriat et qui a le potentiel de dynamiser le marché de l'emploi

Le tissu entrepreneurial des ICC en Tunisie

~14 000 entreprises
opérant dans les ICC

Top 3



Design et services
créatifs : 4 000



Architecture: 3 300



Arts visuels : 2 400

~10 incubateurs et
accélérateurs



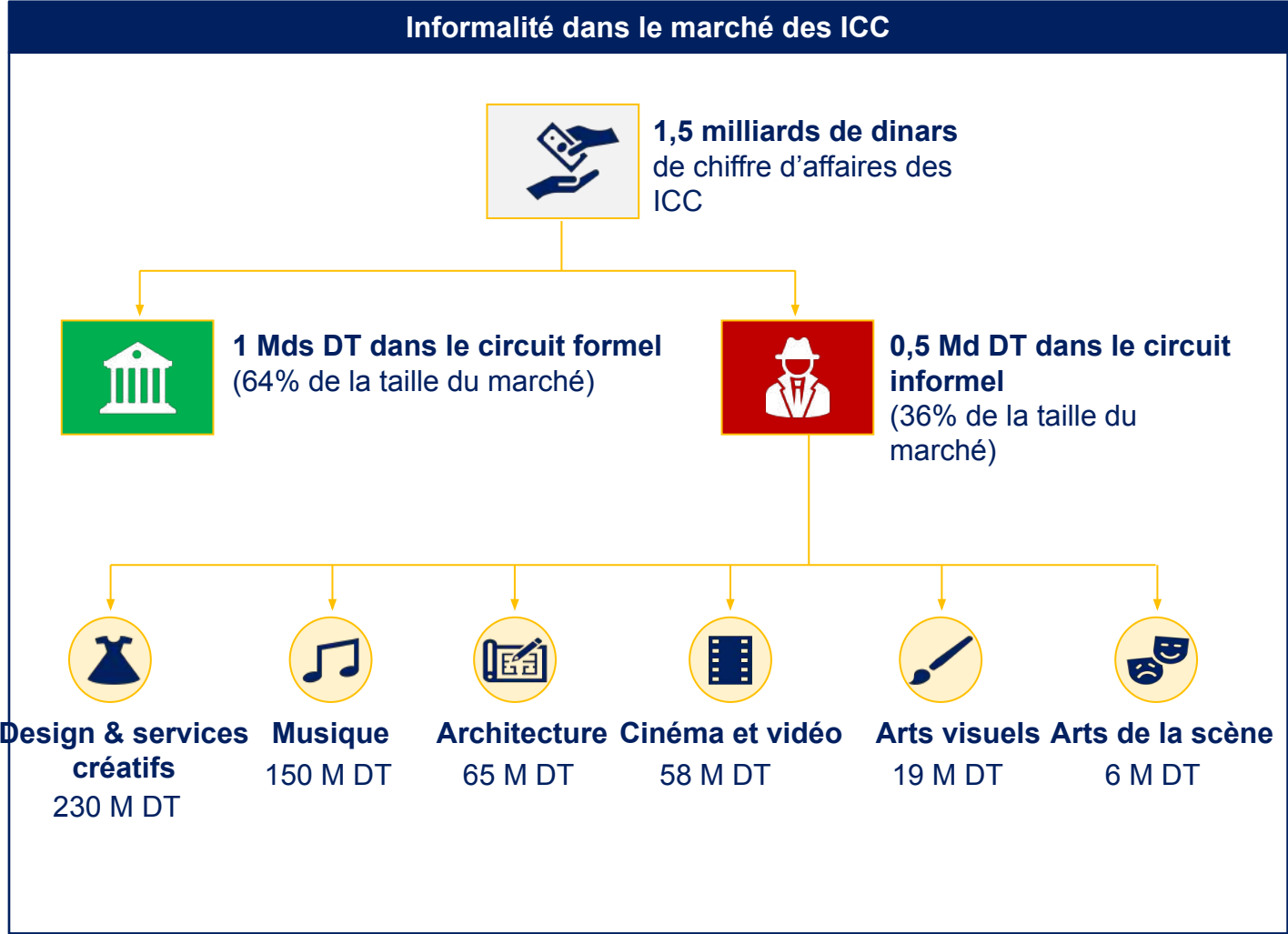
FLAT LABS



Non-exhaustif

- Les ICC sont perçues comme un **secteur catalyseur**, ayant des **impacts directs** sur l'**économie** et l'**emploi** d'un pays. Cela provient essentiellement de l'**attitude entrepreneuriale** qui caractérise les créateurs de ce secteur.
- Le tissu entrepreneurial des ICC en Tunisie est constitué de **14 000 entreprises ICC** et d'une **dizaine d'incubateurs et accélérateurs**. **70%** de ces entreprises sont concentrées sur 3 filières seulement: **Design et services créatifs, architecture et arts visuels**.
- Le nombre d'entreprises opérant dans le secteur des ICC devrait augmenter avec la **simplification des procédures** et un meilleur **accès au financement et aux marchés**.

Des revenus fiscaux supplémentaires sont également possibles en intégrant les ICC dans le circuit formel



- Les ICC présentent une opportunité pour des **revenus fiscaux supplémentaires** pour la Tunisie. En effet, sur un marché de **1,5 milliards de dinars**, près de **500 millions TND** ICC circulent annuellement dans le marché informel, soit **1/3 du marché total**.
- En termes de revenus informels, la filière **Design et services créatifs** occupe la première place en affichant près de **230 millions de dinars** de revenus informels. En deuxième place, **la musique** génère près de **150 millions de dinars** de chiffre d'affaires informel par an. Ce chiffre provient essentiellement des **événements familiaux** (fêtes de mariage, circoncision, réussites scolaires, ...) et **professionnels non déclarés**.

Ces industries peuvent représenter également un soft power non seulement local, mais aussi régional voire international



Principaux évènements et festivals de grande renommée en Tunisie

Exemples de festivals	Date de création	Nombre d'éditions
 Journées cinématographiques de Carthage (JCC)	1966	32
 Foire internationale du livre de Tunis (FILT)	1981	36
 Journées théâtrales de Carthage (JTC)	1983	22
 Journées musicales de Carthage (JMC)	2009	7



- les ICC pourraient représenter pour la Tunisie un **soft power local, régional** voire **international**.
- Ce soft power nécessite une production culturelle à vocation **locale** mais aussi **régionale et internationale**, qui se manifeste en Tunisie à titre d'exemple par les **évènements et les festivals historiques de grande renommée** comme les Journées Cinématographiques de Carthage (JCC), les Journées Théâtrales de Carthage (JTC), les Journées Musicales de Carthage (JMC), ...
- Ces évènements et festivals, qui sont devenus un branding pour la Tunisie, pourront être élargis aux autres filières des industries culturelles et créatives notamment **Patrimoine, Jeux vidéo, Design...**

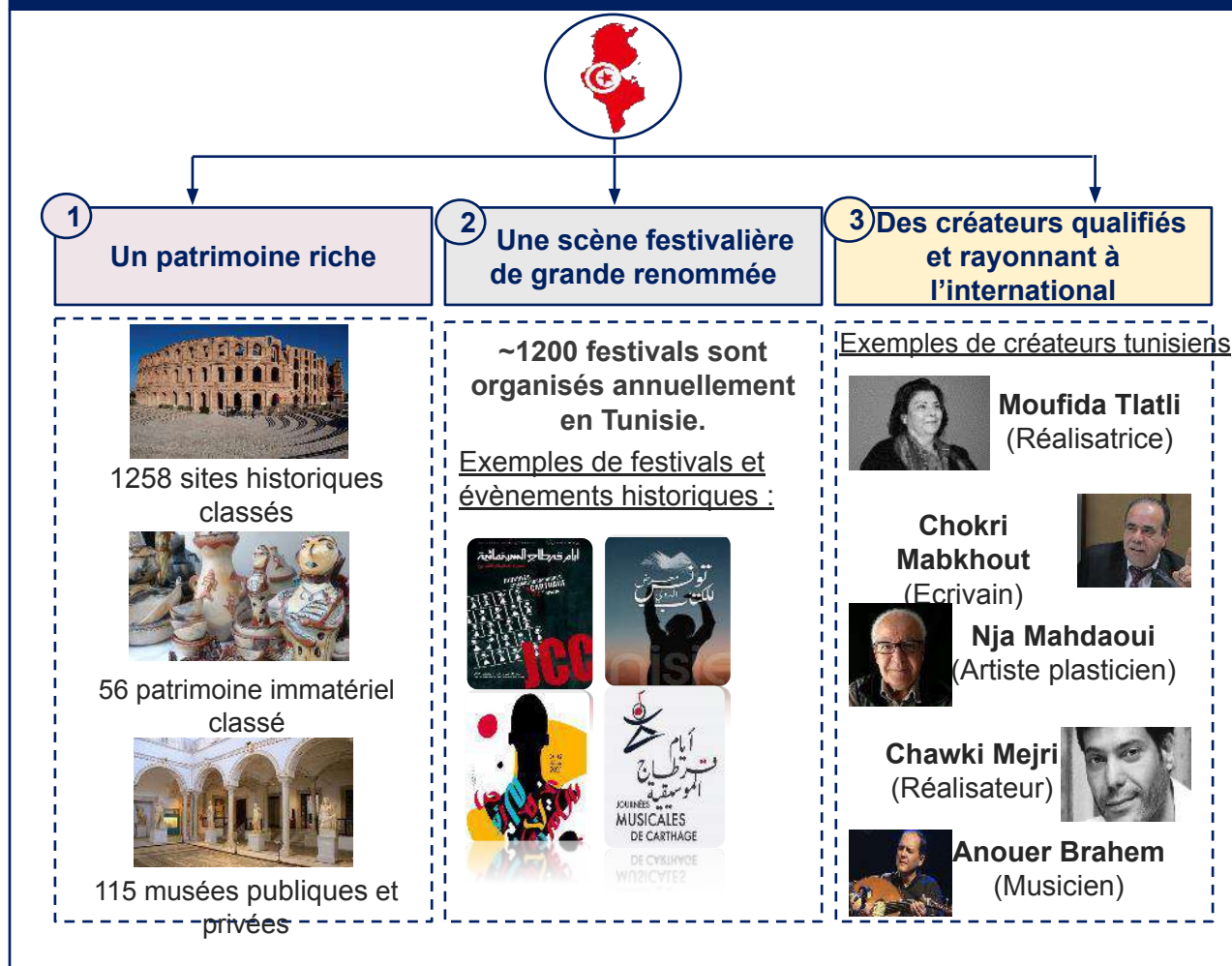
Miser sur ces "industries de demain" revient à redonner aux nouvelles générations l'espoir en une Tunisie meilleure

De nouvelles formes artistiques et créatives adaptées aux jeunes				
Exemples de nouvelles formes artistiques	Arts de la rue		Arts numériques	
	Graffiti	Théâtre de la rue	Vidéos en ligne	Réalité augmentée
	Une œuvre visuelle exécutée sur une surface publique	Une représentation théâtrale exécutée dans un espace public	Production de vidéos en ligne sur les différentes plateformes : • Youtube • Instagram • Tiktok • ...	Une œuvre avec des éléments virtuels en 3D au sein d'un environnement réel,
Illustration				

- Le secteur des ICC est un secteur **adapté aux attentes des jeunes** : il est le **1er employeur des jeunes âgés de 18 à 25 ans** dans le monde selon l'UNESCO, ce qui les place au rang des « **industries de demain** ».
- En Tunisie, les jeunes sont de plus en plus attirés par les industries créatives notamment avec l'apparition de **nouvelles formes artistiques et créatives** comme les **arts de la rue** (graffiti, théâtre de la rue, ...) et les **arts numériques** (vidéos en ligne, réalité augmentée, ...)
- Cette attraction est favorisée par un contexte de **liberté d'expression** et de **création** comme celui de la Tunisie actuellement.

Afin de saisir les opportunités offertes par les ICC, la Tunisie peut capitaliser sur ses atouts : un patrimoine riche, une scène festivalière de grande renommée et des créateurs qualifiés et rayonnant à l'étranger

Les principaux atouts de la Tunisie



- La Tunisie dispose d'un large éventail d'atouts lui permettant de bénéficier d'un positionnement privilégié en matière d'ICC en Afrique et dans le monde arabe :
- Un patrimoine riche** : plus de 1200 sites et monuments classés, 115 musées publiques et privées disposant de collections significatives et 56 savoir-faires classés dont plusieurs sont inscrits à l'UNESCO et témoignant de la richesse du savoir-faire tunisien.
 - Une scène festivalière de grande renommée** : le nombre des festivals et événements culturels en Tunisie est estimé à près de **1200** répartis sur l'ensemble du territoire. Certains de ces festivals sont **inscrits dans le paysage international** comme le Festival international de Carthage, les JMC, les JTC, Les JCC, Festival d'Hammamet,...
 - Des créateurs qualifiés et rayonnant à l'international sur l'ensemble des filières ICC**. À Titre d'exemples :
 - Chokri Mabkhout** : un écrivain qui a reçu le prix Booker pour le meilleur roman arabe « Ettaliani »
 - Moufida Tlatli** : réalisatrice tunisienne qui a obtenu, pour son film « Silence des Palais », le titre du meilleur film de femmes du cinéma arabe.
 - Nja Mahdaoui** : un artiste plasticien ayant reçu le grand prix de l'UNESCO pour l'artisanat du Monde Arabe
 - ...

Néanmoins, et afin de libérer le potentiel de ce secteur, il est impératif de remédier aux dysfonctionnements qui entravent son développement, notamment l'absence d'une nomenclature unifiée

Principaux objectifs de la nomenclature ICC

- **Délimiter le champ** des ICC et définir leurs filières
- Préparer le socle pour la **formulation d'une stratégie nationale** / politique publique pour le développement du secteur
- Produire des **statistiques** et construire les **indicateurs** permettant de piloter le secteur
- Disposer d'une **base comparative** avec les autres pays

Partout dans le monde, les pays mettent en place leurs nomenclatures ICC

Exemples de pays ayant adopté une nomenclature ICC unifiée et référencée* par l'UNESCO



Principales institutions devant adopter la nomenclature ICC



MAC



MF



APII



INS

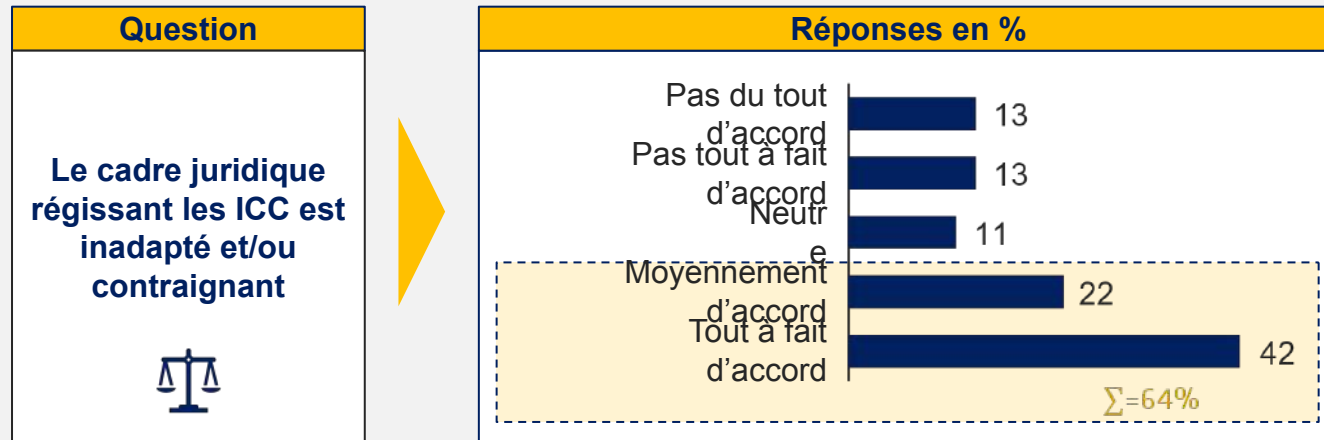
Non-exhaustif

- Actuellement, la définition des ICC est **ambiguë** au niveau institutionnel, avec un **périmètre qui diffère** d'un établissement à un autre (par exemple, la notion d'ICC au niveau du MAC n'est pas la même au niveau de l'INS)
- Mettre en place une nomenclature des ICC **unifiée et adoptée** par l'ensemble des institutions de l'Etat Tunisie est la première étape en vue de **développer ces industries**.

Les lois et décrets régissant les ICC sont en partie obsolètes et inadaptés aux innovations que le secteur connaît, pénalisant ainsi la création et le développement économique de ces industries

2/3 des professionnels ICC confirment que le cadre juridique est inadapté et/ou contraignant

Résultats de l'enquête lancée auprès des professionnels ICC – 722 réponses
(%, 2021)



Le cadre juridique des ICC est considéré obsolète à cause notamment des limites suivantes

- Complication des **procédures** et lourdeur **administrative**
- Blocage de l'accès aux marchés et au financement
- Non prise en compte du **digital** et des **nouvelles formes artistiques** qui en découlent
- Non prise en compte des **mutations** au niveau des **business modèles** et des **canaux de distribution**
- Inadéquation des dispositions législatives en matière de **financement public** avec les attentes actuelles des professionnels

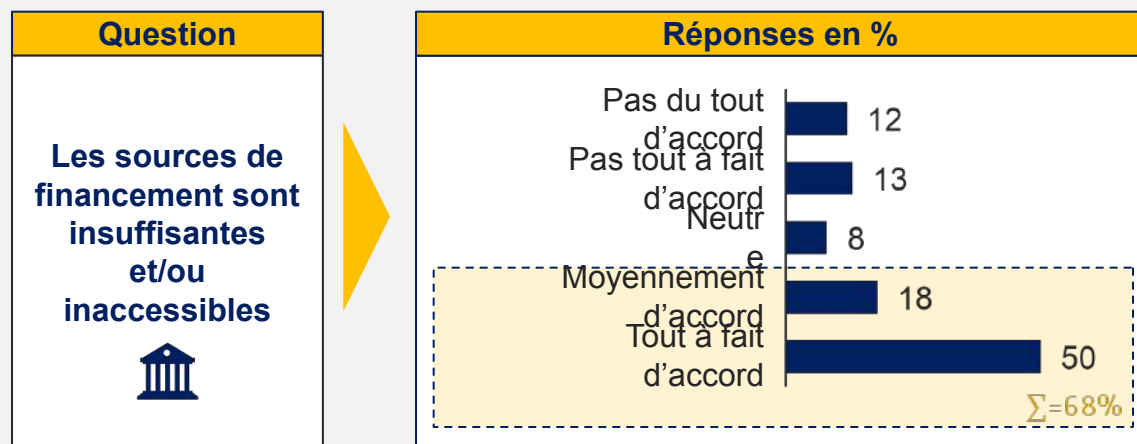
Non-exhaustif

- Le cadre juridique régissant les ICC est aujourd'hui considéré par une grande partie des professionnels du secteur comme étant **obsolète voire anachronique** (2/3 selon l'enquête réalisée auprès de 722 professionnels)
- L'obsolescence de ce cadre juridique représente un vrai obstacle face au développement du secteur.
- En effet, en plus de la **non prise en compte des nouvelles disruptions** ayant touché le secteur (digital, nouveaux business modèles..etc.) le cadre juridique actuel **entrave l'accès au financement et aux marchés**, et pénalise la création par des **contraintes et lourdeurs administratives**.
- **Moderniser** le cadre juridique et **l'assouplir** est une priorité pour développer les ICC

Les sources de financement des ICC sont insuffisantes et inaccessibles en Tunisie, et le recours aux fonds propres demeure le principal moyen pour financer son activité culturelle et créative

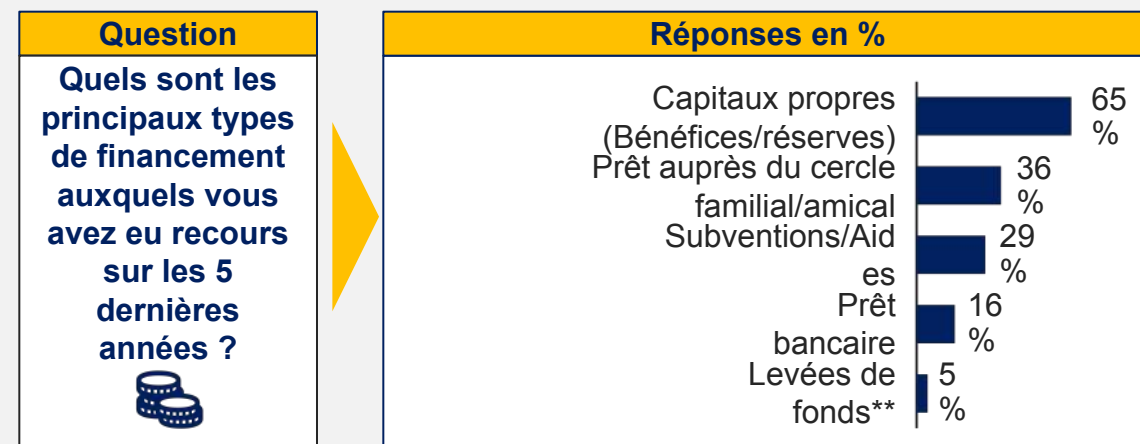
68% des professionnels confirment que les sources de financement sont insuffisantes et/ou inaccessibles

Résultats de l'enquête lancée auprès des professionnels ICC – 722 réponses (% , 2021)



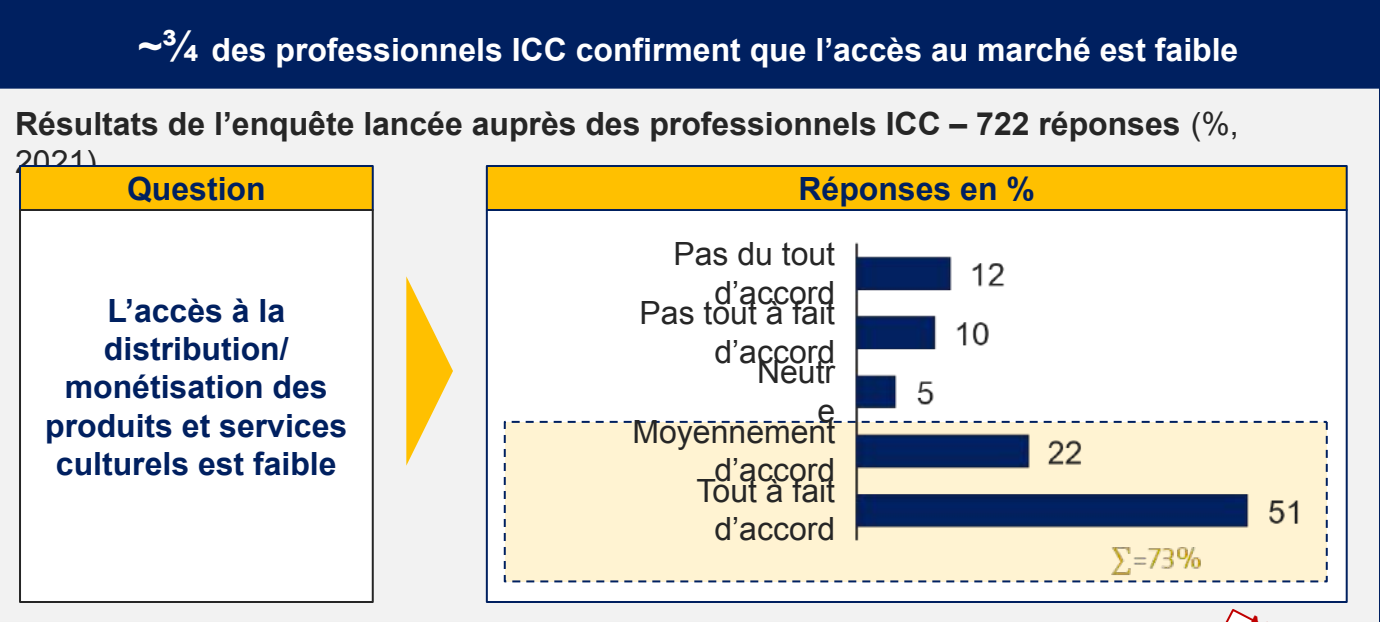
Capitaux propres et love money (prêts famille/amis) représentent les principales sources de financement des ICC en Tunisie

Résultats de l'enquête lancée auprès des professionnels ICC – 400 réponses* (% , 2021)



- 68% des professionnels interrogés confirment que les sources de financement des ICC en Tunisie sont **insuffisantes** et généralement **inaccessibles**.
- Ce constat est certes valable pour de nombreux secteurs économiques en Tunisie, mais il est davantage distingué pour les ICC en raison notamment du **caractère jugé « risqué »** de ces industries, de **l'incompréhension des business modèles** régissant le secteur, mais aussi dans l'absence d'**outils d'incitation à l'investissement**.
- Les capitaux propres et les prêts auprès du cercle familial (love money) représentent les principales sources de financement. On retrouve ensuite les aides et subventions de l'Etat.
- Seulement 16% des interrogés ont pu octroyer un prêt bancaire, et 5% ont pu levé des fonds, témoignant de **l'inaccessibilité** de ces sources de financement.

L'accès difficile aux marchés pénalise la monétisation des produits ICC et donc le développement du secteur



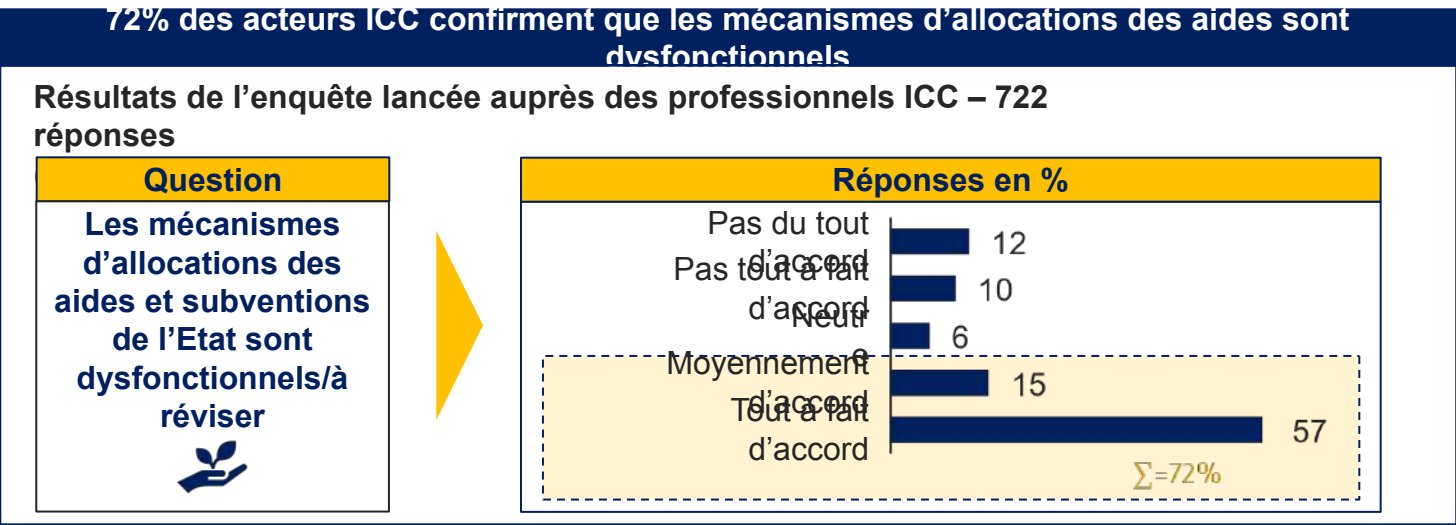
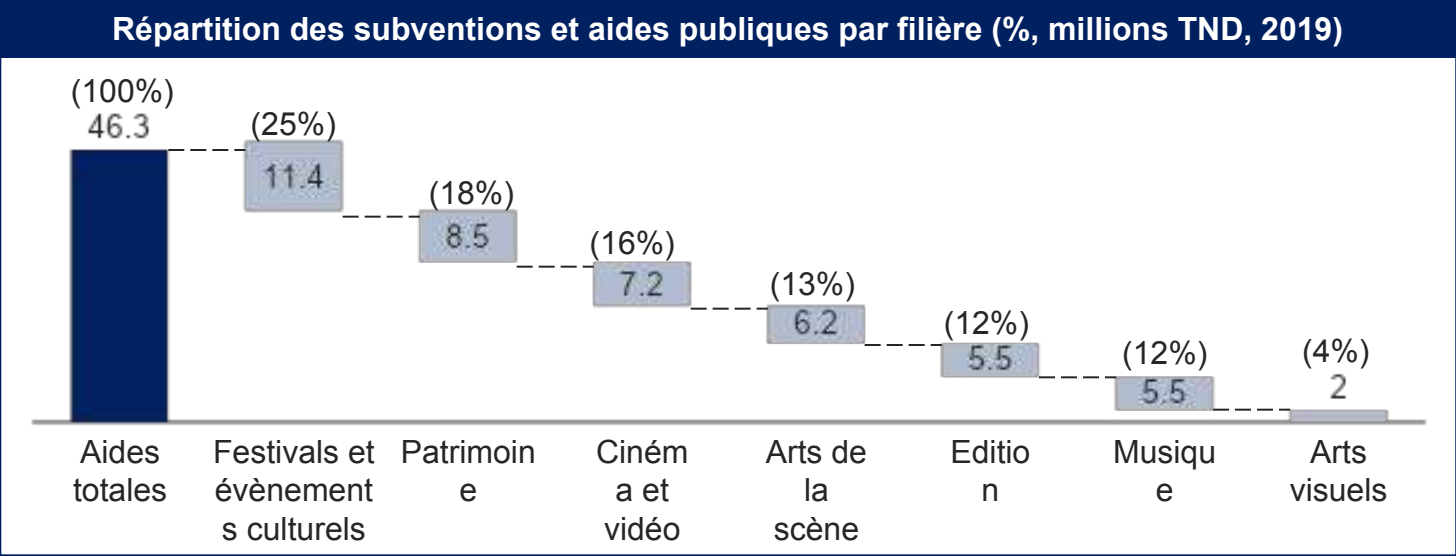
Exemples de problèmes entravant l'accès au marché

Infrastructure	Nombre très faible de salles de cinéma (~20), galeries d'art (~57) librairies (~110), salles de spectacles/concerts... entravant l'acheminement des produits vers le consommateur final
Cadre légal	Contraintes réglementaires empêchant l'export des œuvres d'art (article 5 code du patrimoine)
	Faible monétisation des produits ICC digitaux due à une loi rigide qui ne favorise pas l'émergence d'acteurs dans le paiement mobile/digital (circulaire BCT 2018-16)
Ecosystème	Absence d'acteurs dans la diffusion et la distribution des livres pénalisant l'accès au marché
	Très peu d'acteurs Tunisiens opérant dans la diffusion digitale (films, séries, musique..)

Non-exhaustif

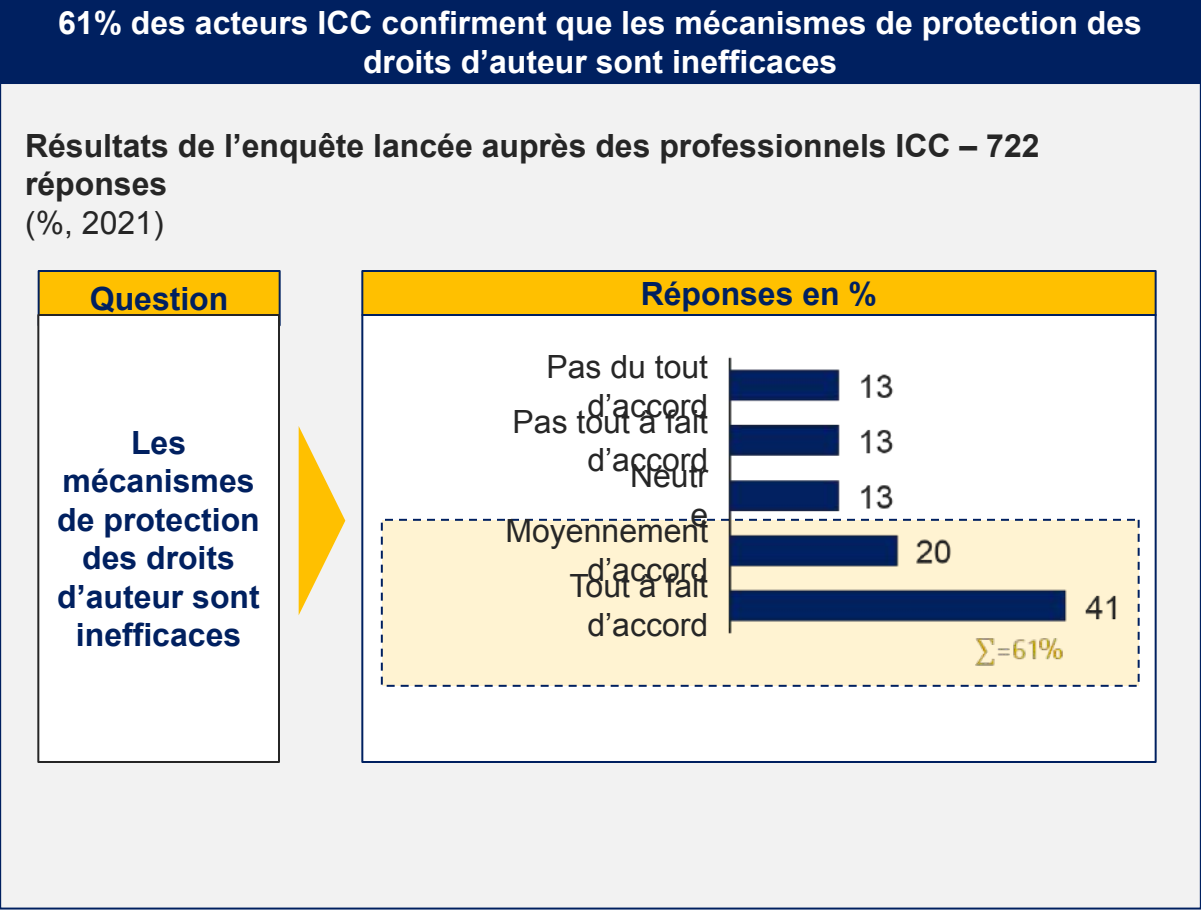
- 73% des répondants confirment que **l'accès au marché est faible pour les ICC**. Ce constat est valable aussi bien pour le **marché local** que pour les **marchés de l'export**.
- **Infrastructure, cadre légal et maturité de l'écosystème** représentent les principaux problèmes entravant l'accès aux marchés.
- Les dysfonctionnements entravant l'accès au marché doivent être analysés au **cas par cas**, car chacune des filières dispose de ses propres freins à la distribution/ monétisation.

Le système d'aides publiques souffre de plusieurs lacunes notamment au niveau de son fonctionnement



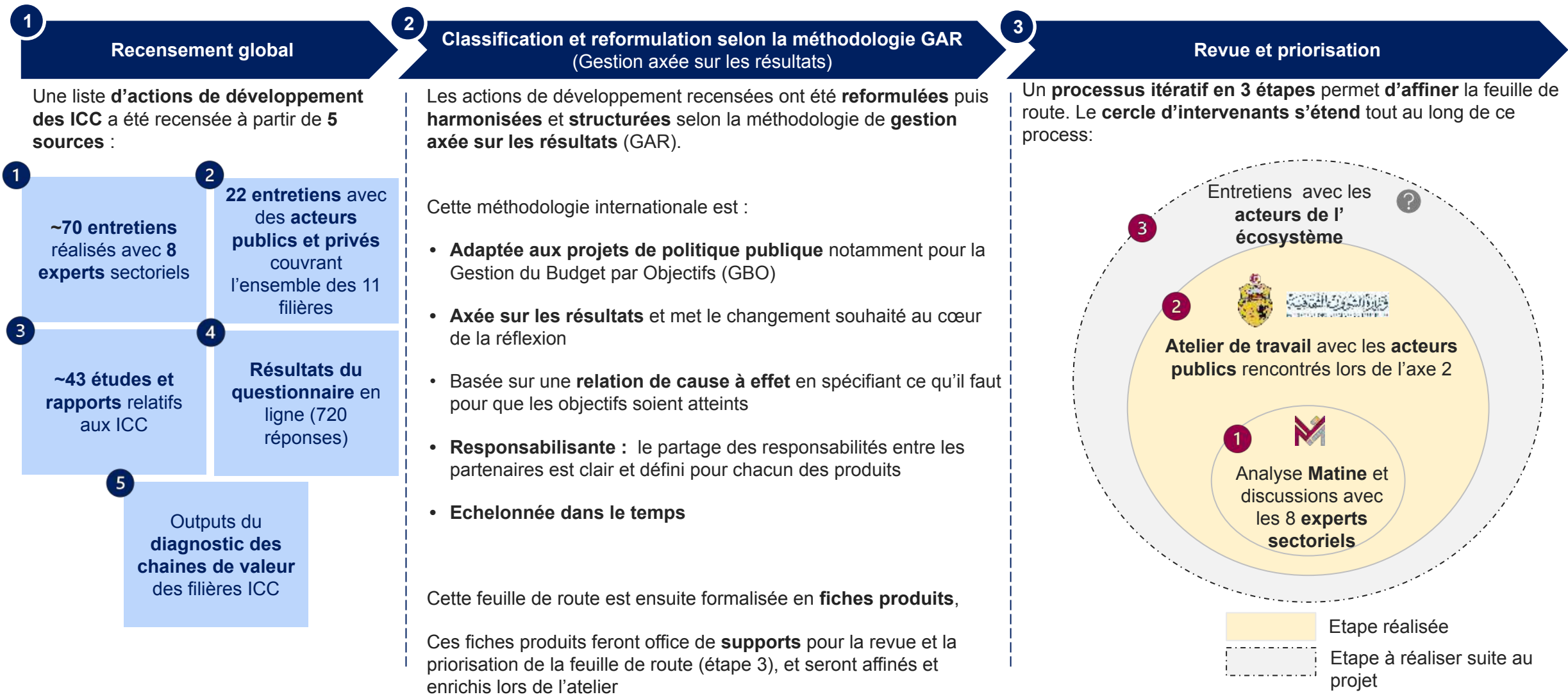
- En Tunisie, l'Etat se positionne comme étant l'un des financeurs exclusifs des ICC, et débourse annuellement près de **46 millions TND** sur les subventions et aides.
- Ces aides sont allouées à **7 filières ICC seulement**. La filière **festivals et événements culturels** bénéficie de près de **11 millions de dinars** de l'Etat annuellement soit **25%** du total des aides. Elle est suivie par le patrimoine (18%) et cinéma et vidéo (16%).
- Malgré l'importance de ces fonds pour les créateurs tunisien, les mécanismes d'allocation des subventions de demeurent **inefficaces**. Ce constat a été confirmé par **72% des acteurs de l'écosystème ICC** (Source: enquête lancée auprès des acteurs de l'écosystème).
- Les dysfonctionnements au niveau du système d'aides concernent principalement : le **fonctionnement des commission d'attribution**, les **critères d'éligibilité**, les **mécanismes de suivi**...etc.

La préservation des droits d'auteur et leur gestion collective n'est pas assurée de manière efficiente



- 61% des professionnels ICC enquêtés confirment que les **mécanismes de protection des droits d'auteur sont inefficaces**.
- En effet, le respect des droits d'auteur n'est pas imposé par les différentes institutions de l'Etat. L'application de la loi relative à la propriété littéraire et artistique doit être parmi les priorités les plus urgentes.
- L'OTDAV souffre également d'un manque de ressources financières et humaines spécialisées, en plus d'une faible présence dans les régions (absence de succursales).
- Par ailleurs, le grand public, les acteurs concernés (médias, hôtels, ...) et même une grande partie des professionnels ICC ne sont pas sensibilisés à l'importance des droits d'auteur.
- Imposer l'application de la loi relative à la propriété littéraire et artistique, renforcer l'OTDAV, et multiplier les campagnes de sensibilisation devraient améliorer l'efficacité de la gestion de cet établissement.

Afin de palier à ces dysfonctionnements, une feuille de route ICC a été élaborée selon une démarche en 3 étapes



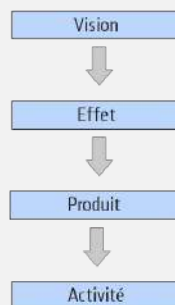
Focus sur la feuille de route selon la méthodologie GAR

Un ensemble d'effets, produits et activités découlant d'une vision globale

Concepts clés de la méthodologie GAR :

La feuille de route selon la méthodologie GAR est structurée sur **4 niveaux** allant du **général au spécifique**

- **Vision** : un objectif global à atteindre pour l'avenir
- **Effet** : un changement direct recherché
- **Produit** : un résultat tangible issu d'un ensemble d'actions
- **Activité** : des actions concrètes entreprises pour obtenir un produit



1 vision

5 effets

18 produits

108 activités

Les ICC : un vecteur de développement et de relance économique

Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur

Un accès au financement plus fluide et aisé pour les créateurs et porteurs de projet ICC

Une infrastructure physique et digitale mise à niveau permettant d'exploiter le potentiel des ICC

Des métiers de la culture adaptés aux exigences actuelles et futures du marché de travail

Une scène culturelle dynamique favorisant l'exposition aux produits culturels

Produit 1
Produit 2
...
Produit N

Activité 1
Activité 2
...
Activité N

Une approche bottom-up a permis de proposer une feuille de route des ICC composée de 5 effets déclinés en 18 produits et 108 activités

Approche Bottom-up		
Vision	Effet	Produit
Les ICC : un vecteur de développement et de relance économique 	1. Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur	1.1 Les lois et décrets régissant les ICC sont modernisés et assouplis (codes cinéma, patrimoine & arts visuels, PPP, etc)
		1.2 Les cahiers des charges des filières sont améliorés (édition, festivals, etc)
		1.3 Les ICC sont identifiées par les institutions de l'Etat et pilotées par des organisations dédiées (Nomenclature, organigramme)
		1.4 Le statut du créateur est défini et reconnu juridiquement (statut de l'artiste)
		1.5 La gestion publique des filières est revue de manière à les développer (pratiques de gestion, programmation, gouvernance, etc)
	2. Un accès au financement plus fluide et aisé pour les créateurs et porteurs de projet ICC	2.1 Une batterie d'outils d'incitation à l'investissement privé dans les ICC est mise en place (« creative act »,...etc)
		2.2 Le système d' aides et subventions est restructuré afin d'améliorer l'efficacité, l'efficience et l'équité (éligibilité, commissions et mécanisme d'attribution, critères de répartition, suivi, etc)
		2.3 Les sources de financement public des ICC sont diversifiées (redevance sur copie privée, avance sur recette, fond d'investissement, produits dérivés, etc)
		2.4 Les droits d'auteur sont préservés et leur gestion collective est plus efficace (sensibilisation, renforcement OTDAV, obligation, etc)
	3. Une infrastructure physique et digitale mise à niveau permettant d'exploiter le potentiel des ICC	3.1 Les maisons de culture sont adaptées pour une programmation riche et régulière et permettent l'accès à la culture dans les régions (mode de gestion, réaménagement, management culturel, PPP, etc)
		3.2 Les lieux culturels sont réaménagés en vue de les exploiter à leur plein potentiel et sont mis à disposition des créateurs et du grand public (réouverture de salles de cinéma, lieux faciles à transformer en résidence artistiques, ateliers, bibliothèques, etc)
		3.3 Les œuvres culturelles et créatives sont numérisées et des plateformes digitales sont créées (numérisation des archives cinéma/art scéniques et visuels, plateforme digitale patrimoine, répertoire numérique des artistes, etc)
		3.4 La transformation digitale de l'administration culturelle est initiée (digitalisation du MAC et de ses organismes, collecte de data..etc)
	4. Des métiers de la culture adaptés aux exigences actuelles et futures du marché de travail	4.1 Les cursus de formations de bases et des formations diplômantes sont améliorées en vue d'adapter les compétences techniques acquises avec les exigences du marché et ce pour certains débouchés (conservateur, restaurateur, régisseur lumière, vidéaste..)
		4.2 Les compétences entrepreneuriales des créateurs sont appuyées par des formations (gestion d'espace, évènement, budget.. etc)
		4.3 Des métiers de la culture sont créés et professionnalisés à travers des cursus de formation adaptés (level designer, tourneur..etc)
	5. Une scène culturelle dynamique favorisant l'exposition aux produits culturels	5.1 Les partenariats et les rencontres entre les parties prenantes de l'écosystème sont encouragés (coédition, évènements de résautage etc)
		5.2 L'exposition du public , et particulièrement les jeunes, aux produits culturels est renforcée (« chèque culture », clubs, éducation, etc)

...Ces 108 activités de développement sont échelonnées sur 4 horizons temporels...

		 2022	 2023	 2024	 2030
Effet de la Feuille de route		Nombre d'activités			
1	Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur	8	25	6	2
2	Un accès au financement plus fluide et facilité pour les créateurs et porteurs de projet ICC	5	10	12	2
3	Une infrastructure physique et digitale mise à niveau permettant d'exploiter le potentiel des ICC	-	6	4	4
4	Des métiers de la culture adaptés aux exigences actuelles et futures du marché de travail	-	2	8	3
5	Une scène culturelle dynamique favorisant l'exposition aux produits culturels	1	4	6	-
		14	47	36	11

Une matrice impact-faisabilité a permis de prioriser les activités de la feuille de route

Les étapes de priorisation

1 Identification des indicateurs d'impact et de faisabilité

Les indicateurs sélectionnés pour la matrice sont les suivants:

▪ Impact

- Amélioration de l'employabilité
- Augmentation du chiffre d'affaires de la filière
- Augmentation du nombre d'entreprises

▪ Faisabilité

- Budget
- Durée
- Dépendance de la réalisation de l'activité des autres ministères

2 Estimation de l'impact et évaluation de la faisabilité

À chaque activité de la feuille de route, deux scores seront affectés : un score d'impact et un score de faisabilité

Les scores seront de 1 à 5 : 1 traduisant un impact ou une faisabilité faible, et 5 traduisant un impact ou une faisabilité importante.

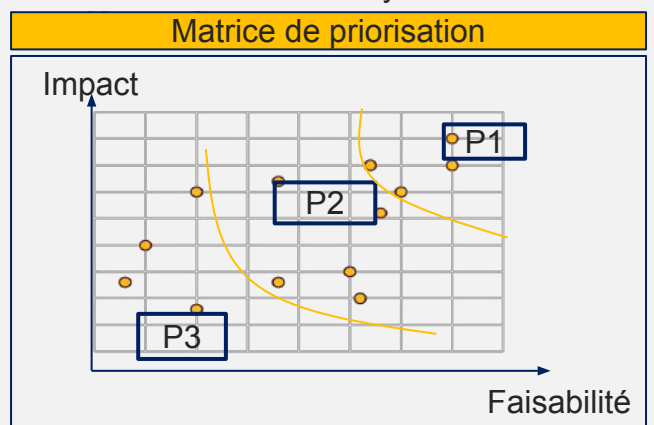
Le score total d'une activité est la somme des scores d'impact et de faisabilité qui sont composés chacun de 3 scores tel que l'indique le tableau ci-dessous:

Composition des scores		
Score total	1 Score impact	1.1 Amélioration de l'employabilité
		1.2 Augmentation du chiffre d'affaires
		1.3 Augmentation du nombre d'entreprises
	2 Score faisabilité	2.1 Budget
		2.2 Durée
		2.3 Dépendance des autres ministères

3 Création de la matrice de priorisation

Selon les scores, les activités seront réparties en 3 groupes de priorité décroissante : **P1 P2 et P3**

- **P1** : les activités ayant des scores **supérieurs ou égal à 20**
- **P2** : les activités ayant des scores **entre 14 et 19**
- **P3** : les activités ayant des scores



Cette priorisation est établie sur la base d'une matrice impact-faisabilité, elle pourrait toutefois être ajustée par le MAC selon ses objectifs de politique publique

Les 108 activités de développement ont été réparties en 3 groupes de priorité décroissante : P1, P2 et P3

Effet de la Feuille de route	Nombre d'activités par priorité		
	Priorité 1	Priorité 2	Priorité 3
1 Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur	11	28	2
2 Un accès au financement plus fluide et facilité pour les créateurs et porteurs de projet ICC	8	17	4
3 Une infrastructure physique et digitale mise à niveau permettant d'exploiter le potentiel des ICC	2	9	3
4 Des métiers de la culture adaptés aux exigences actuelles et futures du marché de travail	-	10	3
5 Une scène culturelle dynamique favorisant l'exposition aux produits culturels	1	9	1
	22	73	13

Une autre grille de lecture de la feuille de route est possible à travers les filières ICC

Vision	Effet	Thématique produit*	Filière impactée										
			Edition	Arts de la scène	Jeux vidéo	Festivals	Patrimoine	Musique	Design	Architecture	Arts visuels	Cinéma & vidéo	Médias audiovisuels
Les ICC : un vecteur de développement et de relance économique 	1. Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur	1.1 Lois et décrets	X		X		X				X	X	X
		1.2 Cahiers des charges	X				X				X	X	
		1.3 Organes de gouvernance	X	X	X	X	X	X			X	X	X
		1.4 Statut du créateur	X	X	X	X	X	X			X	X	X
		1.5 Règles de gestion publique	X		X	X	X				X		
	2. Un accès au financement plus fluide et facilité pour les créateurs et porteurs de projet ICC	2.1 Investissement privé	X		X		X					X	X
		2.2 Aides et subventions	X	X	X	X	X	X			X	X	
		2.3 Sources de financement public				X	X	X				X	X
		2.4 Droits d'auteur	X	X	X	X		X	X		X	X	
	3. Une infrastructure physique et digitale mise à niveau permettant d'exploiter le potentiel des ICC	3.1 Maisons de culture		X		X		X			X	X	
		3.2 Infrastructure physique	X	X		X		X			X	X	
		3.3 Infrastructure digitale		X			X				X	X	X
		3.4 Digitalisation de l'administration	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X
	4. Des métiers de la culture adaptés aux exigences actuelles et futures du marché de travail	4.1 Compétences techniques	X	X	X		X	X			X	X	
		4.2 Compétences entrepreneuriales	X	X	X	X	X	X			X	X	
		4.3 Nouveaux métiers	X		X		X	X			X	X	
	5. Une scène culturelle dynamique favorisant l'exposition aux produits culturels	5.1 Partenariat et réseautage	X	X	X	X	X	X			X	X	
		5.2 Exposition des jeunes à la culture	X	X	X	X	X	X			X	X	

*Afin de faciliter la lecture, les produits formulés selon GAR ont été réduits en thématiques-produits

Sommaire



Lieu : El Djem
Source photo : Albert Gubaydullin

Rappel de la démarche et du planning

Les ICC : un vecteur de développement et de relance

Feuille de route pour le développement des ICC

Fiches produits

Fiches filières

Fiches par ordre de priorité

Limites de la feuille de route



Lieu : El Djem
Source photo : Albert Gubaydullin

Sommaire

Rappel de la démarche et du planning

Les ICC : un vecteur de développement et de relance

Feuille de route pour le développement des ICC

Fiches produits

Effet 1 : Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur

Effet 2 : Un accès au financement plus fluide et facilité pour les créateurs et porteurs de projet ICC

Effet 3 : Une infrastructure physique et digitale mise à niveau permettant d'exploiter le potentiel des ICC

Effet 4 : Des métiers de la culture adaptés aux exigences actuelles et futures du marché de travail

Effet 5 : Une scène culturelle dynamique favorisant l'exposition aux produits culturels

Fiches filières

Fiches par ordre de priorité

Limites de la feuille de route

Sommaire

Rappel de la démarche et du planning

Les ICC : un vecteur de développement et de relance

Feuille de route pour le développement des ICC

Fiches produits

Effet 1 : Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur

Effet 2 : Un accès au financement plus fluide et facilité pour les créateurs et porteurs de projet ICC

Effet 3 : Une infrastructure physique et digitale mise à niveau permettant d'exploiter le potentiel des ICC

Effet 4 : Des métiers de la culture adaptés aux exigences actuelles et futures du marché de travail

Effet 5 : Une scène culturelle dynamique favorisant l'exposition aux produits culturels

Fiches filières

Fiches par ordre de priorité

Limites de la feuille de route

Effet 4	Effet 5
---------	---------

Effet 5

Problématique

- Le code de l'industrie cinématographique ne prend pas en compte les mutations ayant touché l'industrie en termes de technologies (le code parle toujours du format 35mm pour les œuvres), les nouveaux schémas de financement, les nouveaux canaux de distribution (plateformes VOD), l'industrie de vidéo dans sa globalité...etc.
- La monétisation des produits digitaux ICC est pénalisée par une loi rigide (Circulaire de la BCT n°2018-16) qui ne favorise pas l'émergence d'acteurs dans le paiement digital et mobile
- Le secteur des arts visuels ne dispose pas d'un cadre juridique propre
- Le code du patrimoine est obsolète (date de 1994), n'inclut pas le patrimoine immatériel et ne dispose pas de décrets d'application,
- Les dispositions actuelles de la loi sur le projet PPP sont rigides et contraignantes pour la réalisation des projets

Activités du produit

#	Activités	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
1	Revoir le code de l'industrie cinématographique et amender ses textes de manière à le moderniser. Se pencher en priorité sur les éléments suivants : -Alléger les procédures relatives à l'octroi de l'autorisation de tournage et les digitaliser -Créer un cadre juridique relatif aux visas d'exploitation / classification des films au sein du code cinématographique	CNCI		2023
2	Revoir la réglementation de change afin d'éliminer les freins liés au paiement international et la blockchain	Banque Centrale de Tunis	TICDCE	2023
3	Amender la loi relative aux établissements de paiement (Circulaire de la BCT n°2018-16) afin de favoriser l'émergence de ces acteurs et donc faciliter la monétisation des produits ICC digitaux	Banque Centrale de Tunis	TICDCE	2023
4	Revoir les décrets-lois relatifs aux projets PPP de manière à les assouplir et mettre en place des dispositions spécifiques au patrimoine	Instance générale du PPP		2023
5	Réviser le code du patrimoine afin de le moderniser et l'adapter aux besoins actuels du secteur	MAC- DG du patrimoine		2023
6	Revoir le décret N°79-748 du 21 août 1979 relatif à la composition et aux règles de fonctionnement du conseil supérieur de l'édition	MAC	DG du livre Service juridique du MAC	2023
7	Mettre en place une loi sur la circulation des œuvres d'art et la mobilité des artistes qui permettra de faciliter l'exportation des œuvres d'art	MAC- Cabinet du ministre		2023
8	Revoir le texte de loi sur la commission d'achat des œuvres d'art afin d'améliorer le processus d'acquisition des œuvres	MAC- Cabinet du ministre		2023
9	Promulguer la loi de l'audiovisuel	CDG	HAICA Syndicats Associations du secteur	2025

Produit 1.2 : Les cahiers des charges des filières sont améliorées

Problématique				
- Le cahier de charge actuel de l'éditeur est obsolète et ne permet pas d'allouer les subventions et aides de l'Etat de manière efficiente - Le système de billetterie unique n'est pas adopté par toutes les salles de cinéma, et son adoption n'est pas imposée par les cahiers de charges du distributeur et de l'exploitant				
Activités du produit				
#	Activités	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
1	Mettre à jour le cahier des charges du distributeur de films et de l'exploitant (propriétaire de salle de cinéma) de manière à imposer juridiquement l'adoption du système de billetterie centralisé.	CNCI		2022
2	Mettre à jour le cahier des charges relatif à la pratique de métier d'édition. Ce cahier de charge a pour but, entre autres, de spécifier les critères d'éligibilité d'un éditeur aux subventions de l'Etat	MAC	DG du livre Service juridique du MAC	2022
3	Réviser le cahier des charges des espaces d'exposition publiques et privées dans le secteur des arts visuels	MAC- Cabinet du ministre		2022
4	Mettre en place un cahier de charge pour la création d'un musée privé permettant de spécifier les conditions de sa création	MAC	AMVPPC	2022

Produit 1.3 : Les ICC sont identifiées par les institutions de l'Etat et pilotées par des organisations dédiées

Problématique				
▪ Les ICC ne sont pas définies au sein des institutions de l'Etat et leur nomenclature n'est pas unifiée ▪ Certaines directions générales au sein du MAC ne sont plus adaptées au besoin du secteur, exemple : des directions qui combinent plusieurs filières distinctes telle que la direction de la Musique et danse ▪ Les médias audiovisuels ne disposent pas d'un organe qui assure le pilotage stratégique et économique de la filière ▪ Les sujets relatifs au cinéma ne sont pas centralisés au sein d'une seule institution : ils sont plutôt dispersés entre le CNCI et la direction de l'audiovisuel (classification des films, autorisations de tournage...etc.)				
Activités du produit				
#	Activités	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
1	Adopter la nouvelle nomenclature des ICC proposée dans le cadre de la mission Tfanen/Matine par les organes officiels de l'Etat (MAC, APII, INS...)	CDG	MAC APII INS	2022
2	Désigner une direction chargée des ICC (DGICC) au sein du MAC et lui donner les moyens financiers et les ressources humaines nécessaires. Le rôle de cette direction est de : -Formuler les orientations stratégiques en matière de développement des ICC -Mettre en œuvre la feuille de route ICC et piloter les projets s'y rapportant -Centraliser les données relatives aux ICC et construire régulièrement les indicateurs relatifs à ses filières -Communiquer sur les projets ICC et sur la data relative à ces industries (sous forme d'open data, études, rapports...) -Assurer un dialogue et une coopération public/privé	MAC- Cabinet du ministre		2023
3	Effectuer une étude pour repenser l'organigramme du MAC de manière à l'adapter à la nouvelle nomenclature des ICC	MAC- Cabinet du ministre	MAC - Affaires Juridiques	2023
4	Centraliser la gestion de la filière Cinéma et vidéo au sein du CNCI tout en assurant une tutelle/gouvernance harmonieuse et efficiente par le MAC	CNCI		2023
5	Assurer un pilotage stratégique/économique de la filière Médias audiovisuels : -Créer un organe exécutif au sein du MAC (département dédié pour le développement économique des médias); ou -Confier la gestion de la filière à la direction chargée des ICC	Présidence du Gouvernement		2025
6	Transférer les sujets relatifs au Théâtre au Théâtre National (à l'image du CNCI pour le secteur Cinéma). Lui donner les prérogatives pour réguler et faciliter le secteur tout en assurant une tutelle/gouvernance harmonieuse et efficiente du TNT par le MAC	MAC		2030

Produit 1.4 : Le statut du créateur est défini et reconnu juridiquement

Problématique				
- Le statut de l'artiste n'est pas défini par la loi - Les artistes de cirque ne sont pas inclus dans la loi qui définit les artistes interprètes ou exécutants - Les journalistes créateurs de contenus ne disposent pas de carte de presse				
Activités du produit				
#	Activités	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
1	Adopter le projet relatif au statut de l'artiste sous sa version actuelle, tout en s'assurant qu'il soit inclusif et intègre tout types de professionnels opérant dans le secteur	MAC- Cabinet du ministre		2022
2	Ajouter « les artistes de cirques et de variétés » à l'article 47bis de la loi relative à la propriété littéraire et artistique	MAC		2022
3	Ecrire le texte d'application du Statut de l'Artiste relatif au cinéma	CNCI - Conseil Stratégique	MAC - Affaires juridiques	2023
4	Intégrer un équivalent de la carte de presse pour les journalistes créateurs de contenus médias. Cette carte peut être octroyée par une commission sous le secrétariat d'Etat aux Médias	Présidence du Gouvernement - Secrétariat d'Etat aux Médias		2023

Produit 1.5 : La gestion publique des filières est revue de manière à les développer (1/2)

Problématique				
- La gestion des festivals de l'Etat peut être améliorée et rationalisée (manuel de procédures permettant notamment d'anticiper la programmation, diffusion de la pratique des cahiers de charges, collecte et centralisation de data...) - La collaboration de l'Etat avec le secteur privé/association est à développer - La collaboration entre les institutions de l'Etat est à développer				
Activités du produit				
#	Activités	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
1	Réduire l'accès gratuit aux festivals et événements gérés par l'Etat en le structurant et en fixant un pourcentage réduit du nombre d'invitations (Exemple 10% du nombre de places disponibles)	ENPFMCA		2022
2	Lancer un audit auprès des administrations éditrices du MAC (AMVPPC, INP, Beit Al-Hikma, ...) afin d'évaluer leurs activités liées à l'édition des livres	MAC- Cabinet du ministre	MAC- DG du livre	2023
3	Encourager la mobilité des expositions au niveau des régions (expositions itinérantes): -Rallonger les délais d'expositions -Prévoir les budgets adéquats -Instaurer une programmation adaptée sur le CMT Sur le long terme, une forte mobilité des expositions permettra d'accroître l'intérêt du public pour les arts visuels, notamment dans les régions	MAC - Direction des arts plastiques		2023
4	Clarifier les macro-processus de fonctionnement entre institutions du MAC	MAC - Direction de l'organisation, des méthodes et de l'informatique (DOMI)		2023
5	Conclure avec les directeurs des EPNA et des grands festivals des contrats sur objectif de 3 ans renouvelables 1 fois. Le directeur suivant est désigné suite à un appel à candidature, et fait une année de passation avec le directeur actuel. (s'inspirer des recommandations relative au recrutement des directeurs.rices issues de la mission Tfanen sur la gestion des festivals)	MAC		2023
6	Améliorer les critères de sélection et profiling dans le recrutement public	MAC		2023
7	Diffuser la pratique des cahiers des charges pour l'organisation des festivals et événements culturels publics à minima pour les manifestations les plus importantes	ENPFMCA		2023
8	Renforcer le Creative Digital Lab (CDL) par des moyens en fonction de ses besoins	CNCI		2023

Produit 1.5 : La gestion publique des filières est revue de manière à les développer (2/2)

Activités du produit				
#	Activités	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
9	Mettre en place une unité de suivi et d'évaluation des festivals et évènements culturels publics au sein de l'ENPFMCA permettant de développer la connaissance sur le secteur et dont les rôles : -La collecte et centralisation des données relatifs aux festivals -La construction d'indicateurs fiables (mapping des festivals, nombre d'entrées...) sous forme de rapports publiés périodiquement -L'évaluation des festivals -La mise en place d'une stratégie de développement des grands festivals Cette cellule peut être mixte et composée d'anciens directeurs, d'acteurs privés... avec un mandat de 3 ans Dédier le budget nécessaire à cette cellule	ENPFMCA		2023
10	Revoir à la hausse la grille tarifaire des grands festivals (tickets JCC, JTC...) afin de responsabiliser le public et améliorer la qualité du contenu	MAC	ENPFMCA CNCI	2023
11	Alléger les procédures administratives d'achat de matériels et équipements pour la restauration et la conservation (pinceaux, escabeau, ...)	MAC		2023
12	Prévoir les budgets nécessaires pour les activités de conservation et restauration. Les budgets sont souvent sous estimés	MAC		2023
13	Réviser les mécanismes de gestion des projets PPP	MAC	Instance générale du PPP	2023
14	Elaborer un manuel de procédures pour la bonne gestion des festivals (guide de bonnes pratiques) incluant entre autres des pratiques d'anticipation de programmation. Une meilleure gestion et programmation des festivals pourra stimuler la demande et améliorer l'attractivité des festivals	ENPFMCA		2025
15	Renforcer la composante marketing dans les festivals (ceci concerne festivals étatiques, privés financés par l'Etat et les festivals privés) permettant notamment d'accroître l'intérêt et la participation du public	ENPFMCA		2025
16	Mettre en place d'une politique publique commune entre l'INP, AMVPPC et la direction générale du patrimoine	MAC- DG du patrimoine		2025
17	Établir un état des lieux des statuts fonciers des monuments Identifiés pour les projets PPP (mener une enquête pour identifier les problèmes fonciers)	MAC - services juridiques		2025
18	Impliquer les EPNA et le secteur privé dans la gestion des grands festivals: -Commencer par déléguer les festivals aux EPNA des filières concernées : JTC - TNT , JMC - CMAM, JCOC - Théâtre de l'Opéra... à l'image du JCC - CNCI (voir rapport JCC édition 2020-2021 pour tirer leçons concernant l'autonomisation des festivals) -Organiser des festivals avec le secteur privé à travers des appels à projet en PPP : Proposer des critères et conditions de sélection bien définis et réfléchir sur la période de la concession de la gestion du festival (3 ans par exemple) Sur le moyen terme, l'ENPFMCA pourrait déléguer l'organisation des festivals aux EPNAs / secteur privé , et avoir plutôt des attributions de régulation, facilitation, contrôle, formation..	MAC	ENPFMCA	2030



Artiste : Nastia
Lieu et crédit photo : Fairground
Festival

Sommaire

Rappel de la démarche et du planning

Les ICC : un vecteur de développement et de relance

Feuille de route pour le développement des ICC

Fiches produits

Effet 1 : Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur

Effet 2 : Un accès au financement plus fluide et facilité pour les créateurs et porteurs de projet ICC

Effet 3 : Une infrastructure physique et digitale mise à niveau permettant d'exploiter le potentiel des ICC

Effet 4 : Des métiers de la culture adaptés aux exigences actuelles et futures du marché de travail

Effet 5 : Une scène culturelle dynamique favorisant l'exposition aux produits culturels

Fiches filières

Fiches par ordre de priorité

Limites de la feuille de route

Produit 2.1 : Une batterie d'outils d'incitation à l'investissement privé dans les ICC est mise en place

Problématique				
- Difficulté d'accès au financement en raison notamment du caractère jugé « risqué » des ICC, de l'incompréhension des business modèles régissant le secteur, mais aussi d'un écosystème encore immature où les canaux de distribution restent à développer. - Le financement des ICC est quasi-exclusivement assuré par l'Etat à travers ses fonds d'aide				
Activités du produit				
#	Activités	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
1	Réactiver le Fonds De Garantie Des Industries Culturelles FGIC (ce fonds était géré par la SOTUGAR)	MAC – Unité d'Encadrement des Investisseurs (UEI)		2022
2	Promouvoir la loi sur le mécénat culturel qui est actuellement méconnue par les acteurs de l'écosystème	MAC		2022
3	Mettre en place le Creative Act : -Un ensemble d'incentives favorisant l'investissement dans les ICC (incitations fiscales, crédit d'impôts...) -Facilitation des procédures administratives et légales (création d'entité juridique, exportation, paiement international...) -Mise à disposition de programmes d'accompagnement et de formation	MAC- Cabinet du ministre	MAC - Affaires Juridiques	2023
4	Intégrer la chaîne de valeur TV + Streaming dans le financement des contenus et du cinéma	Présidence du Gouvernement - Secrétariat d'Etat aux Medias		2023
5	Encourager l'émergence d'incubateurs dédiés à la création de l'image numérique.	TICDCE	CNCI	2025
6	Mettre en place des mesures d'incitation pour encourager la création d'incubateurs/accélérateurs spécialisés dans les ICC.	MAC - Direction chargée des ICC		2025
7	Mettre en place des mesures d'incitation pour encourager la production cinématographique étrangère en Tunisie : -Incitations financières -Facilités administratives -Actions promotionnelles en collaboration avec le ministère du tourisme : promouvoir la pays comme un lieu de tournage dans les compagnes marketing , participer aux foires internationaux, développer une plateforme digitale mettant en avant les atouts du pays...	CNCI		2025
8	Mettre en place une batterie d'incitations fiscales permettant d'encourager l'investissement dans la filière Jeux vidéo -Incitations financières -Facilités administratives	CNCI	TICDCE	2025
9	Encourager l'émergence d'acteurs spécialisés dans la distribution et la diffusion des livres : -Donner des incitations fiscales / des prêts à taux réduits pour l'émergence d'acteurs privés -Accompagner les structures privées de distribution et de diffusion et mettre en place des cahiers de charge spécifiques à leurs activités	MAC	Ministère du commerce	2025

Produit 2.2 : Le système d'aides et subventions est restructuré afin d'améliorer l'efficacité, l'efficience et l'équité

Problématique				
- Le système actuel d'aides et de subventions publiques souffre de plusieurs lacunes (fonctionnement des commissions, critère d'éligibilités, mécanismes de suivi des fonds...etc.), et pourrait être restructuré pour améliorer son efficacité - Absence d'une stratégie de commande publique				
Activités du produit				
#	Activités	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
1	Créer un fonds d'aide à la production des jeux vidéo (en partenariat avec le CNCI) et répartir les subventions par type de jeu (entertainment games, serious games, advertgames...) Ceci favorisera l'émergence d'acteur dans la filière et stimuler la consommation des jeux vidéos locaux	CNCI		2023
2	Mettre en œuvre des réformes rapides concernant l'acquisition des livres par l'État : -Opérationnaliser la commission de lecture qui se charge de la vérification du contenu du livre acquis par l'État et revoir les critères d'éligibilité des livres acquis par le MAC à travers : - La mise à jour d'un décret lié à la rémunération des commissions de lecture - La publication d'un arrêté spécifiant la composition de la commission de lecture et sa fréquence	MAC- DG du livre		2023
3	Diversifier les natures des aides selon la chaîne de valeur (écriture, production, post prod....)	CNCI		2025
4	Développer une politique de commande publique d'œuvres d'art pour les espaces publics, compositions musicales, ... à travers : - La publication des textes juridiques incitant les banques, les administrations publiques à l'acquisition des œuvres d'art plastique - La mise en place d'avantages fiscaux aux sociétés privées qui ont acquis des œuvres d'art plastique	MAC		2025
5	Effectuer un audit indépendant sur la gestion actuelle des subventions : budgets, critères d'éligibilité, mécanismes d'attribution, efficacité... et ce pour toutes les filières disposant de mécanismes d'aides. Effectuer ensuite les restructurations nécessaires	MAC		2025

Produit 2.3 : Les sources de financement public des ICC sont diversifiées

Problématique				
▪ Manque de sources de financement public des ICC (autres que le budget de l'Etat)				
Activités du produit				
#	Activités	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
1	Mise en application dans la loi de finance 2022 la décision liée à l'élargissement de la liste des dispositifs (CDs, DVDs...etc.) auxquels s'applique la redevance sur la copie privée. La rémunération pour copie privée est collectée, sous la forme d'une redevance, auprès des fabricants ou importateurs d'appareils de stockage, et est dédiée pour rémunérer les créateurs et artistes (droits d'auteurs)	MF		2022
2	Améliorer la qualité des produits dérivés de l'AMVPPC de manière à augmenter ses revenus de vente : - Externaliser l'activité de production des produits dérivés - Recourir à des designers confirmés pour le choix et la conception des produits - Tenir compte des spécificités de chaque site et monument lors de la conception des produits dérivés - Améliorer l'emballage et le conditionnement des produits - Communiquer sur l'histoire du produit	AMVPPC		2025
3	Accélérer la création du Fonds d'investissement de développement CDC	Caisse des Dépôts et Consignations (CDC)	TICDCE	2023
4	Recourir au système d'avance sur recettes pour la production cinématographique : - Aide financière attribuée pour une production cinématographique, et remboursée à postériori à partir des bénéfices générés par le film. Cette action nécessite la mise en place de la billetterie centralisée au niveau de toutes les salles. Cette aide permet de donner une marge de manœuvre pour augmenter le seuil d'aide à la production de 35% du coût du projet à 50% (Long-métrage) et dynamiser donc la création	CNCI		2030
5	Créer une agence de régulation de la publicité qui gère la distribution de la publicité	Présidence du Gouvernement - Secrétariat d'Etat aux Médias		2030

Produit 2.4 : Les droits d'auteur sont préservés et leur gestion collective est plus efficace (1/2)

Problématique				
- Les retombées de la gestion collective des droits d'auteur et droits voisins en Tunisie sont insuffisantes pour dynamiser la création culturelle et créative . - Le grand public, les parties prenantes (médias, hôtels, restaurants..) et une grande partie des professionnels ne sont pas sensibilisés à l'importance des droits d'auteur				
Activités du produit				
#	Activités	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
1	Mettre en place des cycles de formation en propriété littéraire & artistique / gestion collective des droits d'auteur pour les équipes de l'OTDAV. Ces cycles peuvent être animés par des experts internationaux. (veiller ensuite à pérenniser les compétences au sein de l'OTDAV)	MAC	OTDAV	2022
2	Instaurer le système des droits de suite au niveau de l'OTDAV	OTDAV		2022
3	Ajouter la filière Jeux vidéo dans la loi de la propriété intellectuelle (après une étude)	CNCI	TICDCE	2023
4	Imposer l'application de la loi relative à la propriété littéraire et artistique par l'ensemble des organes de l'Etat et mettre en place les mécanismes permettant de sanctionner ceux qui l'enfreignent / ne s'y conforment pas Faire de l'application de cette loi une priorité au plus haut niveau de l'Etat	CDG	Ministère de l'intérieur Ministère de la justice Ministère du commerce Douanes MAC	2023
5	Lancer dans l'immédiat (2022) une grande campagne de sensibilisation à la propriété artistique & littéraire et aux droits d'auteur. Cibler en premier lieu les institutions de l'Etat, les concernés (créateurs, médias, restaurants, hôtels, organisateurs d'évènements..) et le grand public. Cette campagne doit être d'une bonne qualité et peut prendre la forme d'une campagne choc (à l'image de celle sur la sécurité routière). Elle peut être sous-traitée à une boîte de production/communication (ou autre) et peut faire l'objet d'une levée de fonds. A partir de 2023, la sensibilisation peut prendre forme de campagnes périodiques diffusées plusieurs fois dans l'année et sur le maximum de supports (médias, réseaux sociaux..) avec un budget dédié annuellement.	CDG	MAC OTDAV	2023

Produit 2.4 : Les droits d'auteur sont préservés et leur gestion collective est plus efficace (2/2)

Activités du produit				
#	Activités	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
6	Etoffer les équipes de l'OTDAV par des profils connaisseurs en propriété littéraire & artistique et droits d'auteur	OTDAV		2023
7	Signer des contrats de réciprocité avec les autres organismes gestion collective (OGC)	OTDAV		2023
8	Mettre en place des succursales de l'OTDAV au niveau des régions	Ministère des Finances (MF)	MAC	2025
9	Intégrer au niveau des cursus de formation secondaires et universitaires une matière sur la propriété littéraire & artistique Ceci peut se faire dans le cadre des conventions du MAC avec le MESRS et le Ministère de l'éducation	MAC	MESRS Ministère de l'éducation	2025
10	Améliorer le fonctionnement de l'OTDAV : •Effectuer un diagnostic pour évaluer la performance de l'OTDAV et identifier les pistes d'amélioration •Moderniser les outils de travail •Clarifier les tarifs et les rendre compréhensibles et transparents auprès des créateurs et artistes (Exemple : les rendre disponibles sur le site de l'OTDAV) •Assurer une représentativité de l'ensemble des filières dans les comités de l'OTDAV (arts visuels, design...)	OTDAV		2025



Film : L'homme de cendres
Année : 1986
Réalisateur : Nouri Bouzid

Sommaire

Rappel de la démarche et du planning

Les ICC : un vecteur de développement et de relance

Feuille de route pour le développement des ICC

Fiches produits

Effet 1 : Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur

Effet 2 : Un accès au financement plus fluide et facilité pour les créateurs et porteurs de projet ICC

Effet 3 : Une infrastructure physique et digitale mise à niveau permettant d'exploiter le potentiel des ICC

Effet 4 : Des métiers de la culture adaptés aux exigences actuelles et futures du marché de travail

Effet 5 : Une scène culturelle dynamique favorisant l'exposition aux produits culturels

Fiches filières

Fiches par ordre de priorité

Limites de la feuille de route

Produit 3.1 : Les maisons de culture sont adaptées pour une programmation riche et régulière et permettent l'accès à la culture dans les régions

Problématique				
- Les maisons de culture disposent d'une infrastructure et des équipements inadaptés ainsi que des conditions d'accueil insatisfaisantes - Absence de programmations répondant aux attentes du grand public - Une difficulté d'exploitation des maisons de culture le soir (contraintes techniques, résistance syndicale, ...) - Absence d'un statut juridique propre pour les maisons de culture (toutes gérées par les délégations régionales)				
Activités du produit				
#	Activités	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
1	Dans les régions défavorisées, intégrer les maisons de culture équipées de DCP (Digital Cinema Package) dans le cycle d'exploitation des films en leur permettant de diffuser des films le soir, à des prix moins chers. Le MAC doit procéder par : •Une négociation avec les distributeurs pour acheminer les films vers les maisons de culture des régions •Une négociation avec le syndicat des agents de maisons de culture pour l'ouverture le soir •Une imposition de l'intégration du système de billetterie centralisée au niveau des maisons de culture	CNCI	MAC - direction générale de l'action culturelle Syndicat des exploitants / distributeurs	2023
2	Conclure des contrats entre les maisons de culture et les artistes de la région afin de leur déléguer la programmation artistique de l'établissement. Au vu d'un contenu adapté, la fréquentation des maisons de culture par les jeunes pourrait être améliorée	MAC		2023
3	Mettre en place des formations spécifiques en management culturel pour les équipes gérant les maisons de culture sur la gestion de salles de spectacles/expositions selon les normes internationales, l'organisation d'évènements culturels et la levée de fonds Cibler également par ces formations les équipes futures des maisons de culture, à savoir les étudiants de l'Institut Supérieur de l'Animation pour la Jeunesse et la Culture (Bir el Bey) Ces cycles peuvent se faire à travers un budget dédié ou des partenariats/conventions avec des bailleurs de fonds ou ONG (UNESCO..)	MAC		2025
4	Mettre en place un statut juridique relatif aux maisons de culture de manière à leur donner une autonomie financière qui leur permet d'élaborer une programmation culturelle riche. (peut être EPA)	MAC		2030

Produit 3.2 : Les lieux culturels sont réaménagés en vue de les exploiter à leur plein potentiel et sont mis à disposition des créateurs et du grand public

Problématique				
Plusieurs lieux culturels (salles de cinéma, sites historiques, ...) sont fermés ou disposent d'une infrastructure inadaptée/obsolète ne permettant pas d'accueillir les créateurs et le grand public				
Activités du produit				
#	Activités	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
1	Réouvrir et exploiter les ~15 salles de cinéma fermées à disposition des municipalités : Procéder par un inventaire des salles fermées ensuite concéder la gestion de ces salles en PPP et allouer une aide aux porteurs de projet (lors du démarrage des travaux de réaménagement). La réouverture des salles de cinéma dans plusieurs régions pourrait stimuler la demande pour les films	CNCI	Instance générale du PPP Ministère de l'équipement	2025
2	Dresser un inventaire des lieux et locaux facilement aménageables (maisons de culture, centre d'arts dramatique, bibliothèque... et autres) pour mise à disposition d'artistes à titre de résidences artistiques, d'atelier, de local de répétition, lieux de foires pour les éditeurs... Dédier un budget pour réaménager ces lieux	MAC - Direction génération de l'action culturelle	DRACS	2025
3	Identifier des lieux délaissés/abandonnés à réaménager pour mise à disposition d'artistes à titre de résidences artistiques, d'atelier, de local de répétition, lieux de foires pour les éditeurs... (Exemples : lieux industriels délaissés, ancien casino de Hammam Lif) Mettre à disposition ces locaux en concession PPP, ou les céder à bas prix à travers des cahiers de charges adaptés Commencer par un projet pilote	MAC - Direction de l'équipement	INP DRACS	2030

Produit 3.3 : Les œuvres culturelles et créatives sont numérisées et des plateformes digitales sont créées

Problématique				
Absence d'un archive numérisé pour les œuvres scéniques et cinématographiques en Tunisie Absence d'un répertoire numérique des artistes tunisiens Absence de plateformes digitales locales				
Activités du produit				
#	Activités	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
1	Lancer la numérisation l'archive cinématographique Tunisien : •Annuler la concession avec l'opérateur privé qui n'a pas respecté ses obligations contractuelles par rapport au projet de numérisation. •Mettre en place un processus clair entre le CNCI, le MAC et la bibliothèque nationale pour concrétiser le projet relatif à la création d'un laboratoire de numérisation des archives cinématographiques (permettant de numériser les bobines 35 mm et 16 mm qui se trouvent dans la bibliothèque nationale, direction générale de l'audiovisuel et les réserves de Gammarth)	MAC- Cabinet du ministre	Bibliothèque Nationale de Tunisie Archives Nationales Direction du cinéma	2023
2	Encourager la création de plateformes de diffusions de contenu média (en linéaire ou délinéarisé). La multiplication des plateformes de diffusion aura pour impact de favoriser la demande pour les contenus médias	Présidence du Gouvernement - Secrétariat d'Etat aux Médias		2023
3	Développer des plateformes digitales de numérisation et valorisation du patrimoine, à l'instar des expérimentations lancées par Tfanen sur le patrimoine musical (projet porté par le CMAM) ainsi que le patrimoine des arts visuels (projet porté par la Direction Générale des Arts Plastiques)	MAC	AMVPPC INP	2023
4	Créer un répertoire numérique des artistes plasticiens tunisiens et le rendre accessible au grand public	MAC - Direction des arts plastiques		2023
5	Développer l'archivage et la numérisation des œuvres scéniques : •Mettre en place des conventions avec des TV qui filment les œuvres scéniques (théâtre, danse..) et se procurent le droit de les diffuser un certain nombre de fois •Mettre en place un fonds d'archive au niveau du MAC qui filme et édite les meilleures œuvres sur l'année (selon des critères définis) afin de les conserver en tant que patrimoine scénique (dédier un budget)	MAC- Théâtre National de Tunis	TV Nationale EPNA (CMAM, ..)	2025

Produit 3.4 : La transformation digitale de l'administration culturelle est initiée

Problématique				
L'administration culturelle en Tunisie n'est pas digitalisée : le MAC dispose de très peu de services en ligne et les échanges avec ses établissements notamment les EPNAs, CRACs, maisons de culture se font souvent par des moyens classiques (Téléphone, lettres,...)				
Activités du produit				
#	Activités	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
1	Initier la transformation digitale du MAC et de ses établissements Mise en place d'un réseau informatique (mail, intranet...) qui interconnecte et lie le MAC à ses différents établissements (EPNAs, EPAs, CRACs, maisons de culture, bibliothèques,...). Ceci permettra un échange fluide et rapide permettant d'adresser les besoins de ces établissements dans des délais plus courts, et d'assurer de meilleurs services au grand public S'inspirer des initiatives Tfanen de numérisation de la gestion des subventions et du réseau des bibliothèques publiques	MAC - DSI		2030
2	La mise en place d'une plateforme assurant la collecte, la production et la diffusion des données statistiques liées aux ICC	MAC - DSI	MAC - Direction chargée des ICC	2030



Lieu : El Djem
Source photo : Albert Gubaydullin

Sommaire

Rappel de la démarche et du planning

Les ICC : un vecteur de développement et de relance

Feuille de route pour le développement des ICC

Fiches produits

Effet 1 : Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur

Effet 2 : Un accès au financement plus fluide et facilité pour les créateurs et porteurs de projet ICC

Effet 3 : Une infrastructure physique et digitale mise à niveau permettant d'exploiter le potentiel des ICC

Effet 4 : Des métiers de la culture adaptés aux exigences actuelles et futures du marché de travail

Effet 5 : Une scène culturelle dynamique favorisant l'exposition aux produits culturels

Fiches filières

Fiches par ordre de priorité

Limites de la feuille de route

Produit 4.1 : Les cursus de formations de bases et des formations diplômantes sont améliorées en vue d'adapter les compétences techniques acquises avec les exigences du marché et ce pour certains débouchés

Problématique				
▪ Les formations diplômantes actuelles sont insuffisantes pour créer des profils répondant aux exigences du marché de travail en termes de technicité et spécialisation				
Activités du produit				
#	Activités	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
1	Professionaliser les formations existantes pour les conservateurs et restaurateurs	MESRS		2025
2	Assurer une spécialisation dans toutes les disciplines dans les métiers de la culture manquants dans le cadre d'une réforme de l'enseignement supérieur. Ceci peut se faire dans le cadre d'un master professionnel en partenariat entre MAC et le MESRS dans des universités tel que l'ISAD, ISMT, ISAJC...	MESRS	MAC	2030
3	Renforcer les compétences techniques des métiers de la musique suivants à travers des cursus de formation adaptés ainsi que des formations professionnelles : <i>producteur, vidéaste, régisseur de lumière, technicien de son, ...</i> Ceci peut se faire dans le cadre d'un master professionnel en partenariat entre MAC et le MESRS dans des universités tel que l'ISAD, ISMT, ISAJC...)	MESRS	MAC	2030
4	Renforcer les compétences techniques des métiers des arts scéniques suivants à travers des cursus de formation adaptés ainsi que des formations professionnelles : <i>techniciens, ingénieurs son, régisseur lumière, ...</i> Ceci peut se faire dans le cadre d'un master professionnel en partenariat entre MAC (TNT) et le MESRS dans l'ISAD	MAC- Théâtre National de Tunis	ISAD	2030

Produit 4.2 : Les compétences entrepreneuriales des créateurs sont appuyées par des formations

Problématique				
▪ Les compétences managériales et entrepreneuriales des créateurs souffrent de plusieurs lacunes et sont à renforcer				
Activités du produit				
#	Activités	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
1	Mettre en place des formations management des festivals et conclure des partenariats avec des festivals internationaux pour renforcer les compétences locales	ENPFMCA		2023
2	Mettre en place une formation académique en management culturel sous forme de master dans les universités publiques (partenariat MAC-MESRS) permettant d'acquérir des compétences en matière de : •Gestion des espaces culturels (privés ou publics tel que maison de culture) •Organisation d'évènements culturel dans les normes (planification, programmation et gestion d'évènements et de festivals) •Mise en place des projets culturels avec toute la partie élaboration de budget et levée de fonds.. Appuyer ce master par des stages (obligatoires) dans les espaces / structures privées	MESRS	MAC	2025
3	Mettre en place des cycles de formations professionnelles périodiques pour renforcer les compétences managériales et entrepreneuriales des créateurs et porteurs de projets (au niveau du CNCI, CMAM, direction du livre, centres d'art dramatique...) en collaboration avec les professionnels du secteur permettant aux porteurs de projet/créateurs d'acquérir des compétences liées à l'élaboration de budget et de business plan, la levée de fonds, la constitution de dossier de financement conformément aux exigences des pourvoyeurs de fonds (Etat, bailleurs de fonds, fondations..), la négociation avec les banques... (s'inspirer du cycle pilote euro-tunisien de formation pour les professionnels culturels tunisiens)	MAC	EPNA Ministère de la formation professionnelle	2025

Produit 4.3 : Des métiers de la culture sont créés et professionnalisés à travers des cursus de formation adaptés

Problématique				
Plusieurs métiers liés à la culture sont quasi-inexistants en Tunisie, d'autres ne sont pas professionnalisés et nécessitent des programmes de formation adaptés				
Activités du produit				
#	Activités	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
1	Créer une formation continue pour les professionnels spécialisée dans le métier d'éditeur en collaboration avec les maisons d'édition, le CAPGC et le MAC	MAC- DG du livre		2023
2	Développer certains métiers du cinéma via la double tutelle •Renforcer les métiers du VFX •Créer un cursus de master spécialisé dans la critique cinématographique en commun entre l'IPSI et les facultés des sciences humaines •Créer un cursus de master spécialisé en rapport avec l'archivage, la restauration et la numérisation du patrimoine audiovisuel en collaboration avec l'ISD (Institut supérieur de documentation)	CNCI	MESRS	2025
3	Développer des métiers de jeux vidéo (dont les scénarios) adaptés aux besoins du marché à travers la création de cycles de formation liés à des métiers qui sont inexistantes en Tunisie (exemple : Level designer) (s'inspirer des initiatives privées. Exemple Morbiket qui a développé des ateliers de formation pour la filière jeux vidéo ainsi que le Cycle pilote de formation euro-tunisien qui inclut des thématiques liées à des technologies numériques de création)	MESRS	CNCI	2025
4	Reconnaitre et professionnaliser les métiers de <i>manager</i> et de <i>tourneur</i> à travers des cursus de formation adaptés. Ceci peut se faire dans le cadre d'un master professionnel en partenariat entre MAC et le MESRS dans des universités tel que l'ISMT, ISAJC...	MESRS	MAC	2025
5	Professionnaliser le rôle de médiateur culturel à travers des cursus de formation (s'inspirer du cycle pilote euro-tunisien de formation pour les professionnels culturels tunisiens). Le médiateur culturel permet de rendre accessible la culture et la créativité notamment dans les institutions culturelles, publiques et privées (programmation, promotion, animation, ...)	MESRS		2025
6	Créer un cursus de formation continue en histoire d'art avec spécialisation en critique d'art, commissariat d'exposition, muséographie et expertise d'œuvre (pour l'authentification des œuvres)	MESRS		2025

Sommaire



Rappel de la démarche et du planning

Les ICC : un vecteur de développement et de relance

Feuille de route pour le développement des ICC

Fiches produits

Effet 1 : Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur

Effet 2 : Un accès au financement plus fluide et facilité pour les créateurs et porteurs de projet ICC

Effet 3 : Une infrastructure physique et digitale mise à niveau permettant d'exploiter le potentiel des ICC

Effet 4 : Des métiers de la culture adaptés aux exigences actuelles et futures du marché de travail

Effet 5 : Une scène culturelle dynamique favorisant l'exposition aux produits culturels

Fiches filières

Fiches par ordre de priorité

Limites de la feuille de route



Lieu : La Médina de Tunis
Source photo : Voyage-Tunisie

Produit 5.1 : Les partenariats et les rencontres entre les parties prenantes de l'écosystème sont encouragés

Problématique				
▪ Les foires et événements de réseautage d'envergure internationale ne sont pas développés en Tunisie empêchant ainsi les opportunités de collaboration entre les acteurs de l'écosystème ▪ La culture de partenariats entre les universités et les entreprises n'est pas développée				
Activités du produit				
#	Activités	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
1	Mettre en place une stratégie sur la présence nationale de la Tunisie et sa diplomatie culturelle sur les secteurs de l'image	CNCI		2023
2	Repenser la politique sur l'édition en renforçant le principe de coédition entre le secteur public et le secteur privé	MAC- Cabinet du ministre	MAC- DG du livre	2023
3	Développer au niveau des universités des partenariats Universités-Entreprises sous forme de stages, alternance, visites d'entreprise, ...permettant de mieux préparer les étudiants à la vie professionnelle et faciliter le recrutement.	MAC- Cabinet du ministre		2025
4	Identifier et référencer au sein du MAC un réseau d'acteurs dans chaque filière (capitaliser sur les BDD déjà élaborées, celle de Tfanen par exemple) auprès duquel les opportunités issues de la coopération internationale sont diffusées (résidence, stages, bourses, coproduction..) - Cette diffusion peut se faire à travers une plateforme ou les acteurs de l'écosystème ainsi que les EPNA sont inscrits - Consacrer les moyens financiers et humaines pour réaliser ce projet	MAC – Direction coopération international		2025
5	Organiser dans les festivals des événements de réseautage permettant de connecter les artistes et les nouveaux talents aux professionnels de la culture dans le monde afin de favoriser les partenariats et les opportunités de collaboration (ces événements peuvent inclure des conférences, speed meetings, showcases, pitching, formations, atelier...etc.) Exemple d'événements dans le monde : Visa 4 music / Beirut & Beyond	ENPFMCA		2025

Produit 5.2 : L'exposition du public, et particulièrement les jeunes, aux produits culturels est renforcée

Problématique				
▪ Les activités culturelles telles que la lecture, la visite des musées, les sorties au cinéma, ...ne sont pas dans les habitudes des tunisiens : 83% des tunisiens ne pratiquent aucune activité culturelle (source: enquête sur les pratiques culturelles, TFANEN-2021)				
Activités du produit				
#	Activités	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
1	Opérationnaliser les conventions avec le Ministère de l'Éducation pour mettre en place des programmes d'incitation à la lecture au sein des établissements scolaires	MAC- DG du livre	Direction de lecture publique	2022
2	Renforcer et développer les ateliers artistiques publics dans les maisons de culture : - Initier les jeunes aux différents métiers de la culture - Renforcer ces ateliers par une meilleure qualité et un choix plus large (de disciplines, d'instruments..) - Mettre en place des partenariats avec des écoles primaires	MAC - Direction générale de l'action culturelle	Ministère de la Jeunesse et des Sports (maisons de jeunes)	2023
3	Multiplier les excursions vers les musées et les sites archéologiques, les sorties au cinéma ou en concert, le visionnage de documentaires permettant de développer les habitudes culturelles chez les jeunes et les enfants. Ceci peut se faire rapidement à travers un partenariat entre les ministères de la culture, de l'enseignement et du transport	Ministère de l'éducation	MAC Ministère du transport	2023
4	Encourager l'accès et la création des jeux vidéos et de l'image numérique dans les écoles, lycées....	Ministère de l'éducation	CNCI	2025
5	Généraliser les clubs de lecture au sein des établissements scolaires et de premier âge. S'inspirer du modèle français des nuits de la lecture, expérimentées par le Jumelage, dans le cadre du Programme PACT avec l'Union européenne	MAC- DG du livre		2025
6	Mettre en place les chèques culture permettant d'orienter la consommation des jeunes (15- 25 ans) vers la culture (Se référer à l'étude Tfanen pour la mise en place d'un chèque Culture en Tunisie)	MAC		2025



Sommaire



Artiste : Anouar Brahem
Crédit photo : Marco Borggreve

Rappel de la démarche et du planning

Les ICC : un vecteur de développement et de relance

Feuille de route pour le développement des ICC

Fiches produits

Fiches filières

Fiches par ordre de priorité

Limites de la feuille de route



Fiche filière						
Effet	Thématique produit	#	Activité	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur	Règles de gestion publique	1	Alléger les procédures administratives d'achat de matériels et équipements pour la restauration et la conservation (pinceaux, escabeau, ...)	MAC		2023
	Lois et décrets	2	Revoir les décrets-lois relatifs aux projets PPP de manière à les assouplir et mettre en place des dispositions spécifiques au patrimoine	Instance générale du PPP		2023
		3	Réviser le code du patrimoine afin de le moderniser et l'adapter aux besoins actuels du secteur	MAC- DG du patrimoine		2023
	Cahier des charges	4	Mettre en place un cahier de charge pour la création d'un musée privé permettant de spécifier les conditions de sa création	MAC	AMVPPC	2022
	Règles de gestion publique	5	Prévoir les budgets nécessaires pour les activités de conservation et restauration. Les budgets sont souvent sous estimés	MAC		2023
		6	Réviser les mécanismes de gestion des projets PPP	MAC	Instance générale du PPP	2023
		7	Mettre en place d'une politique publique commune entre l'INP, AMVPPC et la direction générale du patrimoine	MAC- DG du patrimoine		2025
		8	Établir un état des lieux des statuts fonciers des monuments Identifiés pour les projets PPP (mener une enquête pour identifier les problèmes fonciers)	MAC - services juridiques		2025
Un accès au financement plus fluide et facilité pour les créateurs et porteurs de projet ICC	Sources de financement public	9	Améliorer la qualité des produits dérivés de l'AMVPPC de manière à augmenter ses revenus de vente : - Externaliser l'activité de production des produits dérivés - Recourir à des designers confirmés pour le choix et la conception des produits - Tenir compte des spécificités de chaque site et monument lors de la conception des produits dérivés - Améliorer l'emballage et le conditionnement des produits - Communiquer sur l'histoire du produit	AMVPPC		2025
Une infrastructure physique et digitale mise à niveau permettant d'exploiter le potentiel des ICC	Infrastructure digitale	10	Développer des plateformes digitales de numérisation et valorisation du patrimoine, à l'instar des expérimentations lancées par Tfanen sur le patrimoine musical (projet porté par le CMAM) ainsi que le patrimoine des arts visuels (projet porté par la Direction Générale des Arts Plastiques)	MAC	AMVPPC INP	2023
Des métiers de la culture adaptés aux exigences actuelles et futures du marché de travail	Compétences techniques	11	Professionaliser les formations existantes pour les conservateurs et restaurateurs	MESRS		2025
	Nouveaux métiers	12	Professionaliser le rôle de médiateur culturel à travers des cursus de formation adaptés. (s'inspirer du cycle pilote euro-tunisien de formation pour les professionnels culturels tunisiens). Le médiateur culturel permet de rendre accessible la culture et la créativité notamment dans les institutions culturelles, publiques et privées (programmation, promotion, animation, ...)	MAC		2025





Fiche filière						
Effet	Thématique produit	#	Activité	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur	Statut du créateur	1	Ajouter « les artistes de cirques et de variétés » à l'article 47bis de la loi relative à la propriété littéraire et artistique	MAC		2022
	Organes de gouvernance	2	Transférer les sujets relatifs au Théâtre au Théâtre National (à l'image du CNCI pour le secteur Cinéma). Lui donner les prérogatives pour réguler et faciliter le secteur tout en assurant une tutelle/gouvernance harmonieuse et efficiente du TNT par le MAC	MAC		2030
Une infrastructure physique et digitale mise à niveau permettant d'exploiter le potentiel des ICC	Infrastructure digitale	3	Développer l'archivage et la numérisation des œuvres scéniques : •Mettre en place des conventions avec des TV qui filment les œuvres scéniques (théâtre, danse..) et se procurent le droit de les diffuser un certain nombre de fois •Mettre en place un fonds d'archive au niveau du MAC qui filme et édite les meilleures œuvres sur l'année (selon des critères définie) afin de les conserver en tant que patrimoine scénique (dédier un budget)	MAC- Théâtre National de Tunis	TV Nationale EPNA (CMAM, ..)	2025
Des métiers de la culture adaptés aux exigences actuelles et futures du marché de travail	Compétences techniques	4	Renforcer les compétences techniques des métiers des arts scéniques suivants à travers des cursus de formation adaptés ainsi que des formations professionnelles : <i>techniciens, ingénieurs son, régisseur lumière, ...</i> Ceci peut se faire dans le cadre d'un master professionnel en partenariat entre MAC (TNT) et le MESRS dans l'ISAD	MAC- Théâtre National de Tunis	ISAD	2030



Fiche filière						
Effet	Thématique produit	#	Activité	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur	Règles de gestion publique	1	Encourager la mobilité des expositions au niveau des régions (expositions itinérantes): -Rallonger les délais d'expositions -Prévoir les budgets adéquats -Instaurer une programmation adaptée sur le CMT Sur le long terme, une forte mobilité des expositions permettra d'accroître l'intérêt du public pour les arts visuels, notamment dans les régions	MAC - Direction des arts plastiques		2023
	Lois et décrets	2	Mettre en place une loi sur la circulation des œuvres d'art et la mobilité des artistes qui permettra de faciliter l'exportation des œuvres d'art	MAC- Cabinet du ministre		2023
		3	Revoir le texte de loi sur la commission d'achat des œuvres d'art afin d'améliorer le processus d'acquisition des œuvres	MAC- Cabinet du ministre		2023
	Cahiers des charges	4	Réviser le cahier des charges des espaces d'exposition publiques et privées dans le secteur des arts visuels	MAC- Cabinet du ministre		2022
Un accès au financement plus fluide et facilité pour les créateurs et porteurs de projet ICC	Droits d'auteur	5	Instaurer le système des droits de suite au niveau de l'OTDAV	OTDAV		2022
Une infrastructure physique et digitale mise à niveau permettant d'exploiter le potentiel des ICC	Infrastructure digitale	6	Créer un répertoire numérique des artistes plasticiens tunisiens et le rendre accessible au grand public	MAC - Direction des arts plastiques		2023
Des métiers de la culture adaptés aux exigences actuelles et futures du marché de travail	Nouveaux métiers	7	Créer un cursus de formation continue en histoire d'art avec spécialisation en critique d'art, commissariat d'exposition, muséographie et expertise d'œuvre (pour l'authentification des œuvres)	MESRS		2025



Fiche filière						
Effet	Thématique produit	#	Activité	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur	Cahiers des charges	1	Mettre à jour le cahier des charges relatif à la pratique de métier d'édition. Ce cahier de charge a pour but, entre autres, de spécifier les critères d'éligibilité d'un éditeur aux subventions de l'Etat	MAC	DG du livre Service juridique du MAC	2022
	Règles de gestion publique	2	Lancer un audit auprès des administrations éditrices du MAC (AMVPPC, INP, Beit Al-Hikma, ...) afin d'évaluer leurs activités liées à l'édition des livres	MAC- Cabinet du ministre	MAC- DG du livre	2023
	Lois et décrets	2	Revoir le décret N°79-748 du 21 août 1979 relatif à la composition et aux règles de fonctionnement du conseil supérieur de l'édition	MAC	DG du livre Service juridique du MAC	2023
Un accès au financement plus fluide et facilité pour les créateurs et porteurs de projet ICC	Aides et subventions	4	Mettre en œuvre des réformes rapides concernant l'acquisition des livres par l'État : -Opérationnaliser la commission de lecture qui se charge de la vérification du contenu du livre acquis par l'État et revoir les critères d'éligibilité des livres acquis par le MAC à travers : - La mise à jour d'un décret lié à la rémunération des commissions de lecture - La publication d'un arrêté spécifiant la composition de la commission de lecture et sa fréquence	MAC- DG du livre		2023
	Investissement privé	5	Encourager l'émergence d'acteurs spécialisés dans la distribution et la diffusion des livres : -Donner des incitations fiscales / des prêts à taux réduits pour l'émergence d'acteurs privés -Accompagner les structures privées de distribution et de diffusion et mettre en place des cahiers de charge spécifiques à leurs activités	MAC	Ministère du commerce	2025
Des métiers de la culture adaptés aux exigences actuelles et futures du marché de travail	Nouveaux métiers	6	Créer une formation continue pour les professionnels spécialisée dans le métier d'éditeur en collaboration avec les maisons d'édition, le CAPGC et le MAC	MAC- DG du livre		2023
Une scène culturelle dynamique favorisant l'exposition aux produits culturels	Partenariat et réseautage	7	Repenser la politique sur l'édition en renforçant le principe de coédition entre le secteur public et le secteur privé	MAC- Cabinet du ministre	MAC- DG du livre	2023
	Exposition des jeunes à la culture	8	Opérationnaliser les conventions avec le Ministère de l'Éducation pour mettre en place des programmes d'incitation à la lecture au sein des établissements scolaires	MAC- DG du livre	Direction de lecture publique	2022
		9	Généraliser les clubs de lecture au sein des établissements scolaires et de premier âge. S'inspirer du modèle français des nuits de la lecture, expérimentées par le Jumelage, dans le cadre du Programme PACT avec l'Union européenne	MAC- DG du livre		2025

Fiche Festivals et évènements culturels



Fiche filière						
Effet	Thématique produit	#	Activité	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur	Règles de gestion publique	1	Réduire l'accès gratuit aux festivals et événements gérés par l'Etat en le structurant et en fixant un pourcentage réduit du nombre d'invitations (Exemple 10% du nombre de places disponibles)	ENPFMCA		2022
		2	Diffuser de la pratique des cahiers des charges pour l'organisation des festivals et événements culturels publics à minima pour les manifestations les plus importantes	ENPFMCA		2023
		3	Mettre en place une unité de suivi et d'évaluation des festivals et événements culturels publics au sein de l'ENPFMCA permettant de développer la connaissance sur le secteur et dont les rôles : -La collecte et centralisation des données relatifs aux festivals -La construction d'indicateurs fiables (mapping des festivals, nombre d'entrées...) sous forme de rapports publiés périodiquement -L'évaluation des festivals -La mise en place d'une stratégie de développement des grands festivals Cette cellule peut être mixte et composée d'anciens directeurs, d'acteurs privés... avec un mandat de 3 ans Dédier le budget nécessaire à cette cellule	ENPFMCA		2023
		4	Revoir à la hausse la grille tarifaire des grands festivals (tickets JCC, JTC...) afin de responsabiliser le public et améliorer la qualité du contenu	MAC	ENPFMCA CNCI	2023
		5	Elaborer un manuel de procédures pour la bonne gestion des festivals (guide de bonnes pratiques) incluant entre autres des pratiques d'anticipation de programmation. Une meilleure gestion et programmation des festivals pourra stimuler la demande et améliorer l'attractivité des festivals	ENPFMCA		2025
		6	Renforcer la composante marketing dans les festivals (ceci concerne festivals étatiques, privés financés par l'Etat et les festivals privés) permettant notamment d'accroître l'intérêt et la participation du public	ENPFMCA		2025
		7	Impliquer les EPNA et le secteur privé dans la gestion des grands festivals: -Commencer par déléguer les festivals aux EPNA des filières concernées : JTC - TNT , JMC - CMAM, JCOC - Théâtre de l'Opéra... à l'image du JCC - CNCI (voir rapport JCC édition 2020-2021 pour tirer leçons concernant l'autonomisation des festivals) -Organiser des festivals avec le secteur privé à travers des appels à projet en PPP : Proposer des critères et conditions de sélection bien définis et réfléchir sur la période de la concession de la gestion du festival (3 ans par exemple) Sur le moyen terme, l'ENPFMCA pourrait déléguer l'organisation des festivals aux EPNA / secteur privé , et avoir plutôt des attributions de régulation, facilitation, contrôle, formation..	MAC	ENPFMCA	2030
Des métiers de la culture adaptés aux exigences actuelles et futures du marché de travail	Compétences entrepreneuriales	8	Mettre en place des formations management des festivals et conclure des partenariats avec des festivals internationaux pour renforcer les compétences locales	ENPFMCA		2023
Une scène culturelle dynamique favorisant l'exposition aux produits culturels	Partenariat et réseautage	9	Organiser dans les festivals des événements de réseautage permettant de connecter les artistes et les nouveaux talents aux professionnels de la culture dans le monde afin de favoriser les partenariats et les opportunités de collaboration (ces événements peuvent inclure des conférences, speed meetings, showcases, pitching, formations, atelier...etc.) Source : Analyse documentaire, Entretiens avec les acteurs de l'écosystème, Ateliers de travail, Analyse Matine	ENPFMCA		2025



Fiche filière						
Effet	Thématique produit	#	Activité	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur	Lois et décrets	1	Revoir la réglementation de change afin d'éliminer les freins liés au paiement international et la blockchain	Banque Centrale de Tunis	TICDCE	2023
		2	Amender la loi relative aux établissements de paiement (Circulaire de la BCT n°2018-16) afin de favoriser l'émergence de ces acteurs et donc faciliter la monétisation des produits ICC digitaux	Banque Centrale de Tunis	TICDCE	2023
	Règles de gestion publique	3	Renforcer le Creative Digital Lab (CDL)	CNCI		2023
Un accès au financement plus fluide et facilité pour les créateurs et porteurs de projet ICC	Investissement privé	4	Encourager l'émergence d'incubateurs dédiés à la création de l'image numérique	TICDCE	CNCI	2025
		5	Mettre en place une batterie d'incitations fiscales permettant d'encourager l'investissement dans la filière Jeux vidéo -Incitations financières -Facilités administratives	CNCI	TICDCE	2025
	Droits d'auteur	6	Ajouter la filière Jeux Vidéos dans la loi de la propriété intellectuelle (après une étude)	CNCI	TICDCE	2023
	Aides et subventions	7	Créer un fonds d'aide à la production des jeux vidéo (en partenariat avec le CNCI) et répartir les subventions par type de jeu (entertainment games, serious games, advertgames...) Ceci favorisera l'émergence d'acteur dans la filière et stimuler la consommation des jeux vidéos locaux	CNCI		2023
Des métiers de la culture adaptés aux exigences actuelles et futures du marché de travail	Nouveaux métiers	8	Développer des métiers de jeux vidéo (dont les scénarios) adaptés aux besoins du marché à travers la création de cycles de formation liés à des métiers qui sont inexistantes en Tunisie (exemple : Level designer) (s'inspirer des initiatives privées. Exemple Morbiket qui a développé des ateliers de formation pour la filière jeux vidéo ainsi que le Cycle pilote de formation euro-tunisien qui inclut des thématiques liées à des technologies numériques de création)	MESRS	CNCI	2025
Une scène culturelle dynamique favorisant l'exposition aux produits culturels	Exposition des jeunes à la culture	9	Encourager à l'accès et à la création des jeux vidéos et de l'image numérique dans les écoles, lycées...	Ministère de l'éducation	CNCI	2025





Fiche filière						
Effet	Thématique produit	#	Activité	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur Un	Organes de gouvernance	1	Assurer un pilotage stratégique/économique de la filière Médias audiovisuels : -Créer un organe exécutif au sein du MAC (département dédié pour le développement économique des médias); ou -Confier la gestion de la filière à la direction chargée des ICC	Présidence du Gouvernement		2025
	Statut du créateur	2	Intégrer un équivalent de la carte de presse pour les journalistes créateurs de contenus médias. Cette carte peut être octroyée par une commission sous le secrétariat d'Etat aux Médias	Présidence du Gouvernement - Secrétariat d'Etat aux Medias		2023
	Lois et décrets	3	Promulguer la loi de l'audiovisuel	CDG	HAICA Syndicats Associations du secteur	2025
Un accès au financement plus fluide et facilité pour les créateurs et porteurs de projet ICC	Investissement privé	4	Intégrer la chaîne de valeur TV + Streaming dans le financement des contenus et du cinéma	Présidence du Gouvernement - Secrétariat d'Etat aux Médias		2023
	Sources de financement public	5	Créer une agence de régulation de la publicité qui gère la distribution de la publicité	Présidence du Gouvernement - Secrétariat d'Etat aux Medias		2030
Une infrastructure physique et digitale mise à niveau permettant d'exploiter le potentiel des ICC	Infrastructure digitale	6	Encourager la création de plateformes de diffusions de contenu média (en linéaire ou délinéarisé) La multiplication des plateformes de diffusion aura pour impact de favoriser la demande pour les contenus médias	Présidence du Gouvernement - Secrétariat d'Etat aux Medias		2023





Fiche filière						
Effet	Thématique produit	#	Activité	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
Un accès au financement plus fluide et facilité pour les créateurs et porteurs de projet ICC	Sources de financement public	1	Mise en application dans la loi de finance 2022 la décision liée à l'élargissement de la liste des dispositifs (CDs, DVDs...etc.) auxquels s'applique la redevance sur la copie privée. La rémunération pour copie privée est collectée, sous la forme d'une redevance, auprès des fabricants ou importateurs d'appareils de stockage, et est dédiée pour rémunérer les créateurs et artistes (droits d'auteurs)	MF		2022
Des métiers de la culture adaptés aux exigences actuelles et futures du marché de travail	Compétences techniques	2	Renforcer les compétences techniques des métiers de la musique suivants à travers des cursus de formation adaptés ainsi que des formations professionnelles : <i>producteur, vidéaste, régisseur de lumière, technicien de son, ...</i> Ceci peut se faire dans le cadre d'un master professionnel en partenariat entre MAC et le MESRS dans des universités tel que l'ISAD, ISMT, ISAJC...)	MESRS	MAC	2030
	Nouveaux métiers	3	Reconnaitre et professionnaliser les métiers de <i>manager</i> et de <i>tourneur</i> à travers des cursus de formation adaptés. Ceci peut se faire dans le cadre d'un master professionnel en partenariat entre MAC et le MESRS dans des universités tel que l'ISMT, ISAJC...	MESRS	MAC	2025
Une scène culturelle dynamique favorisant l'exposition aux produits culturels	Exposition des jeunes à la culture	4	Renforcer et développer les ateliers artistiques publics dans les maisons de culture : - Initier les jeunes aux différents métiers de la culture - Renforcer ces ateliers par une meilleure qualité et un choix plus large (de disciplines, d'instruments...) - Mettre en place des partenariats avec des écoles primaires	MAC - Direction générale de l'action culturelle	Ministère de la Jeunesse et des Sports (maisons de jeunes)	2023

Fiche Cinéma et vidéo (1/2)



Fiche filière						
Effet	Thématique produit	#	Activité	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur	Cahiers des charges	1	Mettre à jour le cahier des charges du distributeur de films et de l'exploitant (propriétaire de salle de cinéma) de manière à imposer juridiquement l'adoption du système de billetterie centralisé.	CNCI		2022
	Organes de gouvernance	2	Centraliser la gestion de la filière Cinéma et vidéo au sein du CNCI tout en assurant une tutelle/gouvernance harmonieuse et efficiente par le MAC	CNCI		2023
	Lois et décrets	3	Revoir le code de l'industrie cinématographique et amender ses textes de manière à le moderniser. Se pencher en priorité sur les éléments suivants : -Alléger les procédures relatives à l'octroi de l'autorisation de tournage et les digitaliser -Créer un cadre juridique relatif aux visas d'exploitation / classification des films au sein du code cinématographique	CNCI		2023
	Statut du créateur	4	Ecrire le texte d'application du Statut de l'Artiste relatif au cinéma	CNCI - Conseil Stratégique	MAC - Affaires juridiques	2023
Un accès au financement plus fluide et facilité pour les créateurs et porteurs de projet ICC	Investissement privé	5	Mettre en place des mesures d'incitation pour encourager la production cinématographique étrangère en Tunisie : -Incitations financières -Facilités administratives -Actions promotionnelles en collaboration avec le ministère du tourisme : promouvoir la pays comme un lieu de tournage dans les campagnes marketing , participer aux foires internationales, développer une plateforme digitale mettant en avant les atouts du pays...	CNCI		2025
	Sources de financement public	6	Recourir au système d'avance sur recettes pour la production cinématographique : -Aide financière attribuée pour une production cinématographique, et remboursée à posteriori à partir des bénéfices générés par le film. Cette action nécessite la mise en place de la billetterie centralisée au niveau de toutes les salles. Cette aide permet de donner une marge de manœuvre pour augmenter le seuil d'aide à la production de 35% du coût du projet à 50% (Long-métrage) et dynamiser donc la création	CNCI		2030
	Aides et subventions	7	Diversifier les natures des aides selon la chaîne de valeur (écriture, production, post prod....)	CNCI		2025



Fiche filière						
Effet	Thématique produit	#	Activité	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
Une infrastructure physique et digitale mise à niveau permettant d'exploiter le potentiel des ICC	Maisons de culture	8	Dans les régions défavorisées, intégrer les maisons de culture équipées de DCP (Digital Cinema Package) dans le cycle d'exploitation des films en leur permettant de diffuser des films le soir, à des prix moins chers. Le MAC doit procéder par : •Une négociation avec les distributeurs pour acheminer les films vers les maisons de culture des régions •Une négociation avec le syndicat des agents de maisons de culture pour l'ouverture le soir •Une imposition de l'intégration du système de billetterie centralisée au niveau des maisons de culture	CNCI	MAC - direction générale de l'action culturelle Syndicat des exploitants / distributeurs	2023
	Infrastructure digitale	9	Lancer la numérisation de l'archive cinématographique Tunisien : •Annuler la concession avec l'opérateur privé qui n'a pas respecté ses obligations contractuelles par rapport au projet de numérisation. •Mettre en place un processus clair entre le CNCI, le MAC et la bibliothèque nationale pour concrétiser le projet relatif à la création d'un laboratoire de numérisation des archives cinématographiques (permettant de numériser les bobines 35 mm et 16 mm qui se trouvent dans la bibliothèque nationale, direction générale de l'audiovisuel et les réserves de Gammarth)	MAC- Cabinet du ministre	Bibliothèque Nationale de Tunisie Archives Nationales Direction du cinéma	2023
	Infrastructure physique	10	Réouvrir et exploiter les ~15 salles de cinéma fermées à disposition des municipalités : Procéder par un inventaire des salles fermées ensuite concéder la gestion de ces salles en PPP et allouer une aide aux porteurs de projet (lors du démarrage des travaux de réaménagement) La réouverture des salles de cinéma dans plusieurs régions pourrait stimuler la demande pour les films	CNCI	Instance générale du PPP Ministère de l'équipement	2025
Une scène culturelle dynamique favorisant l'exposition aux produits culturels	Partenariat et réseautage	11	Mettre en place une stratégie sur la présence nationale de la Tunisie et sa diplomatie culturelle sur les secteurs de l'image	CNCI		2023
Des métiers de la culture adaptés aux exigences actuelles et futures du marché de travail	Nouveaux métiers	12	Développer certains métiers du cinéma via la double tutelle •Renforcer les métiers du VFX •Créer un cursus de master spécialisé dans la critique cinématographique en commun entre l'IPSI et les facultés des sciences humaines •Créer un cursus de master spécialisé en rapport avec l'archivage, la restauration et la numérisation du patrimoine audiovisuel en collaboration avec l'ISD (Institut supérieur de documentation)	CNCI	MESRS	2025

Fiche Transverse (1/5)

Fiche filière						
Effet	Thématique produit	#	Activité	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur	Organes de gouvernance	1	Adopter la nouvelle nomenclature des ICC proposée dans le cadre de la mission Tfanen/Matine par les organes officiels de l'Etat (MAC, APII, INS...)	CDG	MAC APII INS	2022
		2	Désigner une direction chargée des ICC (DGICC) au sein du MAC et lui donner les moyens financiers et les ressources humaines nécessaires. Le rôle de cette direction est de : -Formuler les orientations stratégiques en matière de développement des ICC -Mettre en œuvre la feuille de route ICC et piloter les projets s'y rapportant -Centraliser les données relatives aux ICC et construire régulièrement les indicateurs relatifs à ses filières -Communiquer sur les projets ICC et sur la data relative à ces industries (sous forme d'open data, études, rapports..) -Assurer un dialogue et une coopération public/privé	MAC- Cabinet du ministre		2023
		3	Effectuer une étude pour repenser l'organigramme du MAC de manière à l'adapter à la nouvelle nomenclature des ICC	MAC- Cabinet du ministre	MAC - Affaires Juridiques	2023
	Règles de gestion publique	4	Clarifier les macro processus de fonctionnement entre institutions du MAC	MAC - Direction de l'organisation, des méthodes et de l'informatique (DOMI)		2023
		5	Conclure avec les directeurs des EPNA et des grands festivals des contrats sur objectif de 3 ans renouvelables 1 fois. Le directeur suivant est désigné suite à un appel à candidature, et fait une année de passation avec le directeur actuel (s'inspirer aux recommandations relative au recrutement des directeurs.rices issues de la mission Tfanen sur la gestion des festivals)	MAC		2023
		6	Améliorer les critères de sélection et profiling dans le recrutement public	MAC		2023
	Statut du créateur	7	Adopter le projet relatif au statut de l'artiste sous sa version actuelle, tout en s'assurant qu'il soit inclusif et intègre tout types de professionnels opérant dans le secteur	MAC- Cabinet du ministre		2022
 Projet de développement des Industries Culturelles et			Source : Analyse documentaire, Entretiens avec les acteurs de			

Fiche Transverse (2/5)

Fiche filière						
Effet	Thématique produit	#	Activité	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
Un accès au financement plus fluide et facilité pour les créateurs et porteurs de projet ICC	Investissement privé	8	Réactiver le Fonds De Garantie Des Industries Culturelles FGIC (ce fonds était géré par la SOTUGAR)	MAC – Unité d'Encadrement des Investisseurs (UEI)		2022
		9	Promouvoir la loi sur le mécénat culturel	MAC		2022
		10	Mettre en place le Creative Act : -Un ensemble d'incentives favorisant l'investissement dans les ICC (incitations fiscales, crédit d'impôts...) -Facilitation des procédures administratives et légales (création d'entité juridique, exportation, paiement international...) -Mise à disposition de programmes d'accompagnement et de formation	MAC- Cabinet du ministre	MAC - Affaires Juridiques	2023
		11	Mettre en place des mesures d'incitation pour encourager la création d'incubateurs/accélérateurs spécialisés dans les ICC	MAC - Direction chargée des ICC		2025
	Sources de financement public	12	Accélérer la création du Fonds d'investissement de développement CDC	Caisse des Dépôts et Consignations	TICDCE	2023
	Droits d'auteur	13	Lancer dans l'immédiat (2022) une grande campagne de sensibilisation à la propriété artistique & littéraire et aux droits d'auteur. Cibler en premier lieu les institutions de l'Etat, les concernés (créateurs, médias, restaurants, hôtels, organisateurs d'événements..) et le grand public. Cette campagne doit être d'une bonne qualité et peut prendre la forme d'une campagne choc (à l'image de celle sur la sécurité routière). Elle peut être sous-traitée à une boîte de production/communication (ou autre) et peut faire l'objet d'une levée de fonds. A partir de 2023, la sensibilisation peut prendre forme de campagnes périodiques diffusées plusieurs fois dans l'année et sur le maximum de supports (médias, réseaux sociaux..) avec un budget dédié annuellement.	CDG	MAC OTDAV	2023
		14	Mettre en place des cycles de formation en propriété littéraire & artistique / gestion collective des droits d'auteur pour les équipes de l'OTDAV. Ces cycles peuvent être animés par des experts internationaux. (veiller ensuite à pérenniser les compétences au sein de l'OTDAV)	MAC	OTDAV	2022
		15	Etoffer les équipes de l'OTDAV par des profils connaisseurs en propriété littéraire & artistique et droits d'auteur	MAC		2023
		16	Imposer l'application de la loi relative à la propriété littéraire et artistique par l'ensemble des organes de l'Etat et mettre en place les mécanismes permettant de sanctionner ceux qui l'enfreignent / ne s'y conforment pas	CDG	Ministère de l'intérieur Ministère de la justice	
			Faire de l'application de cette loi une priorité au plus haut niveau de l'Etat		Douanes MAC	
Projet de développement des Industries Culturelles et Créatives				Source : Analyse documentaire, Entretiens avec les acteurs de l'écosystème, Ateliers de travail, Analyse Matine		
			Signer des contrats de réciprocité avec les	OTDAV		



Fiche filière						
Effet	Thématique produit	#	Activité	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
Un accès au financement plus fluide et facilité pour les créateurs et porteurs de projet ICC	Droits d'auteur	18	Mettre en place des succursales de l'OTDAV au niveau des régions	MF	MAC	2025
		19	Intégrer au niveau des cursus de formation secondaires et universitaires une matière sur la propriété littéraire & artistique Ceci peut se faire dans le cadre des conventions du MAC avec le MESRS et le Ministère de l'éducation	MAC	MESRS Ministère de l'éducation	2025
		20	Améliorer le fonctionnement de l'OTDAV : •Effectuer un diagnostic pour évaluer la performance de l'OTDAV et identifier les pistes d'amélioration •Moderniser les outils de travail •Clarifier les tarifs et les rendre compréhensibles et transparents auprès des créateurs et artistes (Exemple : les rendre disponibles sur le site de l'OTDAV) •Assurer une représentativité de l'ensemble des filières dans les comités de l'OTDAV (arts visuels, design...)	OTDAV		2025
	Aides et subventions	21	Développer une politique de commande publique : œuvres d'art pour les espaces publics, compositions musicales, ... à travers : - La publication des textes juridiques incitant les banques, les administrations publiques à l'acquisition des œuvres d'art plastique - La mise en place d'avantages fiscaux aux sociétés privées qui ont acquis des œuvres d'art plastique	MAC		2025
		22	Effectuer un audit indépendant sur la gestion actuelle des subventions : budgets, critères d'éligibilité, mécanismes d'attribution, efficacité... et ce pour toutes les filières disposant de mécanismes d'aides. Effectuer ensuite les restructurations nécessaires	MAC		2025
Des métiers de la culture adaptés aux exigences actuelles et futures du marché de travail	Compétences entrepreneuriales	23	Mettre en place une formation académique en management culturel sous forme de master dans les universités publiques (partenariat MAC-MESRS) permettant d'acquérir des compétences en matière de : •Gestion des espaces culturels (privés ou publics tel que maison de culture) •Organisation d'évènements culturel dans les normes (planification, programmation et gestion d'évènements et de festivals) •Mise en place des projets culturels avec toute la partie élaboration de budget et levée de fonds.. Appuyer ce master par des stages (obligatoires) dans les espaces / structures privées	MESRS	MAC	2025
		24	Mettre en place des cycles de formations professionnelles périodiques pour renforcer les compétences managériales et entrepreneuriales des créateurs et porteurs de projets (au niveau du CNCI, CMAM, direction du livre, centres d'art dramatique...) en collaboration avec les professionnels du secteur permettant aux porteurs de projet/créateurs d'acquérir des compétences liées à l'élaboration de budget et de business plan, la levée de fonds, la constitution de dossier de financement conformément aux exigences des pourvoyeurs de fonds (Etat, bailleurs de fonds, fondations...), la négociation avec les banques... s'inspirer du cycle pilote euro-tunisien de formation pour les professionnels culturels tunisiens)	MAC	EPNA Ministère de la formation professionnelle	2025
			Assurer une spécialisation dans toutes les disciplines dans les métiers de la culture manquants dans le cadre d'une réforme de l'enseignement supérieur. Ceci peut se faire dans le cadre d'un master universitaires tel que ISAD, ISMT, ISAJC...	MESRS	MAC	2030



Projet de développement des Industries Culturelles et Créatives

Source : Analyse documentaire, Entretiens avec les acteurs de l'écosystème, Ateliers de travail, Analyse Matine



Fiche Transverse (4/5)

Fiche filière						
Effet	Thématique produit	#	Activité	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
Une infrastructure physique et digitale mise à niveau permettant d'exploiter le potentiel des ICC	Digitalisation de l'administration	26	Initier la transformation digitale du MAC et de ses établissements : Mise en place d'un réseau informatique (mail, intranet...) qui interconnecte et lie le MAC à ses différents établissements (EPNAs, EPAs, CRACs, maisons de culture, bibliothèques,...). Ceci permettra un échange fluide et rapide permettant d'adresser les besoins de ces établissements dans des délais plus courts, et d'assurer de meilleurs services au grand public S'inspirer des initiatives Tfanen de numérisation de la gestion des subventions et du réseau des bibliothèques publiques	MAC - DSI		2030
		27	la mise en place d'une plateforme assurant la collecte, la production et la diffusion des données statistiques liées aux ICC	MAC - DSI	MAC - Direction chargée des ICC	2030
	Infrastructure physique	28	Dresser un inventaire des lieux et locaux facilement aménageables (maisons de culture, centre d'arts dramatique, bibliothèque... et autres) pour mise à disposition d'artistes à titre de résidences artistiques, d'atelier, de local de répétition, lieux de foires pour les éditeurs... Dédier un budget pour réaménager ces lieux	MAC - Direction génération de l'action culturelle	DRACS	2025
		29	Identifier des lieux délaissés/abandonnés à réaménager pour mise à disposition d'artistes à titre de résidences artistiques, d'atelier, de local de répétition, lieux de foires pour les éditeurs... (Exemples : lieux industriels délaissés, ancien casino de Hammam Lif) Mettre à disposition ces locaux en concession PPP, ou les céder à bas prix à travers des cahiers de charges adaptés Commencer par un projet pilote	MAC - Direction de l'équipement	INP DRACS	2030
	Maisons de culture	30	Conclure des contrats entre les maisons de culture et les artistes de la région afin de leur déléguer la programmation artistique de l'établissement. Au vu d'un contenu adapté, la fréquentation des maisons de culture par les jeunes pourrait être améliorée	MAC		2023
		31	Mettre en place des formations spécifiques en management culturel pour les équipes gérant les maisons de culture sur la gestion de salles de spectacles/expositions selon les normes internationales, l'organisation d'évènements culturels et la levée de fonds Cibler également par ces formations les équipes futures des maisons de culture, à savoir les étudiants de l'Institut Supérieur de l'Animation pour la Jeunesse et la Culture (Bir el Bey) Ces cycles peuvent se faire à travers un budget dédié ou des partenariats/conventions avec des bailleurs de fonds ou ONG (UNESCO..)	MAC		2025
		32	Mettre en place un statut juridique relatif aux maisons de culture de manière à leur donner une autonomie financière qui leur permet d'élaborer une programmation culturelle riche. (peut-être sous forme d'EPA)	MAC		2030

Fiche Transverse (5/5)

Fiche filière						
Effet	Thématique produit	#	Activité	Responsable	Contributeurs	Horizon temporel
Une scène culturelle dynamique favorisant l'exposition aux produits culturels	Exposition des jeunes à la culture	33	Multiplier les excursions vers les musées et les sites archéologiques, les sorties au cinéma ou en concert, le visionnage de documentaires permettant de développer les habitudes culturelles chez les jeunes et les enfants. . Ceci peut se faire rapidement à travers un partenariat entre les ministères de la culture, de l'enseignement et du transport	Ministère de l'éducation	MAC Ministère du transport	2023
		34	Mettre en place de chèques culture permettant d'orienter la consommation des jeunes (15- 25 ans) vers la culture (Se référer à l'étude Tfanen pour la mise en place d'un chèque Culture en Tunisie)	MAC		2025
	Partenariat et réseautage	35	Développer au niveau des universités des partenariats Universités-Entreprises sous forme de stages, alternance, visites d'entreprise, ...permettant de mieux préparer les étudiants à la vie professionnelle et faciliter le recrutement.	MAC- Cabinet du ministre		2025
		36	Identifier et référencer au sein du MAC un réseau d'acteurs dans chaque filière (capitaliser sur les BDD déjà élaborées, celle de Tfanen par exemple) auprès duquel les opportunités issues de la coopération internationale sont diffusées (résidence, stages, bourses, coproduction...) Cette diffusion peut se faire à travers une plateforme ou les acteurs de l'écosystème ainsi que les EPNA sont inscrits Consacrer les moyens financiers et humaines pour réaliser ce projet	MAC - Direction coopération international		2025

Sommaire



Rappel de la démarche et du planning

Les ICC : un vecteur de développement et de relance

Feuille de route pour le développement des ICC

Fiches produits

Fiches filières

Fiches par ordre de priorité

Limites de la feuille de route

Activités de priorité 1

#	Effet	#	Produit	#	Activité P1	Responsable	Contributeurs	Horizon	Filière				
1	Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur	1.1	Les lois et décrets régissant les ICC sont modernisés et assouplis	1.1.1	Revoir le code de l'industrie cinématographique et amender ses textes de manière à le moderniser. Se pencher en priorité sur les éléments suivants : -Alléger les procédures relatives à l'octroi de l'autorisation de tournage et les digitaliser -Créer un cadre juridique relatif aux visas d'exploitation / classification des films au sein du code cinématographique	CNCI		2023	Cinéma et vidéo				
				1.1.3	Amender la loi relative aux établissements de paiement (Circulaire de la BCT n°2018-16) afin de favoriser l'émergence de ces acteurs et donc faciliter la monétisation des produits ICC digitaux	Banque Centrale de Tunis	TICDCE	2023	Jeux vidéo				
				1.1.4	Revoir les décrets-lois relatifs aux projets PPP de manière à les assouplir et mettre en place des dispositions spécifiques au patrimoine	Instance générale du PPP		2023	Patrimoine				
				1.1.5	Réviser le code du patrimoine afin de le moderniser et l'adapter aux besoins actuels du secteur	MAC- DG du patrimoine		2023	Patrimoine				
				1.1.7	Mettre en place une loi sur la circulation des œuvres d'art et la mobilité des artistes qui permettra de faciliter l'exportation des œuvres d'art	MAC- Cabinet du ministre		2023	Arts visuels				
		1.2	Les cahiers des charges des filières sont améliorées	1.2.1	Mettre à jour le cahier des charges du distributeur de films et de l'exploitant (propriétaire de salle de cinéma) de manière à imposer juridiquement l'adoption du système de billetterie centralisé.	CNCI		2022	Cinéma et vidéo				
		1.3	Les ICC sont identifiées par les institutions de l'Etat et pilotées par des organisations dédiées	1.3.1	Adopter la nouvelle nomenclature des ICC proposée dans le cadre de la mission Tfanen/Matine par les organes officiels de l'Etat (MAC, APII, INS...)	CDG	MAC APII INS	2022	Transverse				
		1.4	Le statut du créateur est défini et reconnu juridiquement	1.4.1	Adopter le projet relatif au statut de l'artiste sous sa version actuelle, tout en s'assurant qu'il soit inclusif et intègre tout types de professionnels opérant dans le secteur	MAC- Cabinet du ministre		2022	Transverse				
				1.4.2	Ajouter « les artistes de cirques et de variétés » à l'article 47bis de la loi relative à la propriété littéraire et artistique	MAC		2022	Arts de la scène				
		1.5	La gestion publique des filières est revue de manière à les développer	1.5.1	Réduire l'accès gratuit aux festivals et événements gérés par l'Etat en le structurant et en fixant un pourcentage réduit du nombre d'invitations (Exemple 10% du nombre de places disponibles)	ENPFMCA		2022	Festivals et événements culturels				
1.5.13	Réviser les mécanismes de gestion des projets PPP			MAC	Instance générale du PPP	2023	Patrimoine						
2	Un accès au financement plus fluide et facilité pour les créateurs et porteurs de projet ICC	2.1	Une batterie d'outils d'incitation à l'investissement privé dans les ICC est mise en place	2.1.1	Réactiver le Fonds De Garantie Des Industries Culturelles FGIC (ce fonds était géré par la SOTUGAR)	MAC – Unité d'Encadrement des Investisseurs (UEI)		2022	Transverse				
				2.1.2	Promouvoir la loi sur le mécénat culturel qui est actuellement méconnue par les acteurs de l'écosystème	MAC		2022	Transverse				
				2.1.3	Mettre en place le Creative Act : -Un ensemble d'incentives favorisant l'investissement dans les ICC (incitations fiscales, crédit d'impôts...) -Facilitation des procédures administratives et légales (création d'entité juridique, exportation, paiement international...) -Mise à disposition de programmes d'accompagnement et de formation	MAC- Cabinet du ministre	MAC - Affaires Juridiques	2023	Transverse				
				2.1.7	Mettre en place des mesures d'incitation pour encourager la production cinématographique étrangère en Tunisie : -Incitations financières -Facilités administratives -Actions promotionnelles en collaboration avec le ministère du tourisme : promouvoir la pays comme un lieu de tournage dans les	CNCI		2025	Cinéma et vidéo				
					-participer aux foires internationales, développer une plateforme digitale mettant en avant les atouts du								
													

Activités de priorité 1

#	Effet	#	Produit	#	Activité P1	Responsable	Contributeurs	Horizon	Filière
2	Un accès au financement plus fluide et facilité pour les créateurs et porteurs de projet ICC	2.1	Une batterie d'outils d'incitation à l'investissement privé dans les ICC est mise en place	2.1.8	Mettre en place une batterie d'incitations fiscales permettant d'encourager l'investissement dans la filière Jeux vidéo -Incitations financières -Facilités administratives	CNCI	TICDCE	2025	Jeux vidéo
		2.3	Les sources de financement public des ICC sont diversifiées	2.3.1	Mise en application dans la loi de finance 2022 la décision liée à l'élargissement de la liste des dispositifs (CDs, DVDs...etc.) auxquels s'applique la redevance sur la copie privée. La rémunération pour copie privée est collectée, sous la forme d'une redevance, auprès des fabricants ou importateurs d'appareils de stockage, et est dédiée pour rémunérer les créateurs et artistes (droits d'auteurs)	MF		2022	Musique
		2.4	Les droits d'auteur sont préservés et leur gestion collective est plus efficace	2.4.4	Imposer l'application de la loi relative à la propriété littéraire et artistique par l'ensemble des organes de l'Etat et mettre en place les mécanismes permettant de sanctionner ceux qui l'enfreignent / ne s'y conforment pas. Faire de l'application de cette loi une priorité au plus haut niveau de l'Etat	CDG	Ministère de l'intérieur Ministère de la justice Ministère du commerce Douanes MAC	2023	Transverse
				2.4.7	Signer des contrats de réciprocité avec les autres organismes gestion collective (OGC)	OTDAV		2023	Transverse
3	Une infrastructure physique et digitale mise à niveau permettant d'exploiter le potentiel des ICC	3.1	Les maisons de culture sont adaptées pour une programmation riche et régulière et permettent l'accès à la culture dans les régions	3.1.2	Conclure des contrats entre les maisons de culture et les artistes de la région afin de leur déléguer la programmation artistique de l'établissement. Au vu d'un contenu adapté, la fréquentation des maisons de culture par les jeunes pourrait être améliorée	MAC		2023	Transverse
		3.3	Les œuvres culturelles et créatives sont numérisées et des plateformes digitales sont créées	3.3.2	Encourager la création de plateformes de diffusions de contenu média (en linéaire ou délinéarisé). La multiplication des plateformes de diffusion aura pour impact de favoriser la demande pour les contenus médias	Présidence du Gouvernement - Secrétariat d'Etat aux Medias		2023	Médias audiovisuels
5	Une scène culturelle dynamique favorisant l'exposition aux produits culturels	5.1	Les partenariats et les rencontres entre les parties prenantes de l'écosystème sont encouragés	5.1.2	Repenser la politique sur l'édition en renforçant le principe de coédition entre le secteur public et le secteur privé	MAC- Cabinet du ministre	MAC- DG du livre	2023	Edition

Activités de priorité 2

#	Effet	#	Produit	#	Activité P2	Responsable	Contributeurs	Horizon	Filière
1	Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur	1.1	Les lois et décrets régissant les ICC sont modernisés et assouplis	1.1.2	Revoir la réglementation de change afin d'éliminer les freins liés au paiement international et la blockchain	Banque Centrale de Tunis	TICDCE	2023	Jeux vidéo
				1.1.6	Revoir le décret N°79-748 du 21 août 1979 relatif à la composition et aux règles de fonctionnement du conseil supérieur de l'édition	MAC	DG du livre Service juridique du MAC	2023	Edition
				1.1.8	Revoir le texte de loi sur la commission d'achat des œuvres d'art afin d'améliorer le processus d'acquisition des œuvres	MAC- Cabinet du ministre		2023	Arts visuels
		1.2	Les cahiers des charges des filières sont améliorées	1.2.2	Mettre à jour le cahier des charges relatif à la pratique de métier d'édition. Ce cahier de charge a pour but, entre autres, de spécifier les critères d'éligibilité d'un éditeur aux subventions de l'Etat	MAC	DG du livre Service juridique du MAC	2022	Edition
				1.2.3	Réviser le cahier des charges des espaces d'exposition publiques et privées dans le secteur des arts visuels	MAC- Cabinet du ministre		2022	Arts visuels
				1.2.4	Mettre en place un cahier de charge pour la création d'un musée privé permettant de spécifier les conditions de sa création	MAC	AMVPPC	2022	Patrimoine
		1.3	Les ICC sont identifiées par les institutions de l'Etat et pilotées par des organisations dédiées	1.3.2	Désigner une direction chargée des ICC (DGICC) au sein du MAC et lui donner les moyens financiers et les ressources humaines nécessaires. Le rôle de cette direction est de : -Formuler les orientations stratégiques en matière de développement des ICC -Mettre en œuvre la feuille de route ICC et piloter les projets s'y rapportant -Centraliser les données relatives aux ICC et construire régulièrement les indicateurs relatifs à ses filières -Communiquer sur les projets ICC et sur la data relative à ces industries (sous forme d'open data, études, rapports..) -Assurer un dialogue et une coopération public/privé	MAC- Cabinet du ministre		2023	Transverse
				1.3.3	Effectuer une étude pour repenser l'organigramme du MAC de manière à l'adapter à la nouvelle nomenclature des ICC	MAC- Cabinet du ministre	MAC - Affaires Juridiques	2023	Transverse
				1.3.4	Centraliser la gestion de la filière Cinéma et vidéo au sein du CNCI tout en assurant une tutelle/gouvernance harmonieuse et efficiente par le MAC	CNCI		2023	Cinéma et vidéo
				1.3.5	Assurer un pilotage stratégique/économique de la filière Médias audiovisuels : -Créer un organe exécutif au sein du MAC (département dédié pour le développement économique des médias); ou -Confier la gestion de la filière à la direction chargée des ICC	Présidence du Gouvernement		2025	Médias audiovisuels
		1.4	Le statut du créateur est défini et reconnu juridiquement	1.4.3	Ecrire le texte d'application du Statut de l'Artiste relatif au cinéma	CNCI - Conseil Stratégique	MAC - Affaires juridiques	2023	Cinéma et vidéo
				1.4.4	Intégrer un équivalent de la carte de presse pour les journalistes créateurs de contenus médias. Cette carte peut être octroyée par une commission sous le secrétariat d'Etat aux Médias	Présidence du Gouvernement - Secrétariat d'Etat aux Médias		2023	Médias audiovisuels
		1.5	La gestion publique des filières est revue de manière à les développer	1.5.10	Revoir à la hausse la grille tarifaire des grands festivals (tickets JCC, JTC...) afin de responsabiliser le public et améliorer la qualité du contenu	MAC	ENPFMCA CNCI	2023	Festivals et événements culturels
				1.5.11	Alléger les procédures administratives d'achat de matériels et équipements pour la restauration et la conservation (pinceaux, escabeau, ...)	MAC		2023	Patrimoine
				1.5.12	Prévoir les budgets nécessaires pour les activités de conservation et restauration. Les budgets sont souvent sous estimés	MAC		2023	Patrimoine

Activités de priorité 2

#	Effet	#	Produit	#	Activité P2	Responsable	Contributeurs	Horizon	Filière
1	Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur	1.5	La gestion publique des filières est revue de manière à les développer	1.5.15	Renforcer la composante marketing dans les festivals (ceci concerne festivals étatiques, privés financés par l'Etat et les festivals privés) permettant notamment d'accroître l'intérêt et la participation du public	ENPFMCA		2025	Festivals et événements culturels
				1.5.16	Mettre en place d'une politique publique commune entre l'INP, AMVPPC et la direction générale du patrimoine	MAC- DG du patrimoine		2025	Patrimoine
				1.5.17	Établir un état des lieux des statuts fonciers des monuments Identifiés pour les projets PPP (mener une enquête pour identifier les problèmes fonciers)	MAC - services juridiques		2025	Patrimoine
				1.5.18	Impliquer les EPNA et le secteur privé dans la gestion des grands festivals: -Commencer par déléguer les festivals aux EPNA des filières concernées : JTC - TNT , JMC - CMAM, JCOC - Théâtre de l'Opéra... à l'image du JCC - CNCI (voir rapport JCC édition 2020-2021 pour tirer leçons concernant l'autonomisation des festivals) -Organiser des festivals avec le secteur privé à travers des appels à projet en PPP : Proposer des critères et conditions de sélection bien définis et réfléchir sur la période de la concession de la gestion du festival (3 ans par exemple) Sur le moyen terme, l'ENPFMCA pourrait déléguer l'organisation des festivals aux EPNAs / secteur privé , et avoir plutôt des attributions de régulation, facilitation, contrôle, formation	MAC	ENPFMCA	2030	Festivals et événements culturels
				1.5.2	Lancer un audit auprès des administrations éditrices du MAC (AMVPPC, INP, Beit Al-Hikma, ...) afin d'évaluer leurs activités liées à l'édition des livres	MAC- Cabinet du ministre	MAC- DG du livre	2023	Edition
				1.5.3	Encourager la mobilité des expositions au niveau des régions (expositions itinérantes): -Rallonger les délais d'expositions -Prévoir les budgets adéquats -Instaurer une programmation adaptée sur le CMT Sur le long terme, une forte mobilité des expositions permettra d'accroître l'intérêt du public pour les arts visuels, notamment dans les régions	MAC - Direction des arts plastiques		2023	Arts visuels
				1.5.4	Clarifier les macro-processus de fonctionnement entre institutions du MAC	MAC - Direction de l'organisation, des méthodes et de l'informatique (DOMI)		2023	Transverse
				1.5.5	Conclure avec les directeurs des EPNA et des grands festivals des contrats sur objectif de 3 ans renouvelables 1 fois. Le directeur suivant est désigné suite à un appel à candidature, et fait une année de passation avec le directeur actuel. (s'inspirer des recommandations relative au recrutement des directeurs.rices issues de la mission Tfanen sur la gestion des festivals)	MAC		2023	Transverse
				1.5.6	Améliorer les critères de sélection et profiling dans le recrutement public	MAC		2023	Transverse
				1.5.7	Diffuser la pratique des cahiers des charges pour l'organisation des festivals et événements culturels publics à minima pour les manifestations les plus importantes	ENPFMCA		2023	Festivals et événements culturels
				1.5.8	Renforcer le Creative Digital Lab (CDL) par des moyens en fonction de ses besoins	CNCI		2023	Jeux vidéo

Activités de priorité 2

#	Effet	#	Produit	#	Activité P2	Responsable	Contributeurs	Horizon	Filière
1	Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur	1.5	La gestion publique des filières est revue de manière à les développer	1.5.9	Mettre en place une unité de suivi et d'évaluation des festivals et événements culturels publics au sein de l'ENPFMCA permettant de développer la connaissance sur le secteur et dont les rôles : -La collecte et centralisation des données relatifs aux festivals -La construction d'indicateurs fiables (mapping des festivals, nombre d'entrées...) sous forme de rapports publiés périodiquement -L'évaluation des festivals -La mise en place d'une stratégie de développement des grands festivals Cette cellule peut être mixte et composée d'anciens directeurs, d'acteurs privés... avec un mandat de 3 ans	ENPFMCA		2023	Festivals et événements culturels
2	Un accès au financement plus fluide et facilité pour les créateurs et porteurs de projet ICC	2.1	Une batterie d'outils d'incitation à l'investissement privé dans les ICC est mise en place	2.1.4	Intégrer la chaîne de valeur TV + Streaming dans le financement des contenus et du cinéma	Présidence du Gouvernement - Secrétariat d'Etat aux Medias		2023	Médias audiovisuels
				2.1.5	Encourager l'émergence d'incubateurs dédiés à la création de l'image numérique.	TICDCE	CNCI	2025	Jeux vidéo
				2.1.6	Mettre en place des mesures d'incitation pour encourager la création d'incubateurs/accélérateurs spécialisés dans les ICC.	MAC - Direction chargée des ICC		2025	Transverse
				2.1.9	Encourager l'émergence d'acteurs spécialisés dans la distribution et la diffusion des livres : -Donner des incitations fiscales / des prêts à taux réduits pour l'émergence d'acteurs privés -Accompagner les structures privées de distribution et de diffusion et mettre en place des cahiers de charge spécifiques à leurs activités	MAC	Ministère du commerce	2025	Edition
		2.2	Le système d'aides et subventions est restructuré afin d'améliorer l'efficacité, l'efficience et l'équité	2.2.1	Créer un fonds d'aide à la production des jeux vidéo (en partenariat avec le CNCI) et répartir les subventions par type de jeu (entertainment games, serious games, advertgames...) Ceci favorisera l'émergence d'acteur dans la filière et stimuler la consommation des jeux vidéos locaux	CNCI		2023	Jeux vidéo
				2.2.2	Mettre en œuvre des réformes rapides concernant l'acquisition des livres par l'État : -Opérationnaliser la commission de lecture qui se charge de la vérification du contenu du livre acquis par l'État et revoir les critères d'éligibilité des livres acquis par le MAC à travers : - La mise à jour d'un décret lié à la rémunération des commissions de lecture - La publication d'un arrêté spécifiant la composition de la commission de lecture et sa fréquence	MAC- DG du livre		2023	Edition
				2.2.3	Diversifier les natures des aides selon la chaîne de valeur (écriture, production, post prod....)	CNCI		2025	Cinéma et vidéo
				2.2.4	Développer une politique de commande publique d'œuvres d'art pour les espaces publics, compositions musicales, ... à travers : La publication des textes juridiques incitant les banques, les administrations publiques à l'acquisition des œuvres d'art plastique La mise en place d'avantages fiscaux aux sociétés privées qui ont acquis des œuvres d'art plastique	MAC		2025	Transverse
				2.2.5	Effectuer un audit indépendant sur la gestion actuelle des subventions : budgets, critères d'éligibilité, mécanismes d'attribution, efficacité... et ce pour toutes les filières disposant de mécanismes d'aides. Effectuer ensuite les restructurations nécessaires	MAC		2025	Transverse
		2.3	Les sources de financement public des ICC sont diversifiées	2.3.2	Améliorer la qualité des produits dérivés de l'AMVPPC de manière à augmenter ses revenus de vente : - Externaliser l'activité de production des produits dérivés - Recourir à des designers confirmés pour le choix et la conception des produits - Tenir compte des spécificités de chaque site et monument lors de la conception des produits dérivés - Améliorer l'emballage et le conditionnement des produits - Communiquer sur l'histoire du produit	AMVPPC		2025	Patrimoine
						Caisse des Dépôts et Consignations (CDC)	TICDCE	2023	Transverse
Projet de développement des Industries Culturelles et Créatives						Fonds d'investissement de développement CDC			

Activités de priorité 2

#	Effet	#	Produit	#	Activité P2	Responsable	Contributeurs	Horizon	Filière
2	Un accès au financement plus fluide et facilité pour les créateurs et porteurs de projet ICC	2.4	Les droits d'auteur sont préservés et leur gestion collective est plus efficace	2.4.1	Mettre en place des cycles de formation en propriété littéraire & artistique / gestion collective des droits d'auteur pour les équipes de l'OTDAV. Ces cycles peuvent être animés par des experts internationaux. (veiller ensuite à pérenniser les compétences au sein de l'OTDAV)	MAC	OTDAV	2022	Transverse
				2.4.10	Améliorer le fonctionnement de l'OTDAV : •Effectuer un diagnostic pour évaluer la performance de l'OTDAV et identifier les pistes d'amélioration •Moderniser les outils de travail •Clarifier les tarifs et les rendre compréhensibles et transparents auprès des créateurs et artistes (Exemple : les rendre disponibles sur le site de l'OTDAV) •Assurer une représentativité de l'ensemble des filières dans les comités de l'OTDAV (arts visuels, design...)	OTDAV		2025	Transverse
				2.4.2	Instaurer le système des droits de suite au niveau de l'OTDAV	OTDAV		2022	Arts visuels
				2.4.3	Ajouter la filière Jeux vidéo dans la loi de la propriété intellectuelle (après une étude)	CNCI	TICDCE	2023	Jeux vidéo
				2.4.5	Lancer dans l'immédiat (2022) une grande campagne de sensibilisation à la propriété artistique & littéraire et aux droits d'auteur. Cibler en premier lieu les institutions de l'Etat, les concernés (créateurs, médias, restaurants, hôtels, organisateurs d'évènements..) et le grand public. Cette campagne doit être d'une bonne qualité et peut prendre la forme d'une campagne choc (à l'image de celle sur la sécurité routière). Elle peut être sous-traitée à une boîte de production/communication (ou autre) et peut faire l'objet d'une levée de fonds. A partir de 2023, la sensibilisation peut prendre forme de campagnes périodiques diffusées plusieurs fois dans l'année et sur le maximum de supports (médias, réseaux sociaux..) avec un budget dédié annuellement.	CDG	MAC OTDAV	2023	Transverse
				2.4.6	Etoffer les équipes de l'OTDAV par des profils connaisseurs en propriété littéraire & artistique et droits d'auteur	OTDAV		2023	Transverse
3	Une infrastructure physique et digitale mise à niveau permettant d'exploiter le potentiel des ICC	3.1	Les maisons de culture sont adaptées pour une programmation riche et régulière et permettent l'accès à la culture dans les régions	3.1.1	Dans les régions défavorisées, intégrer les maisons de culture équipées de DCP (Digital Cinema Package) dans le cycle d'exploitation des films en leur permettant de diffuser des films le soir, à des prix moins chers. Le MAC doit procéder par : •Une négociation avec les distributeurs pour acheminer les films vers les maisons de culture des régions •Une négociation avec le syndicat des agents de maisons de culture pour l'ouverture le soir •Une imposition de l'intégration du système de billetterie centralisée au niveau des maisons de culture	CNCI	MAC - direction générale de l'action culturelle Syndicat des exploitants / distributeurs	2023	Cinéma et vidéo
				3.1.3	Mettre en place des formations spécifiques en management culturel pour les équipes gérant les maisons de culture sur la gestion de salles de spectacles/expositions selon les normes internationales, l'organisation d'évènements culturels et la levée de fonds Cibler également par ces formations les équipes futures des maisons de culture, à savoir les étudiants de l'Institut Supérieur de l'Animation pour la Jeunesse et la Culture (Bir el Bey) Ces cycles peuvent se faire à travers un budget dédié ou des partenariats/conventions avec des bailleurs de fonds ou ONG (UNESCO..)	MAC		2025	Transverse
				3.1.4	Mettre en place un statut juridique relatif aux maisons de culture de manière à leur donner une autonomie financière qui leur permet d'élaborer une programmation culturelle riche. (peut être EPA)	MAC		2030	Transverse

Activités de priorité 2

#	Effet	#	Produit	#	Activité P2	Responsable	Contributeurs	Horizon	Filière
3	Une infrastructure physique et digitale mise à niveau permettant d'exploiter le potentiel des ICC	3.2	Les lieux culturels sont réaménagés en vue de les exploiter à leur plein potentiel et sont mis à disposition des créateurs et du grand public	3.2.1	Réouvrir et exploiter les ~15 salles de cinéma fermées à disposition des municipalités : Procéder par un inventaire des salles fermées ensuite concéder la gestion de ces salles en PPP et allouer une aide aux porteurs de projet (lors du démarrage des travaux de réaménagement). La réouverture des salles de cinéma dans plusieurs régions pourrait stimuler la demande pour les films	CNCI	Instance générale du PPP Ministère de l'équipement	2025	Cinéma et vidéo
				3.2.2	Dresser un inventaire des lieux et locaux facilement aménageables (maisons de culture, centre d'arts dramatique, bibliothèque... et autres) pour mise à disposition d'artistes à titre de résidences artistiques, d'atelier, de local de répétition, lieux de foires pour les éditeurs... Dédier un budget pour réaménager ces lieux	MAC - Direction génération de l'action culturelle	DRACS	2025	Transverse
				3.2.3	Identifier des lieux délaissés/abandonnés à réaménager pour mise à disposition d'artistes à titre de résidences artistiques, d'atelier, de local de répétition, lieux de foires pour les éditeurs... (Exemples : lieux industriels délaissés, ancien casino de Hammam Lif) Mettre à disposition ces locaux en concession PPP, ou les céder à bas prix à travers des cahiers de charges adaptés; Commencer par un projet pilote	MAC - Direction de l'équipement	INP DRACS	2030	Transverse
		3.3	Les œuvres culturelles et créatives sont numérisées et des plateformes digitales sont créées	3.3.1	Lancer la numérisation de l'archive cinématographique Tunisien : •Annuler la concession avec l'opérateur privé qui n'a pas respecté ses obligations contractuelles par rapport au projet de numérisation. •Mettre en place un processus clair entre le CNCI, le MAC et la bibliothèque nationale pour concrétiser le projet relatif à la création d'un laboratoire de numérisation des archives cinématographiques (permettant de numériser les bobines 35 mm et 16 mm qui se trouvent dans la bibliothèque nationale, direction générale de l'audiovisuel et les réserves de Gammarth)	MAC- Cabinet du ministre	Bibliothèque Nationale de Tunisie Archives Nationales Direction du cinéma	2023	Cinéma et vidéo
				3.3.3	Développer des plateformes digitales de numérisation et valorisation du patrimoine, à l'instar des expérimentations lancées par Tfanen sur le patrimoine musical (projet porté par le CMAM) ainsi que le patrimoine des arts visuels (projet porté par la Direction Générale des Arts Plastiques)	MAC	AMVPPC INP	2023	Patrimoine
				3.3.4	Créer un répertoire numérique des artistes plasticiens tunisiens et le rendre accessible au grand public	MAC - Direction des arts plastiques		2023	Arts visuels
4	Des métiers de la culture adaptés aux exigences actuelles et futures du marché de travail	4.1	Les cursus de formations de bases et des formations diplômantes sont améliorées en vue d'adapter les compétences techniques acquises avec les exigences du marché et ce pour certains débouchés	4.1.1	Professionnaliser les formations existantes pour les conservateurs et restaurateurs	MESRS		2025	Patrimoine
				4.2.1	Mettre en place des formations management des festivals et conclure des partenariats avec des festivals internationaux pour renforcer les compétences locales	ENPFMCA		2023	Festivals et événements culturels
		4.2	Les compétences entrepreneuriales des créateurs sont appuyées par des formations	4.2.2	Mettre en place une formation académique en management culturel sous forme de master dans les universités publiques (partenariat MAC-MESRS) permettant d'acquérir des compétences en matière de : •Gestion des espaces culturels (privés ou publics tel que maison de culture) •Organisation d'événements culturels dans les normes (planification, programmation et gestion d'évènements et de festivals) •Mise en place des projets culturels avec toute la partie élaboration de budget et levée de fonds..	MESRS	MAC	2025	Transverse
					Mettre en place des stages (obligatoires) dans les espaces / structures privées				

Activités de priorité 2

#	Effet	#	Produit	#	Activité P2	Responsable	Contributeurs	Horizon	Filière
4	Des métiers de la culture adaptés aux exigences actuelles et futures du marché de travail	4.2	Les compétences entrepreneuriales des créateurs sont appuyées par des formations	4.2.3	Mettre en place des cycles de formations professionnelles périodiques pour renforcer les compétences managériales et entrepreneuriales des créateurs et porteurs de projets (au niveau du CNCI, CMAM, direction du livre, centres d'art dramatique...) en collaboration avec les professionnels du secteur permettant aux porteurs de projet/créateurs d'acquérir des compétences liées à l'élaboration de budget et de business plan, la levée de fonds, la constitution de dossier de financement conformément aux exigences des pourvoyeurs de fonds (Etat, bailleurs de fonds, fondations...), la négociation avec les banques... (s'inspirer du cycle pilote euro-tunisien de formation pour les professionnels culturels tunisiens)	MAC	EPNA Ministère de la formation professionnelle	2025	Transverse
		4.3	Des métiers de la culture sont créés et professionnalisés à travers des cursus de formation adaptés	4.3.1	Créer une formation continue pour les professionnels spécialisés dans le métier d'éditeur en collaboration avec les maisons d'édition, le CAPGC et le MAC	MAC- DG du livre		2023	Edition
				4.3.2	Développer certains métiers du cinéma via la double tutelle •Renforcer les métiers du VFX •Créer un cursus de master spécialisé dans la critique cinématographique en commun entre l'IPSI et les facultés des sciences humaines •Créer un cursus de master spécialisé en rapport avec l'archivage, la restauration et la numérisation du patrimoine audiovisuel en collaboration avec l'ISD (Institut supérieur de documentation)	CNCI	MESRS	2025	Cinéma et vidéo
				4.3.3	Développer des métiers de jeux vidéo (dont les scénarios) adaptés aux besoins du marché à travers la création de cycles de formation liés à des métiers qui sont inexistantes en Tunisie (exemple : Level designer) (s'inspirer des initiatives privées. Exemple Morbiket qui a développé des ateliers de formation pour la filière jeux vidéo ainsi que le Cycle pilote de formation euro-tunisien qui inclut des thématiques liées à des technologies numériques de création)	MESRS	CNCI	2025	Jeux vidéo
				4.3.4	Reconnaître et professionnaliser les métiers de manager et de tourneur à travers des cursus de formation adaptés. Ceci peut se faire dans le cadre d'un master professionnel en partenariat entre MAC et le MESRS dans des universités tel que l'ISMT, ISAJC...	MESRS	MAC	2025	Musique
				4.3.5	Professionnaliser le rôle de médiateur culturel à travers des cursus de formation (s'inspirer du cycle pilote euro-tunisien de formation pour les professionnels culturels tunisiens). Le médiateur culturel permet de rendre accessible la culture et la créativité notamment dans les institutions culturelles, publiques et privées (programmation, promotion, animation, ...)	MESRS		2025	Patrimoine
				4.3.6	Créer un cursus de formation continue en histoire d'art avec spécialisation en critique d'art, commissariat d'exposition, muséographie et expertise d'œuvre (pour l'authentification des œuvres)	MESRS		2025	Arts visuels
5	Une scène culturelle dynamique favorisant l'exposition aux produits culturels	5.1	Les partenariats et les rencontres entre les parties prenantes de l'écosystème sont encouragés	5.1.1	Mettre en place une stratégie sur la présence nationale de la Tunisie et sa diplomatie culturelle sur les secteurs de l'image	CNCI		2023	Cinéma et vidéo
				5.1.3	Développer au niveau des universités des partenariats Universités-Entreprises sous forme de stages, alternance, visites d'entreprise, ...permettant de mieux préparer les étudiants à la vie professionnelle et faciliter le recrutement.	MAC- Cabinet du ministre		2025	Transverse
				5.1.4	Identifier et référencer au sein du MAC un réseau d'acteurs dans chaque filière (capitaliser sur les BDD déjà élaborées, celle de Tfanen par exemple) auprès duquel les opportunités issues de la coopération internationale sont diffusées (résidence, stages, bourses, coproduction...) - Cette diffusion peut se faire à travers une plateforme ou les acteurs de l'écosystème ainsi que les EPNA sont inscrits - Consacrer les moyens financiers et humaines pour réaliser ce projet	MAC – Direction coopération international		2025	Transverse
				5.1.5	Organiser dans les festivals des événements de réseautage permettant de connecter les artistes et les nouveaux talents aux professionnels de la culture dans le monde afin de favoriser les partenariats et les opportunités de collaboration (ces événements peuvent inclure des conférences, speed meetings, showcases, pitching, formations, atelier...etc.) Exemple d'évènements dans le monde : Visa 4 music / Beirut & Beyond	ENPFMCA		2025	Festivals et événements culturels
		5.2	L'exposition du public, et particulièrement les jeunes, aux produits culturels est renforcée	5.2.1	Opérationnaliser les conventions avec le Ministère de l'Éducation pour mettre en place des programmes d'incitation à la lecture au sein des établissements scolaires	MAC- DG du livre	Direction de lecture publique	2022	Edition

Activités de priorité 2

#	Effet	#	Produit	#	Activité P2	Responsable	Contributeurs	Horizon	Filière
5	Une scène culturelle dynamique favorisant l'exposition aux produits culturels	5.2	L'exposition du public, et particulièrement les jeunes, aux produits culturels est renforcée	5.2.2	Renforcer et développer les ateliers artistiques publics dans les maisons de culture : - Initier les jeunes aux différents métiers de la culture - Renforcer ces ateliers par une meilleure qualité et un choix plus large (de disciplines, d'instruments..) - Mettre en place des partenariats avec des écoles primaires	MAC - Direction générale de l'action culturelle	Ministère de la Jeunesse et des Sports (maisons de jeunes)	2023	Musique
				5.2.4	Encourager l'accès et la création des jeux vidéos et de l'image numérique dans les écoles, lycées....	Ministère de l'éducation	CNCI	2025	Jeux vidéo
				5.2.5	Généraliser les clubs de lecture au sein des établissements scolaires et de premier âge. S'inspirer du modèle français des nuits de la lecture, expérimentées par le Jumelage, dans le cadre du Programme PACT avec l'Union européenne	MAC- DG du livre		2025	Edition
				5.2.6	Mettre en place les chèques culture permettant d'orienter la consommation des jeunes (15- 25 ans) vers la culture. (Se référer à l'étude Tfanen pour la mise en place d'un chèque Culture en Tunisie)	MAC		2025	Transverse

Activités de priorité 3

#	Effet	#	Produit	#	Activité P3	Responsable	Contributeurs	Horizon	Filière
1	Un cadre institutionnel modernisé et favorisant le développement du secteur	1.1	Les lois et décrets régissant les ICC sont modernisés et assouplis	1.1.9	Promulguer la loi de l'audiovisuel	CDG	HAICA Syndicats Associations du secteur	2025	Médias audiovisuels
		1.3	Les ICC sont identifiées par les institutions de l'Etat et pilotées par des organisations dédiées	1.3.6	Transférer les sujets relatifs au Théâtre au Théâtre National (à l'image du CNCI pour le secteur Cinéma). Lui donner les prérogatives pour réguler et faciliter le secteur tout en assurant une tutelle/gouvernance harmonieuse et efficiente du TNT par le MAC	MAC		2030	Arts de la scène
2	Un accès au financement plus fluide et facilité pour les créateurs et porteurs de projet ICC	2.3	Les sources de financement public des ICC sont diversifiées	2.3.4	Recourir au système d'avance sur recettes pour la production cinématographique : -Aide financière attribuée pour une production cinématographique, et remboursée à postériori à partir des bénéfices générés par le film. Cette action nécessite la mise en place de la billetterie centralisée au niveau de toutes les salles. Cette aide permet de donner une marge de manœuvre pour augmenter le seuil d'aide à la production de 35% du coût du projet à 50% (Long-métrage) et dynamiser donc la création	CNCI		2030	Cinéma et vidéo
				2.3.5	Créer une agence de régulation de la publicité qui gère la distribution de la publicité	Présidence du Gouvernement - Secrétariat d'Etat aux Medias		2030	Médias audiovisuels
		2.4	Les droits d'auteur sont préservés et leur gestion collective est plus efficace	2.4.8	Mettre en place des succursales de l'OTDAV au niveau des régions	Ministère des Finances (MF)	MAC	2025	Transverse
				2.4.9	Intégrer au niveau des cursus de formation secondaires et universitaires une matière sur la propriété littéraire & artistique. Ceci peut se faire dans le cadre des conventions du MAC avec le MESRS et le Ministère de l'éducation	MAC	MESRS Ministère de l'éducation	2025	Transverse
3	Une infrastructure physique et digitale mise à niveau permettant d'exploiter le potentiel des ICC	3.3	Les œuvres culturelles et créatives sont numérisées et des plateformes digitales sont créées	3.3.5	Développer l'archivage et la numérisation des œuvres scéniques : •Mettre en place des conventions avec des TV qui filment les œuvres scéniques (théâtre, danse..) et se procurent le droit de les diffuser un certain nombre de fois •Mettre en place un fonds d'archive au niveau du MAC qui filme et édite les meilleures œuvres sur l'année (selon des critères définis) afin de les conserver en tant que patrimoine scénique (dédier un budget)	MAC- Théâtre National de Tunis	TV Nationle EPNA (CMAM, ..)	2025	Arts de la scène
		3.4	La transformation digitale de l'administration culturelle est initiée	3.4.1	Initier la transformation digitale du MAC et de ses établissements Mise en place d'un réseau informatique (mail, intranet...) qui interconnecte et lie le MAC à ses différents établissements (EPNAs, EPAs, CRACs, maisons de culture, bibliothèques,...). Ceci permettra un échange fluide et rapide permettant d'adresser les besoins de ces établissements dans des délais plus courts, et d'assurer de meilleurs services au grand public S'inspirer des initiatives Tfanen de numérisation de la gestion des subventions et du réseau des bibliothèques publiques	MAC - DSI		2030	Transverse
				3.4.2	La mise en place d'une plateforme assurant la collecte, la production et la diffusion des données statistiques liées aux ICC	MAC - DSI	MAC - Direction chargée des ICC	2030	Transverse

Activités de priorité 3

#	Effet	#	Produit	#	Activité P3	Responsable	Contributeurs	Horizon	Filière
4	Des métiers de la culture adaptés aux exigences actuelles et futures du marché de travail	4.1	Les cursus de formations de bases et des formations diplômantes sont améliorées en vue d'adapter les compétences techniques acquises avec les exigences du marché et ce pour certains débouchés	4.1.2	Assurer une spécialisation dans toutes les disciplines dans les métiers de la culture manquants dans le cadre d'une réforme de l'enseignement supérieur. Ceci peut se faire dans le cadre d'un master professionnel en partenariat entre MAC et le MESRS dans des universités tel que l'ISAD, ISMT, ISAJC...	MESRS	MAC	2030	Transverse
				4.1.3	Renforcer les compétences techniques des métiers de la musique suivants à travers des cursus de formation adaptés ainsi que des formations professionnelles : producteur, vidéaste, régisseur de lumière, technicien de son, ... Ceci peut se faire dans le cadre d'un master professionnel en partenariat entre MAC et le MESRS dans des universités tel que l'ISAD, ISMT, ISAJC...)	MESRS	MAC	2030	Musique
				4.1.4	Renforcer les compétences techniques des métiers des arts scéniques suivants à travers des cursus de formation adaptés ainsi que des formations professionnelles : techniciens, ingénieurs son, régisseur lumière, ... Ceci peut se faire dans le cadre d'un master professionnel en partenariat entre MAC (TNT) et le MESRS dans l'ISAD	MAC- Théâtre National de Tunis	ISAD	2030	Arts de la scène
5	Une scène culturelle dynamique favorisant l'exposition aux produits culturels	5.2	L'exposition du public, et particulièrement les jeunes, aux produits culturels est renforcée	5.2.3	Multiplier les excursions vers les musées et les sites archéologiques, les sorties au cinéma ou en concert, le visionnage de documentaires permettant de développer les habitudes culturelles chez les jeunes et les enfants. Ceci peut se faire rapidement à travers un partenariat entre les ministères de la culture, de l'enseignement et du transport	Ministère de l'éducation	MAC Ministère du transport	2023	Transverse

Sommaire



Artiste : Elseed
Crédit Photo : Ammounasworld

Rappel de la démarche et du planning

Les ICC : un vecteur de développement et de relance

Feuille de route pour le développement des ICC

Limites de la feuille de route



- 1** En plus des activités transverses, les activités de développement constituant la feuille de route touchent principalement **9 filières ICC parmi 11** (les filières Design et Architecture étant les moins impactées)
- 2** Les activités de développement des différentes filières n'ont pas été revues et ajustées par un **même nombre d'acteurs/experts**
- 3** Les activités de développement ont été revues et ajustées dans le cadre d'un **périmètre restreint** d'acteurs (experts sectoriels et une dizaine d'acteurs publics qui ont été déjà impliqués dans le projet)
- 4** Les activités de développement de la feuille de route ne touchent pas à la filière Artisanat qui n'a pas été incluse dans le cadre conceptuel des ICC

