



Guide de la
COPRODUCTION
France - Colombie

Réalisé par les étudiant-e-s du Master 2
Métiers de la production cinéma & audiovisuel
2022-2023

Conception graphique : Alexandra BRETEAU, Andry RANARISON, Inès KHALDI
Crédit illustration 1ère de couverture : Alexandra BRETEAU, Andry RANARISON
Imprimerie Université Paul-Valéry Montpellier 3
Impression française. Imprim'vert - Origine du papier France
Couverture : SRA3 240gr blanc Ensocoat
Intérieur : SRA3 90gr blanc
Certification :






Le présent dossier se veut comme un outil permettant d'appréhender le paysage cinématographique et audiovisuel colombien. Destiné aux professionnel·les français·es et étranger·eres du secteur, il dégage les principaux enjeux de la production du pays. La **coproduction franco-colombienne** est au cœur de la réflexion de ce dossier qui devra permettre de faciliter les échanges entre les deux pays.

Différentes thématiques sont abordées : le contexte historique et cinématographique, les systèmes de financements, le fonctionnement de la télévision, la diffusion et l'exploitation, la coproduction franco-colombienne et le tournage en Colombie.

Ce dossier a été réalisé **en 2023** par les étudiant·es en dernière année du master MPCA (Métiers de la production cinéma et audiovisuelle) dans le cadre du festival Cinélatino, pour lequel iels organisent une table ronde réunissant six professionnel·les français·es et colombien·nes pour parler des enjeux actuels de la coproduction France-Colombie.



Sommaire

PAYSAGE AUDIOVISUEL ET CINÉMATOGRAPHIQUE DE LA COLOMBIE

Contexte géographique et politique	8
Histoire du cinéma et de la télévision	10
Panorama du cinéma et de l'audiovisuel	11
Documentaire.....	11
Fiction	12
Animation	12
Séries TV / Telenovelas	13
Nouveaux médias	14
État actuel de l'industrie	15
Historique.....	15
Professionnelles du secteur.....	16
Formations	17

FINANCEMENTS DE LA PRODUCTION

Structuration des organismes cinématographiques et audiovisuels

colombiens	21
Financements publics pour le cinéma	24
DACMI : Bourses d'aide	30
Défiscalisation à 165%	31
Autres financements publics.....	31
Les chaînes de télévision et les plateformes	32
Fonds internationaux	33
Reconnaissance des œuvres colombiennes.....	34

DIFFUSEURS

Classification des programmes audiovisuels.....	38
Les chaînes de télévision	38
La télévision publique.....	39
Panorama des chaînes de télévision publiques en Colombie	39
Présence de la télévision publique dans le paysage cinématographique et audiovisuel colombien.....	40
La télévision privée.....	41
Panorama des chaînes de télévision privées en Colombie	41
Télévision privée gratuite	41
Financement des chaînes privées	43
Les plateformes	44
Les plateformes publiques.....	44
Les plateformes privées	46

DISTRIBUTION ET EXPLOITATION

Parc de cinémas et disparités territoriales	50
Monopole de l'exploitation	50
Fréquentation en salles.....	52
Part de marché colombien	53
Habitudes spectatoriennes et manque d'éducation à l'image : le cas des films art et essai.....	54
Manque de structuration de la filière de la distribution indépendante.....	54
Distribution à l'international	55
Les circuits d'exploitation colombiens : quelle place au sein du reste de l'Amérique latine ?	56
Festivals et diffusion alternative	57
Le premier festival de Colombie : le FICCI	57
Les festivals, lieux de rencontres et d'intégration professionnelle	57
La numérisation des festivals	58
Festivals locaux et communautaires	59
Les circuits de diffusion alternative	59

COPRODUIRE AVEC LA COLOMBIE

Coproduction France-Colombie	62
Accord de coproduction France-Colombie (depuis 2013)	65
Enjeux de cet accord	67
Les marchés de la coproduction.....	68
Pourquoi coproduire avec la Colombie ?	69

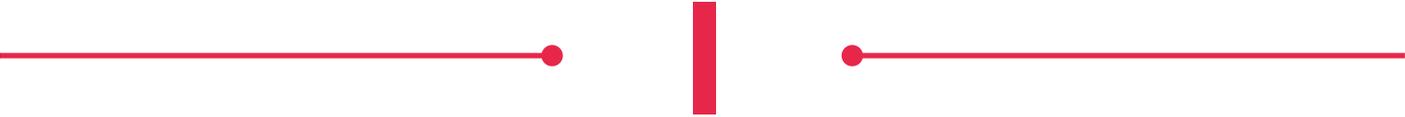
TOURNER EN COLOMBIE

Tourner en Colombie	72
Perspectives futures pour le cinéma et l'audiovisuel	73

Bibliographie.....	74
Présentation du Master.....	76
Remerciements	76
Promotion 2022-2023 / Rédacteur.ices de ce guide.....	77



Photo de Flavia Carpio



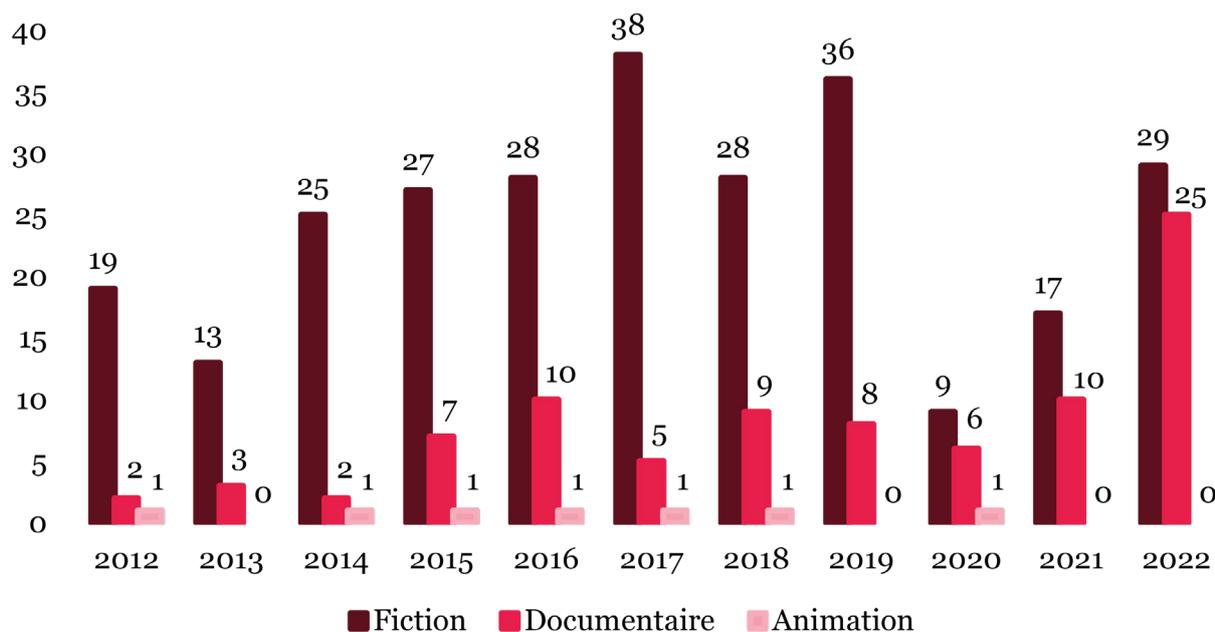
**PAYSAGE
AUDIOVISUEL &
CINÉMATOGRAPHIQUE
DE LA COLOMBIE**

La Colombie figure parmi les pays d'Amérique latine dont l'industrie cinématographique et audiovisuelle s'est le plus développée, malgré la concurrence et la domination de ses puissants voisins, l'Argentine, le Brésil et le Mexique. Avec une production documentaire bien ancrée, un cinéma d'auteur-e qui séduit à l'international et l'arrivée des nouvelles plateformes intéressées par les mécanismes de crédit d'impôt et par les lieux de tournage, la Colombie arrive aujourd'hui à s'imposer en **4^e place de la production latinoaméricaine** avec un paysage culturel et un marché prometteur. Le pays compte actuellement **1 261 salles de cinéma** dans 94 municipalités. La plupart sont des multiplexes, bien équipés et numérisés. Elles sont réparties dans tout le pays, mais on les trouve surtout dans les grandes villes. Le premier parc des salles, Cine Colombia, apparaît en 1927 à Bogotá. En 1971 a lieu l'inauguration du premier multiplexe à Cali. Le nombre d'entrées à Bogotá représente à elle seule la moitié des entrées en Colombie, et en moyenne, **les Colombiens vont au cinéma une fois par mois**.

Le marché est essentiellement dominé par les films américains, mais les productions colombiennes, puis anglaises et françaises se font également une place. **2022 est l'année où l'on compte le plus de films colombiens en salles.** Au total, 57 films colombiens sont sortis entre janvier et novembre 2022, établissant le record historique du pays : 25 documentaires, 6 comédies, 20 drames, 2 films fantastiques, un film d'horreur et 3 films d'animation. En effet, **le nombre de films produits a considérablement augmenté ces 25 dernières années**, bénéficiant d'une **politique cinématographique particulièrement favorable depuis 1997**. Avant cette date, on comptait 2 à 3 films colombiens produits par an pour passer à 10 en 2010, 28 en 2014 et 54 en 2022.

Suite à la pandémie de Covid-19, les salles ont perdu 40% de leur fréquentation par rapport à 2019. Aujourd'hui, le public revient progressivement au cinéma, majoritairement pour des films grand public.

Long-métrages colombiens sortis en salle par année en Colombie



Contexte géographique et politique

Au Nord de l'Amérique du Sud, la Colombie partage ses frontières avec **cinq pays voisins** : le Venezuela, le Brésil, le Pérou, l'Équateur et le Panama. Coupé par la cordillère des Andes, **le territoire colombien est fractionné** et donc difficile à contrôler entre **sierras densément peuplées et régions en marge délaissées par l'État**. À ces coupures géographiques viennent se superposer les ruptures d'une histoire mouvementée. Majoritairement catholiques, les 50 millions de colombien-nes forment **un peuple métissé**. Ils descendent des conquérants espagnols, des esclaves africains, et des peuples indigènes. Au XX^e siècle, la Colombie, dans l'ère d'influence américaine, est une **société fracturée** entre classes populaires et élites conservatrices. En 1948, l'assassinat de Jorge Eliecer

Gaitan, populaire et charismatique leader de gauche, déclenche la Violencia, une **guerre civile** qui dure une décennie et s'intensifie à partir des années 1990, avec les cartels de drogues. D'un côté, les FARC (forces armées révolutionnaires de Colombie) alliées de l'ELN (l'Armée de libération nationale) luttent pour établir un régime communiste basé sur la redistribution des terres aux petits paysans tandis que les Autodéfenses unies de Colombie, le principal groupe paramilitaire du pays, protège les intérêts des grands propriétaires terriens. Entre 2002 et 2010, le président de droite Alvaro Uribe renforce les moyens de l'armée contre les FARC, mais son successeur, Juan Manuel Santos, va rompre avec cette ligne politique et signer un accord de paix historique avec les FARC en 2016, qui se met lentement en place.



Les FARC (jaune), l'ENL (rouge), et les Autodéfences unies (vert) répartis sur le territoire colombien

La Colombie reste **aujourd'hui l'un des pays les plus inégalitaires au monde en termes de revenus** et plusieurs départements sont en situation de grande pauvreté malgré les richesses énergétiques et minières, en grande partie exportées, et une **biodiversité unique au monde**, qui favorise l'écotourisme. Les narco-trafiquants contrôlent entièrement le trafic de cocaïne et les peuples autochtones se battent au péril de leur vie pour leurs terres et leurs forêts ancestrales. Au printemps 2021, le pays s'est de nouveau mis en mouvement pour protester contre le gouvernement et sa réforme fiscale, réclamant une politique plus sociale. Après 6 décennies de guerre civile et malgré l'accord avec les FARC, le peuple colombien est loin d'avoir trouvé la paix. Selon Víctor Guerrero Apráez, professeur en sciences politiques et relations internationales, la Colombie a toujours eu des difficultés à nommer ses conflits : guerre interne ou civile, conflit armé, affectant forcément la représentation cinématographique qui est faite du pays.

Bien qu'à partir des années 1960, le cinéma colombien s'essaie à des formes de représentation de la guerre, il y a encore un tabou qui mène certains films à être réalisés dans les pays voisins, comme ceux de Fernando Vallejo, qui sont tournés au Mexique. Cependant dans les années 1980, nous passons à une hyper visibilité du phénomène de trafic de drogue et à une héroïsation des criminel·les, et ces thèmes se répandent dans des séries populaires à succès. Le manque de représentation des guérillas, à l'inverse, crée un grand vide imaginaire qui conduit à une mystification des événements politiques au sein même du pays.

Histoire du cinéma et de la télévision

Le cinéma arrive en Colombie en 1897 avec l'invention du Vitascope de Thomas Edison. La même année, au théâtre municipal de Bogotá, Ernesto Vieco présente pour la première fois aux habitant·es de la ville une série d'images en mouvement. Après l'apparition du cinématographe en Colombie, le pays est confronté entre **1899 et 1902 à une guerre civile qui suspend la production cinématographique**. À partir de 1905, le Président de la République engage un cadreur français pour capter les différents événements et garder une trace de cette période. Par ailleurs, le public commence à s'habituer au cinéma grâce à l'inauguration de plusieurs salles qui permettent la diffusion de films provenant d'autres pays, notamment l'Amérique du Nord. Quelques années plus tard, les frères italiens Francesco et Vincenzo Di Domenico, importateurs de films français et italiens en Colombie, créent la salle de cinéma à succès le Salon Olympia à Bogotá et également, en 1913, la SICLA (société industrielle cinématographique latino-américaine). Ils ont tenté de faire un cinéma national tout en profitant des événements politiques du pays et de l'assassinat du général Rafael Uribe le 15 octobre 1914, pour sortir le premier documentaire de l'histoire du cinéma colombien en 1915, *El drama del 15 de octubre*. Sept ans plus tard, les espagnols Alfredo del Diestro et Máximo Calvo Olmedo réalisent, en 1922, **le premier long-métrage de fiction colombien, María**. Le 18 juillet 1924, **le premier long-métrage entièrement colombien, La tragedia del silencio** sort à Bogotá. Le film a été produit par la première société de production colombienne, Acevedo e Hijos, créée par Arturo Acevedo Vallarino, producteur de nombreuses images documentaires qui constituent un important fonds d'archives de l'histoire du pays. L'animation arrive un peu plus tard par rapport aux autres genres, même si le long-métrage *Garras de Oro* sorti en 1926 inclut une séquence animée de quelques secondes. **En 1927, l'arrivée du sonore produit une crise majeure du cinéma qui durera plus de dix ans.**

Les premiers films colombiens abordent principalement des thèmes comme la nature, la tradition, le folklore et le nationalisme, et sont souvent des adaptations littéraires. Par la suite, **la télévision fait son apparition le 13 juin 1954**, avec la création de la *Televisora Nacional de Colombia*, première station télévisée rattachée à la Radiodiffusion Nationale colombienne. Elle est inaugurée à Bogotá sous le contrôle du gouvernement, qui voyait dans ce média un **moyen d'éducation des masses**. La télévision colombienne connaît son **âge d'or dans les années 80** avec le début de la couleur et la chute du niveau de la production cinématographique. Il s'agit notamment d'un outil de communication qui permet de transmettre une certaine image du pays, en finançant les œuvres qui encouragent la connaissance du patrimoine national, comme la série documentaire *Yuruparí* (1983-1987) réalisée par Gloria Triana. En outre, plusieurs scénaristes et réalisateur·ices de télévision cherchent à mettre en scène le quotidien de la société et à rapprocher les spectateur·ices de l'histoire du pays. Avec **la création de la Commission Nationale de la Télévision**, les services proposés par satellite ou par abonnement ont pu être réglementés et ont permis l'apparition de chaînes privées nationales, ainsi que la naissance de plusieurs opérateurs. Le marché de la télévision occupe alors une place centrale dans l'industrie audiovisuelle et permet également aux producteur·ices de mobiliser les studios d'excellente qualité dont dispose le secteur de la télévision colombienne.



Panorama du cinéma et de l'audiovisuel

Documentaire

Dès les débuts du cinéma colombien, le **documentaire est le genre qui se développe le plus en Colombie**, puisqu'il permet de se rapprocher de la réalité du pays telle qu'elle est. Les thèmes abordés par les réalisateur·ices de l'époque s'articulent principalement autour des **événements officiels, sportifs et sociaux**. Au début du XXe siècle sort le premier documentaire cinématographique de Colombie : *El drama del 15 octubre*. Réalisé par les frères Di Domenico en 1915, il fait scandale car il relate l'assassinat du général Rafael Uribe et met en scène ses meurtriers et le corps du défunt militaire. De manière plus générale entre 1915 et 1933, **les peurs politiques s'expriment à l'écran et le style mélodramatique domine**.

Dans les années 70, un nouveau type de documentaire qui copie superficiellement les réalisations et les méthodes des cinémas indépendants apparaît en Colombie. À cette époque, certaines productions cinématographiques décident de se tourner vers la pauvreté et la misère humaine pour gagner de l'argent et avoir une reconnaissance sur la scène internationale. Parmi les films affiliés à ce genre, on trouve *Gamin (Clochard)* en 1978, un documentaire de Ciro Duran, coproduit avec l'Institut national de l'audiovisuel français, montrant les enfants de rues de Bogotá ainsi que la prostitution et la mendicité. En réaction à ce mouvement qu'ils nomment « **Pornomisère** » (*Pornomiseria*), les cinéastes Luis Ospina et Carlos Mayolo, membres fondateurs du **groupe de Cali (Grupo de Cali)**, réalisent le faux documentaire *Vampires de la misère* en 1977 **pour dénoncer l'utilisation de l'extrême pauvreté à des fins mercantiles**.

Parallèlement, des cinéastes comme Marta Rodríguez, considérée comme une pionnière du **documentaire anthropologique** en Amérique latine, et son époux Jorge Silva se concentrent sur la vie et les expériences de la classe ouvrière en Colombie en réalisant des **documentaires politiques** comme *Chircales* réalisé entre 1966 et 1971, qui dénonce les conditions de vie des façonneurs de briques à Bogotá ou *Planas, testimonio de un etnocidio* (1971) qui documente le génocide d'un groupe indigène.

Dans les décennies suivantes, des **thèmes comme le narcotrafic, la guérilla, les paramilitaires, la dictature des pouvoirs, les assassinats et les enlèvements abondent** dans les documentaires colombiens. Dans les années 1990, la faculté de Communication sociale de l'Université du Valle à Cali fondée par Luis Ospina devient l'épicentre du boom documentaire avec notamment la production de l'émission *Rostros y Rastros* diffusé par la chaîne régionale *Telepacífico* durant 12 ans (1988-2000). Luis Ospina, avec d'autres professeur·es comme Óscar Campo, deviendra le mentor de **la nouvelle génération de cinéastes de Cali** composée de réalisateurs comme Oscar Ruíz Navia,



Carlos Moreno, Jorge Navas, César Acevedo, William Vega, Santiago Lozano Álvarez ou encore Angela Osorio. Les étudiant·es sont amené·es à se poser des questions par **rapport au réel** et à considérer le cinéma par le genre du documentaire. Lorsque cette génération commence à faire des films, elle se positionne contre la télévision de Bogotá et rompt avec les mélodrames et les représentations stéréotypées pour faire de la fiction qui se rapproche du **cinéma direct** en s'inspirant d'une autre forme de narration issue de la modernité européenne et iranienne. On voit en parallèle le passage de l'argentique au digital, et on trouve dès lors des documentaires avec un ton plus personnel qui abordent des sujets plus universels. Par ailleurs, la consolidation d'espaces tels que les festivals de cinéma et les salles alternatives ont permis aux projections de documentaires de prendre de l'ampleur.

Aujourd'hui, le documentaire colombien occupe une place importante dans les festivals internationaux. En 2022, le documentaire *El Film Justifica los Medios* de Juan Jacobo del Castillo qui retrace l'histoire du cinéma colombien à l'aide de négatifs et d'archives filmiques d'époque, dévoilant au spectateur un pays faisant face à des problématiques politiques et économiques, a reçu le prix de Macondo (prix décerné par l'ACACC – Académie Colombienne des arts et des sciences cinématographiques). Le documentaire *Alis* de Clara Weiskopf et Nicolas Van Hemelryck, sur un groupe d'adolescentes dans un refuge à Bogotá, a ensuite obtenu l'Ours de cristal de la section Génération 14 Plus à la Berlinale en 2022.

L'animation est un des genres qui attire le plus le public colombien avec son **approche surréaliste** comme dans *El pasajero de la noche* l'une de ses œuvres les plus célèbres, réalisée avec Mauricio García Matamoros en 1989. L'apparition des logiciels d'animation 2D et 3D va changer la manière d'aborder le cinéma dans les années 90. La société colombienne Conexión Creativa émerge et crée en 1997 la première série d'animation télévisée en Amérique latine composée de 113 épisodes, *El siguiente programa*. De nos jours, **le cinéma d'animation colombien s'exporte à l'international.**

Séries TV / Telenovelas



La **télenovela** a créé des habitudes, modifié des comportements et marqué les routines familiales. Elle a élevé ses acteur·ices dans la catégorie des idoles et a servi à la télévision colombienne à se faire connaître à l'étranger. Elle a également **permis à la Colombie d'accroître considérablement son industrie télévisuelle**, portée principalement par les **chaînes de télévision privées**. Aujourd'hui son succès ininterrompu attire de nouveaux acteurs mondiaux tel que Netflix qui est devenu l'un des coproducteurs principaux de telenovelas. Tout a commencé avec *El niño del pantano*, une pièce de théâtre de Bernardo Romero Lozano avec Bernardo Romero Pereiro, diffusée le premier jour de la télévision nationale en 1954. Fille du mélodrame, **la télenovela met en scène les sentiments les plus élémentaires** : amour, haine, amitié, vengeance, et sa caractéristique principale est la diffusion permanente. Dans les années 60, 2 séries s'affrontent : *En nombre del amor*, produite par Punch Producciones, première société de programmes de télévision colombienne, diffusée les lundis, mercredis et vendredis, et *Infame mentira* diffusée les mardis, jeudis, samedis, produite par RTI, la deuxième société de télévision colombienne. Le pays se modernise, les foyers s'équipent en téléviseurs, les télenovelas retracent ces changements et consolident les goûts des téléspectateur·ices. En 1982, Caracol produit *La Mala Hierba* sur l'enrichissement grâce au commerce de marijuana, qui reçoit un accueil enthousiaste sans doute en raison de la coïncidence du

En 2018, il participe à la compétition officielle du festival d'Annecy avec *Virus Tropical* sorti un an auparavant. La société colombienne 7G-Lab, qui travaille en coproduction avec Netflix et Disney, prépare actuellement le lancement de *Zambo Dende*, premier super-héros latino-américain du grand écran qui sera décliné dans tout l'univers transmedia. Par ailleurs, un événement existe pour mettre en lumière l'animation en Colombie au Festival du film de Bogotá, l'un des rares festivals de cinéma colombien incluant le cinéma d'animation.

thème avec la situation nationale et l'introduction de l'humour pour atténuer les conflits. La télenovela recherche une identité, un thème national, une façon de parler, des conflits et des racines propres aux colombien·nes. Certaines télenovelas sont des adaptations d'œuvres littéraires comme *La Tante Julia et le Scribouillard de Mario Vargas Llosa*. **Les années 1990 sont ensuite marquées par une plus grande recherche narrative et esthétique**, avec une interrogation sur ce que signifie vivre dans un monde où il n'y a rien à quoi se raccrocher. Cela s'est traduit par des œuvres à la pensée plus contemporaine et à l'ironie politique plus marquée, comme *Café* (1993), de Fernando Gaitán, produit par RCN, une telenovela qui a conquis les marchés internationaux. À la fin des années 1990, l'émergence des chaînes privées s'accompagne de trois succès universels : *Yo soy Betty la fea* (2001) de RCN et Fernando Gaitán. *Pedro el escamoso* (2002) de Caracol et des scénaristes et producteurs Dago García et Felipe Salamanca, et *Pasión de gavilanes* (2003), écrit par le scénariste Julio Jiménez et produit par RTI pour Telemundo et Caracol. Ce dernier exprime **la nouvelle tendance à concevoir et à produire des histoires dans une perspective mondiale**. Aujourd'hui on retrouve des télenovelas colombiennes sur Netflix qui remportent un succès mondial comme *Pablo Escobar, Le Patron du mal* diffusée à partir de 2012 sur Caracol TV en Colombie et Telemundo aux États-Unis.

Nouveaux médias



Jeux vidéos : Le domaine du jeu vidéo voit **un essor considérable en Colombie depuis les années 1980**. Cependant, le pays développe peu cette industrie jusqu'au XXI^e siècle. Entre 2000 et 2018, de nombreuses licences de jeux vidéo placent complètement ou partiellement leur univers au centre de la Colombie. Pour la première fois en 2000, *Hitman : tueur à gages* sort sur PC et place l'une des ses intrigues autour du personnage de Pablo Ochoa, à la tête d'un trafic de drogue en Colombie. Le deuxième opus de la réédition du jeu, *Hitman 2* sorti en 2018 sur différentes plateformes tel que PC, PS4 et Xbox One et édité par la Warner Bros verra lui aussi l'une des ses missions se dérouler en Colombie. Durant ces années, d'autres licences feront évoluer leur personnage sur ce territoire tels que *Battlefield : Bad Company 2*, *Uncharted 3 : L'Illusion de Drake*, *Counter-Strike : Condition Zero*, *Conflict : Global Storm*, *Metal Gear Solid : Peace Walker*, *Soldier of Fortune II : Double Helix* ou encore les différents opus du jeu *Tom Clancy's*. L'industrie du jeu vidéo est en croissance constante à Bogotá. **En 2020, le secteur a connu une croissance de 8% et génère actuellement plus de 230 emplois directs dans la ville.** Des événements comme le salon SOFA met en avant les jeux vidéo développés par les entreprises colombiennes. Dans ces éditions précédentes, le public a pu y voir l'ascension de l'entreprise Teravision Games avec son jeu *Captain Toonhead vs. The punks from Outer Space*. À ce jour, ils ont fait plus de 80 jeux vidéos issus de nombreuses collaborations avec les entreprises multinationales Namco, Atari, Disney et Nickelodeon. D'autres entreprises tel que Jam City fondé aux États-Unis en 2010, ou encore Efecto Studios fondé en Colombie en 2011 et qui développe *Decoherence* mais qui a aussi participé au développement de jeux tel que *Ark : Extinction*, s'implantent à Bogotá.

Films interactifs et immersifs : À l'heure actuelle, certains réalisateur·ices s'intéressent aux industries créatives qui permettent l'arrivée sur le marché des films interactifs et immersifs. Le documentariste et producteur colombien

Jorge Caballero, actuellement basé à Barcelone, travaille notamment sur **la création immersive et l'intelligence artificielle**, un contenu moderne qui attire beaucoup le public. Il développe des **projets interactifs et transmédias** comme le webdoc *Las Fronteras* (2014), qui a gagné le prix de La Caixa de l'Art pour l'amélioration sociale, ou *Speech Success* (2014), qui a gagné le concours Haiku des télévisions NFB Canada et Arte France.



En 2023 sort le projet de réalité virtuelle *El Beat* des documentaristes Irene Lema et Carolina del Mar Fernández, et de l'artiste digital Sergio Bromberg que le public a pu essayer lors du festival PACCPA (Panorama du Cinéma Colombien de Paris). Cet événement a regroupé de nombreux autres projets autour de la Colombie tel que *The Line* récompensé d'un Emmy Award en 2020 et prix de la meilleure expérience VR au 76^e Festival de Venise. D'autres projets vont mener les spectateur·ices au sein même de l'histoire du cinéma colombien comme *Entre Luces Y Sombras* (Capítulo III) où l'on incarne Félix Rodríguez pionnier du cinéma colombien en 1924. Señal Colombia, chaîne publique colombienne, explore également d'autres formats avec par exemple la **série transmedia** *Guillermina y Candelario* primé au Comkids-Festival Prix Jeunesse Iberoamericano. On constate ainsi une ascension fulgurante des nouveaux médias sur le territoire colombien.

État actuel de l'industrie

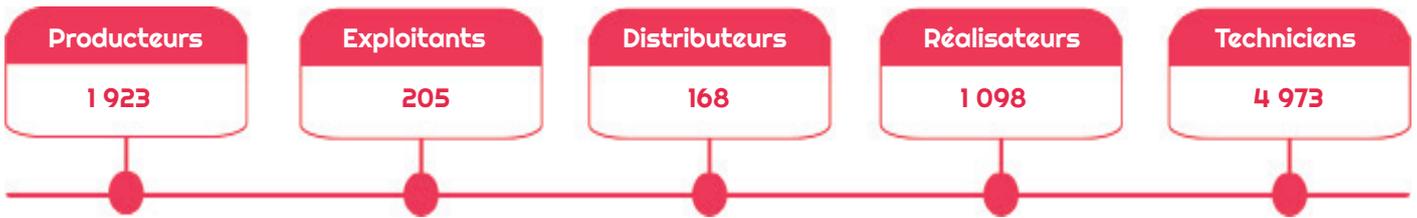
Historique

Aujourd'hui, la Colombie est le **4ème pays producteur de cinéma et d'audiovisuel en Amérique Latine** derrière l'Argentine, le Mexique et le Brésil. Cependant son développement est relativement récent. Jusqu'aux années 70 le secteur ne bénéficiait d'aucun appui économique.

Grandes étapes du développement du secteur :

- **1971** : Le décret n°1309 complété par la « loi du surplus » donne lieu à un système juridique destiné à financer la production de films colombiens, notamment des courts-métrages de 12 minutes qui devraient être présentés avant les longs-métrages.
- **1978** : Création de **FOCINE** (Compañia de Fomento Cinematografico), une société liée à l'État. Il s'agit de la première tentative sérieuse de la part du gouvernement pour promouvoir le cinéma national.
- **Missions** : Encourager la **formation des cinéastes, soutenir des festivals et cinémathèques, encourager la création cinématographique...**
Par le biais de subventions, elle permet la réalisation de **29 longs-métrages**, notamment *Les Condors ne meurent pas tous les jours* de Francisco Norden qui a été récompensé dans de nombreux festivals internationaux, ainsi que des courts-métrages et des documentaires au cours de sa période d'activité. Ces films ne trouvent malheureusement pas leur place dans le paysage cinématographique colombien en raison du manque de salles, de structures de distribution et des moyens de communication et de promotion des films. La société a déposé son bilan en 1993.
- **1988** : **Création d'une école de cinéma** grâce à un accord entre Focine et l'Université Nationale de Colombie (Bogotá) qui a donné naissance à une formation en cinéma, télévision et vidéo. Plusieurs diplômés de ce cursus universitaire ont excellé au niveau national et international (Ciro Guerra, Rubén Mendoza, Diana Bustamante, Cristina Gallego...)
- **1993** : Le fonds réservé au financement du cinéma est transféré à l'*Instituto Colombiano De Cultura* (Colcultura), l'ancêtre de l'actuel ministère de la Culture. Malheureusement, le budget réservé au cinéma y est insignifiant et les films colombiens peu nombreux. C'est cette étape particulière qui a freiné le développement du cinéma en Colombie mais qui a surtout conduit les professionnel·les du secteur à se tourner vers la coproduction internationale.
- **1997** : La loi 397, ou « **Loi générale de la culture** », est votée et donne naissance au **ministère de la Culture** qui engendre lui-même la création de la **DACMI**, du **CNACC** et de **Proimágenes**, trois organismes primordiaux pour le développement du secteur. Ce sera le point de départ d'un **essor de la production cinématographique et audiovisuelle colombienne** et du secteur du cinéma en général.
- **2003** : Approbation de la « **Loi Cinéma** » qui initie un nouveau système de mesures de soutien au secteur. Cette loi permet la création du **FDC** (*Fondo de Desarrollo Cinematográfico*), le fonds de soutien majeur du cinéma colombien.
- **2012** : La loi n°1556 de 2012, également appelée « **nouvelle loi cinéma** » est mise en œuvre afin de placer la Colombie comme un lieu important pour tourner et produire des films en attirant des producteur·ices étranger·es qui engagent des entreprises colombiennes de services cinématographiques au niveau artistique et technique. Ainsi, pour les films entrant dans les critères de cette loi, 40% des coûts de pré-production, de tournage et de post-production sont pris en charge par le *Fondo Fílmico Colombia* (FFC). Le gouvernement couvre 20% des dépenses d'hôtel, de nourriture et de transport.
- **Pas de tournages internationaux en Colombie avant 2012 et la « nouvelle loi du cinéma »** : Des films censés se dérouler en Colombie comme *Romancing the Stone* de Robert Zemeckis (1984) ont été tournés au Mexique et aux USA, *Blow* de Ted Demme (2001) avec Penelope Cruz et Johnny Depp sur la vie de George Jung, trafiquant de drogue et acteur majeur dans l'importation de cocaïne colombienne aux États-Unis dans les années 1970-1980 a également été tourné au Mexique et aux États-Unis, *Escobar: Paradise Lost* d'Andrea Di Stefano avec Benicio del Toro (2014) a été tourné au Panama. *Barry Seal : American Traffic* de Doug Liman (2017) est tourné à partir de la mi-août 2015, en Colombie, à Medellín et à Santa Marta. En plus d'y tourner des scènes se déroulant en Colombie, le pays sert de décors à des scènes censées se dérouler au Panama, au Nicaragua et au Costa Rica.
- **2019** : Création d'un mécanisme d'incitation fiscale pour les productions étrangères : **le CINA**.
- **2022** : En juin, **l'élection présidentielle de Gustavo Petro et la mise en place d'un nouveau gouvernement de gauche** en août entraîne une volonté modérée de changements dans l'industrie cinématographique. Plusieurs mesures sont envisagées en faveur du cinéma, comme la taxation des plateformes. Néanmoins, le futur est incertain. Suite à une nouvelle réforme fiscale prenant effet le 1er janvier 2023, une suppression du crédit d'impôt et des aides et incitations à la production audiovisuelle est envisagée. Pourtant, Proimágenes s'est battu afin de préserver un système mis en place depuis 20 ans qui commence à porter ses fruits en prouvant son intérêt économique, social, et culturel. Finalement, les incitations fiscales et les aides ne sont pas supprimées mais cette histoire révèle une fragilité du système face aux décisions gouvernementales.

Professionnel·les du secteur



Attention : Ces statistiques fournies par le SIREC (*Sistema de Información y Registro Cinematográfico*) **englobent toutes les sociétés de production et personnes physiques inscrites au registre national, qu'elles soient actives ou non** et ne font pas la distinction entre les producteur·ices délégué·es, exécutif·ves ou indépendant·es. Ces chiffres sont donc à relativiser et ne donnent pas une visibilité réelle sur le secteur.

Production : La majeure partie de la production audiovisuelle et cinématographique est concentrée dans les grandes villes notamment **Cali, Medellín** et surtout **Bogotá**, qui bénéficient d'un tissu de production particulièrement favorable. En effet, la présence d'infrastructures et de grandes sociétés de location de matériel à Bogotá favorise la centralisation de la production et la concentration de technicien·nes dans la capitale. Cette centralisation de la production dans les zones urbanisées **favorise les grandes villes** au détriment des régions peu aidées.

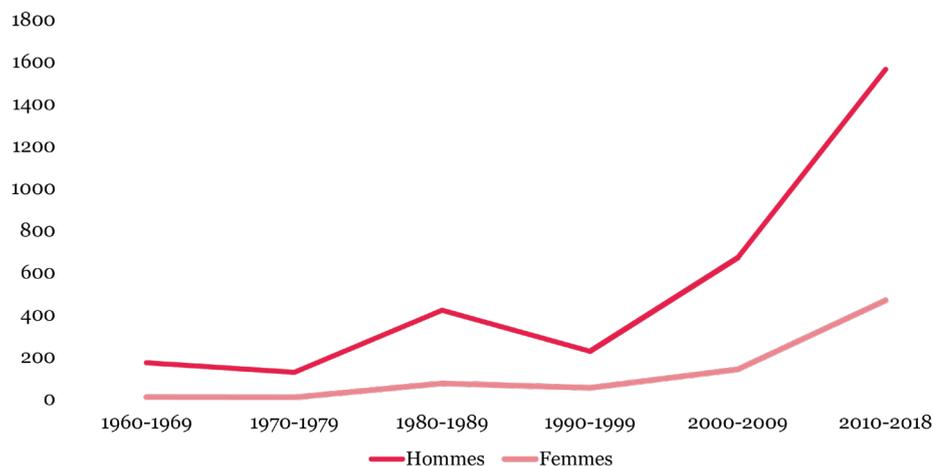
Technicien·nes : La Colombie propose plusieurs services (logistique et matériel) et a une **capacité d'accueil de tournage assez forte**, permettant des productions américaines ou françaises sur le territoire, notamment depuis la loi de 2012. Pour cela, la Colombie possède un **tissu de technicien·nes assez important** qui sont bien formé·es. Ils œuvrent aussi bien dans le secteur du cinéma et de l'audiovisuel, n'étant pas affilié·es spécifiquement au grand écran ou à la télévision, et des emplois ont aussi été créés grâce à l'arrivée des plateformes. Cependant, **la Colombie assume encore peu la post-production**, même si certains studios assurent la partie image. Elle a très souvent recours aux technicien·nes étranger·es notamment pour la partie mixage sonore. Celle-ci se fait en Europe (notamment en Allemagne), là où les studios sont mieux équipés. Malgré tout, ces dernières années, les technicien·nes et les infrastructures de post-production sonore se sont considérablement améliorés.

Associations : Il existe en Colombie des associations qui s'engagent à améliorer les activités de production cinématographiques et audiovisuelles, telle que l'association des producteur·ices indépendant·es de films et d'audiovisuels (ASOCINDE). Celle-ci s'efforce d'accompagner les producteur·ices dans le processus de création d'un projet et de coopérer avec les institutions gouvernementales, syndicales et autres pour soutenir l'élaboration de politiques, de programmes, et d'outils qui contribuent au renforcement de l'industrie audiovisuelle en Colombie.

Une répartition inégalitaire et genrée : Le secteur n'est pas épargné par les inégalités de genre. Les 500 films réalisés et enregistrés en Colombie entre 1960 et 2018 ont impliqué la participation de 3 280 professionnel·les avec une proportion de **participation des hommes (72%) trois fois plus élevée que celles des femmes (28%)**.

Si les hommes dominent alors largement tous les secteurs de l'industrie, nous remarquons que :

- Les hommes prédominent dans les fonctions de créations (écriture, réalisation)
- Les femmes sont sous représentées dans les métiers du son et de la photo
- La plus forte représentation des femmes se trouve dans la direction artistique, la production et le montage
- Les femmes réalisent majoritairement des longs-métrages de documentaires (56%), ensuite de la fiction (43%) et peu d'animation (1%).



Depuis 2010, la participation des femmes à la création des films a quasiment triplé. Cependant, ce **phénomène est également perceptible chez les hommes où l'augmentation est encore plus forte.** Si l'on peut noter que les femmes investissent progressivement le secteur, elles restent encore très peu nombreuses face à des hommes qui détiennent les postes prestigieux, créatifs et techniques.

Formations

En Colombie, le site de Proimágenes recense aujourd'hui **44 formations en cinéma et audiovisuel**. Parmi celles-ci, quelques-unes se distinguent par la qualité des programmes proposés et les professionnel·les qui en sont diplômé·es :

- **Ecole de communication de l'Université du Valle** est une formation publique fondée par Luis Ospina au sein de l'Université de Cali. Elle a joué un rôle majeur dans la formation et l'émergence de plusieurs réalisateur·ices et producteur·ices colombien·nes comme Oscar Ruiz Navia, Carlos Moreno, Jorge Navas, César Acevedo, William Vega, Santiago Lozano Álvarez, Angela Osorio, Paola Perez Nieto...

- **Université nationale de Colombie à Bogotá**, où la productrice Diana Bustamante a fait ses études, est l'une des principales universités de Colombie. Elle propose plusieurs programmes dont le cinéma et l'audiovisuel.

- **Université de Magdalena** est une université publique départementale dont le siège social est situé à Santa Marta. Elle propose une formation polyvalente du cinéma et de l'audiovisuel dont la réalisation, la prise de vue, les techniques du scénario, la production...

Il existe des écoles privées qui proposent également une formation 100% cinéma, et d'autres qui forment les étudiant·es à des carrières mixtes comme le cinéma et la communication. Parmi les plus connues, **l'ENACC** possède une filière réalisation/production, et la **Congo Films School** des filières pour la technique et la réalisation. Cette dernière a d'ailleurs été créée par la société de production française Congo films.

Aujourd'hui, il y a un véritable boom dans la formation universitaire et dans les programmes de formation aux techniques audiovisuelles. Cependant, cette offre est particulièrement centralisée dans les grandes villes et souffre d'un manque de connexion entre les formations, souvent trop généralistes, et n'est donc pas assez liée aux besoins de l'industrie.

Formations à l'étranger : Il existe plusieurs possibilités de formations pour les réalisateur·ices et producteur·ices colombien·nes à l'étranger notamment avec EICTV, l'école de San Antonio de Los Baños (Cuba), et quelques formations étasuniennes. En France, il existe notamment deux bourses de formations de 2 à 3 mois pour les étranger·es à la FEMIS et à l'ENS Louis-Lumière.

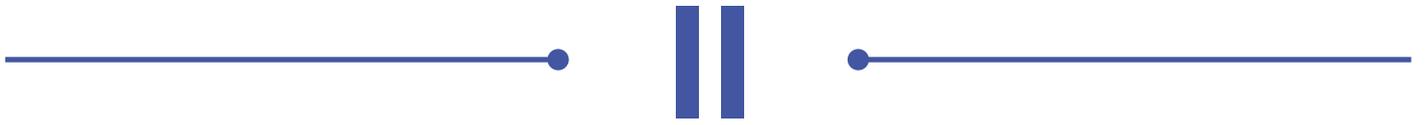
Programmes d'aide au développement des formations : Depuis 1988, le programme « **Imaginando Nuestra Imagen** », lancé par le ministère de la Culture, se développe dans plusieurs territoires et vise la formation des réalisateur·ices et producteur·ices. Par ailleurs, une partie du FDC est consacrée à la formation de professionnel·les du secteur.

- En **mars 2022**, le ministère de la Culture a annoncé un nouveau programme intitulé « *Sandbox* » en collaboration avec Netflix et la Banque Interaméricaine de Développement (BID), qui aidera à former près de 1 500 jeunes colombien·nes en situation de vulnérabilité (précaires, femmes, populations d'ascendance africaine et autochtone, communauté LGBTI+...) et leur offrira des opportunités dans le secteur de l'audiovisuel. L'objectif est de former des jeunes des régions du pays où ce type de projet n'est pas si courant, dans les départements du Chocó, San Andrés, Sucre, Caquetá, Cauca, et à Bogotá.

- En **octobre 2022**, l'Académie Colombienne des Arts et des Sciences Cinématographiques (ACACC) en alliance avec Amazon, lance un projet qui vise à former et à promouvoir l'insertion professionnelle de jeunes étudiant·es de toute la Colombie. Le programme n'a pas pour objectif d'apprendre des compétences techniques mais touche plutôt à des aspects spécifiques de domaines tels que le contenu numérique, la conception et la communication audiovisuelle. Une initiative qui pourrait permettre à la nouvelle génération de se préparer aux nouvelles industries créatives.



La Tierra y la Sombra (2015) de César Augusto Acevedo

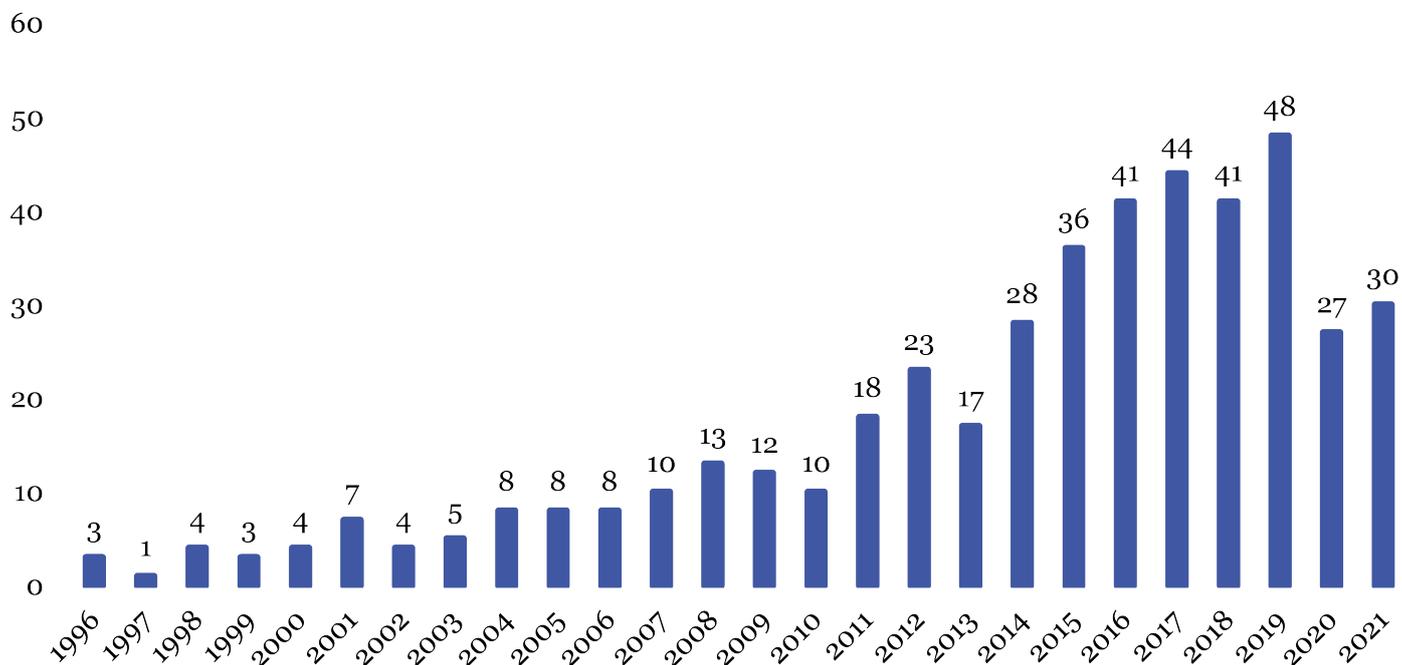


FINANCEMENTS DE LA PRODUCTION

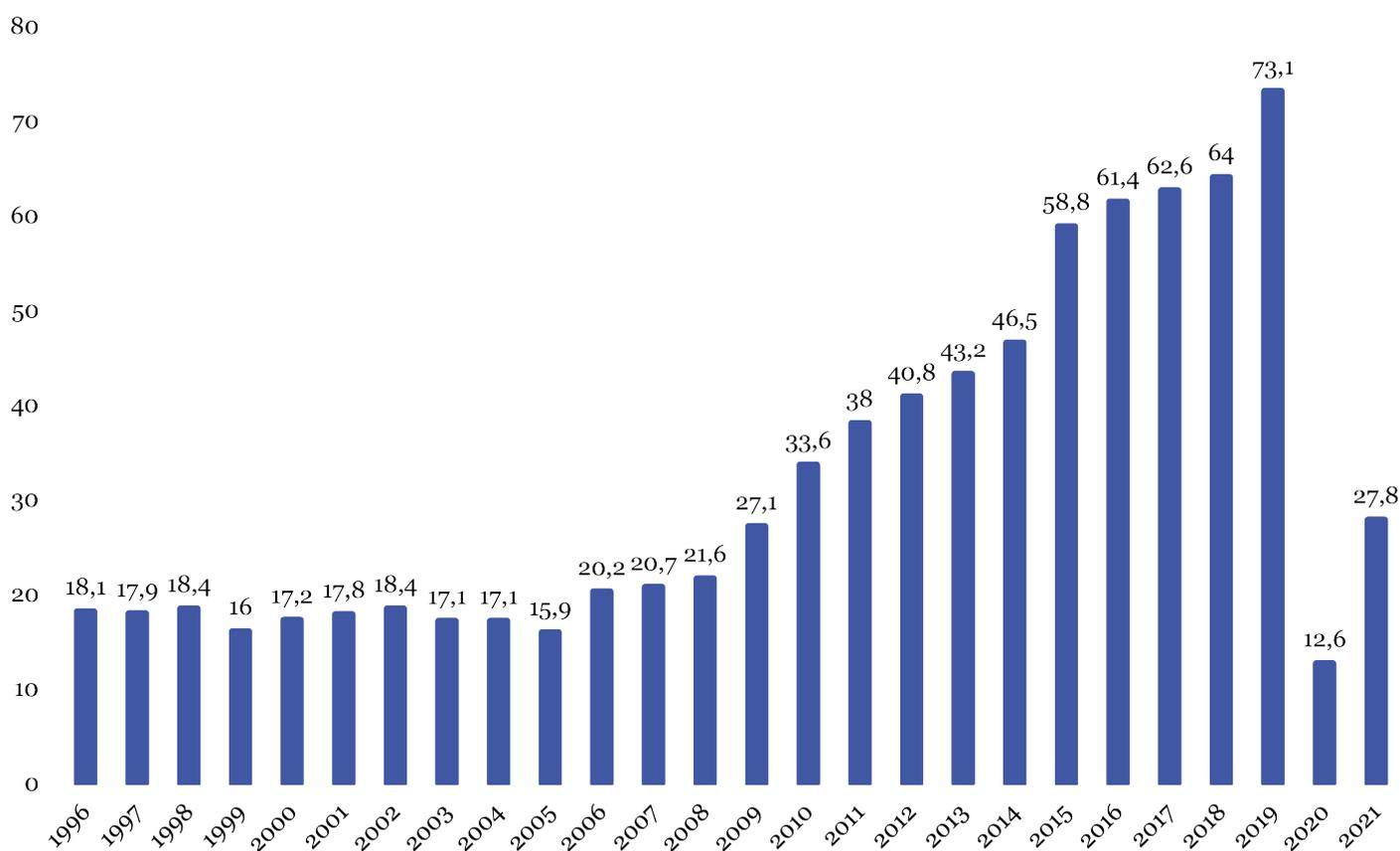


Depuis 1997, le secteur cinématographique et audiovisuel se structure et la création d'un département cinéma au sein du ministère de la Culture (DACMI), entre autres organismes, démontre une **volonté d'accorder une place importante au cinéma** dans cette nouvelle structuration. Cependant la production de films reste encore difficile et c'est la « Loi Cinéma » de 2003 qui marque le début d'une croissance importante de l'industrie sur tous les points (production, exploitation, formation etc) grâce à la mise en place de mécanismes d'aide importants.

Sorties en salles de long-métrages colombiens



Entrées en salle en Colombie



Structuration des organismes cinématographiques et audiovisuels colombiens

Afin d'appréhender le financement des œuvres de cinéma et d'audiovisuel colombiennes, il est essentiel de **comprendre avant tout les organismes qui composent le paysage industriel, cinématographique et audiovisuel du pays**. La structuration de ces organismes est plutôt verticale mais chacun reste relativement indépendant. Cela leur permet de réagir au mieux aux enjeux du milieu sans être déconnecté ni de l'État, ni des réalités professionnelles.

 <p>MINCULTURA</p>	<p>CNACC</p>	
<p>Au sein du ministère de la Culture, la DACMI (Direction de l'Audiovisuel, du Cinéma et des Médias Interactifs) est le département consacré au cinéma, à l'audiovisuel et aux médias interactifs colombiens pour lesquels il s'engage à la création d'une politique publique. Il génère des ressources et des conditions sociales, institutionnelles, infrastructurelles et réglementaires pour renforcer les acteur·ices, les pratiques et les relations de l'écosystème du cinéma, de l'audiovisuel et des médias interactifs, dans le but de promouvoir la durabilité, l'inclusion, la diversité, la participation et l'exercice des droits culturels pour tous les Colombien·es. Il aide également la formation, la recherche et la conservation du patrimoine audiovisuel colombien.</p>	<p>Pour l'aider dans ses décisions de politiques publiques, le Ministère de la Culture a mis en place le CNACC, un conseil réunissant plusieurs fois par an des professionnel·les du secteur, pour débattre et proposer des plans d'action pour le cinéma colombien. Le CNACC est également chargé de répartir le budget du FDC, le fonds de subventions principal des œuvres cinématographiques.</p>	<p>Proimágenes est une société civile à but non lucratif ayant une mission d'intérêt public. Elle aide et régule le cinéma à tous les niveaux possibles ainsi que, depuis peu, les séries et le jeu vidéo. C'est le principal interlocuteur des professionnel·les du secteur aux niveaux national et international. C'est également elle qui gère le FDC (principal fonds d'aide pour le cinéma) sous les directives du CNACC. Elle administre aussi le FFC (ou <i>Cash Rebate</i>) ainsi que le CINA (ou <i>Transferable Tax Rebate</i>), des mécanismes d'incitation fiscale. Proimágenes cherche à consolider et à solidifier l'industrie cinématographique colombienne, à promouvoir le cinéma au niveau national et international, et à influencer les politiques publiques.</p>
<p>Proimágenes et la DACMI travaillent beaucoup ensemble. Les œuvres soumises au soutien de Proimágenes doivent par exemple être soumises à l'approbation de la DACMI avant d'être traitées en commission.</p>		

 <p>MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES</p>	<p>RTVC </p> <p>Sistema de Medios Públicos</p>	
<p>Créé en 2009 pour remplacer le ministère des Communications, le MinTIC comprend à la fois la Commission de Régulation des Communications (CRC) et la télévision publique. Le ministre désigne lui-même la direction de la RTVC.</p>	<p>Créée le 28 octobre 2004, la RTVC (Radio Televisión Nacional de Colombia) est l'entité publique de radio et de télévision en Colombie. Comprenant un ensemble de trois grandes chaînes (<i>Señal Colombia</i>, <i>Canal Institucional</i> et <i>Canal Uno</i>), ainsi que 7 chaînes régionales, elle dépend du MinTIC et a pour fonction de produire, programmer et opérer les services de radio et de télévision de l'État.</p>	<p>Chargée de l'identification, l'évaluation, l'appréciation et le contrôle des risques de corruption et de mauvaise gestion des entités de communication colombiennes dont principalement la télévision, la Commission de Régulation des Communications (CRC) contrôle tous les canaux de communication, sur le plan éthique, environnemental et social. Elle dépend directement du MinTIC.</p>

Organisation du CNACC et Proimágenes

Le CNACC est un conseil composé de 10 personnes. Il se réunit plusieurs fois par an pour débattre des politiques publiques concernant le cinéma et pour structurer et répartir le budget du FDC. Celui-ci est présidé par la DACMI, l'autorité du cinéma en Colombie.

Membres siégeant de droit :

- Ministre de la culture
- Directeur·ice de la DACMI
- Directeur·ice de Proimágenes
- Représentant·e des conseils départementaux du cinéma

Membres élus tous les deux ans :

- Représentant·e des réalisateurs
- Représentant·e des exploitant·es
- Représentant·e des distributeur·ices
- Représentant·e des producteur·ices
- Représentant·e du secteur artistique et créatif
- Représentant·e du secteur technique

Pour se présenter, les candidat·es ne sont pas obligé·es d'exercer le métier qu'ils représentent. En revanche, ils sont élu·es uniquement par des professionnel·les de chaque secteur qui défendent, par leur vote, les intérêts de leur profession.

Proimágenes

Proimágenes est une société civile à but non lucratif. Il s'agit d'un organisme privé ayant une mission d'intérêt public. Il est né de l'association de diverses entités publiques et privées siégeant à son conseil d'administration.

Fondateur·ices et membres du conseil d'administration :

Entités publiques :

- Ministère de la Culture
- Ministère de l'Éducation
- Université nationale
- Direction des impôts nationaux et des douanes

Entités privées :

- Cine Colombia (grand exploitant de salles colombien)
- Association Colombienne des Distributeurs de Films
- Fondation du Patrimoine Cinématographique Colombien

Représentant·es professionnel·les siégeant au CA :

- Un·e producteur·ice
- Un·e réalisateur·ice

Financements : Proimágenes est financé par les entités qui le composent, par le FDC à hauteur de 10% du fonds, par le ministère de la Culture et par les ventes de biens et services liés au cinéma (dont leur catalogue de films issus de FOCINE).

Comisión fílmica colombiana - CFC

La Comisión fílmica colombiana (ou Colombia Film Commission) est un projet de Proimágenes initié en 2011, dirigé à la fois par le ministère de la Culture et le ministère du Commerce et du Tourisme. Soutenu par le gouvernement national, son but est de promouvoir le pays en tant que destination pour la production cinématographique et audiovisuelle. Le CFC gère également les incitations fiscales FFC et CINA. **Le site internet présente un vaste répertoire de sites utiles** afin d'obtenir des renseignements sur la manière de produire en Colombie, ainsi que sur les entreprises et les professionnel·les du secteur audiovisuel grâce à un annuaire. Ce site permet ensuite d'effectuer des recherches de lieux attrayants en Colombie pour réaliser des tournages selon des catégories (bars, aéroports, théâtres, lacs, bâtiments religieux, etc.) et selon les départements ou les villes de Colombie.

Des informations sont également disponibles sur les avantages offerts à l'industrie cinématographique, des informations sur la loi 1556 (2012) encourageant les coproductions internationales, ainsi que des informations sur les permis requis pour tourner en Colombie (les visas,

l'obtention de la certification d'œuvre étrangère, les permis de tourner à Bogotá, Medellín et dans les parcs nationaux et archéologiques).

Les missions de la commission :

- Guider, soutenir et informer les producteur·ices et autres professionnel·les du secteur sur le processus de demande des incitations fiscales dont le FFC et le CINA (cf, Financements, FFC et CINA p.28)
- Fournir des informations aux professionnel·les de l'audiovisuel sur la législation colombienne et sur les procédures à suivre avec les entités gouvernementales
- Être un point de contact avec les différentes entreprises, producteur·ices, institutions et autorités nationales et régionales

La Colombie est devenue l'une des destinations les plus importantes pour la production audiovisuelle en Amérique latine. Le pays a accueilli plus de **38 productions** internationales qui ont bénéficiées des avantages de la loi 1556 de 2012 et ont générées des emplois pour plus de 26 700 personnes.

Quelques films ayant bénéficiés de la loi 1556 :

Titre	Réalisateur·ice	Genre	Année	Pays
<i>Memoria</i>	Apichatpong Weerasethakul	Long-métrage Fiction	2021	Allemagne, Colombie, Chine, France, Mexique, Qatar, Royaume-Uni, Suisse, Thaïlande
<i>Juanis González</i>	Rodrigo Triana et Carlos Mario Urrea	Série, Fiction Produit par Netflix	2021	Colombie
<i>Diomedes, el ídolo, el misterio y la tragedia (Diomedes, icône ternie de la chanson)</i>	Jorge Durán et Jaime Barbosa	Long-métrage Documentaire Produit par Netflix	2021	Colombie
<i>Mille 22 (22 Miles)</i>	Peter Berg	Long-métrage Fiction	2018	États-Unis
<i>Tiempo muerto (Temps mort)</i>	Victor Postiglioni	Long-métrage Fiction	2016	Argentine
<i>The 33</i>	Patricia Riggen	Long-métrage Fiction	2015	États-Unis, Chili

Industrie audiovisuelle durable, impact socio-environnemental :

Le CFC met également l'accent sur **les enjeux écologiques** et sensibilise sur l'empreinte environnementale des tournages, notamment dans des lieux et décors naturels. La Colombie a la troisième biodiversité la plus riche au monde et comporte le plus grand nombre d'espèces d'oiseaux dont plus de 1 700 répertoriées. Le gouvernement colombien protège cette biodiversité exceptionnelle dans plus de 30 parcs nationaux et 12 réserves naturelles, dans un total de 9 millions d'hectares. Les parcs nationaux, quant à eux, représentent plus de 10% de la superficie de la Colombie. Avec Proimágenes, le CFC a renseigné une charte de recommandations à appliquer pour un tournage et une production respectueuse de l'environnement. Il recommande aussi d'identifier les impacts environnementaux du tournage dès la phase de repérage des lieux.

Financements publics pour le cinéma

Proimágenes : panorama des aides

Proimágenes **gère les principales mesures d'aides et d'incitations** pour le cinéma et l'audiovisuel. Il se situe sur deux fronts parallèles pour faire évoluer l'industrie du cinéma et de l'audiovisuel colombien :

- Il favorise le **potentiel créatif** colombien. Cela passe essentiellement par l'aide au cinéma, d'auteur-e majoritairement. Les aides sélectives du FDC sont l'outil majeur de financement de ce point de vue et permettent le rayonnement culturel du pays.
- Il **développe l'industrie** du cinéma et de l'audiovisuel colombienne en permettant à **chaque film d'obtenir des aides grâce au soutien automatique** (FDC) mais aussi grâce aux différentes mesures d'incitations fiscales. Ces aides ne comportent aucun critère de qualité et sont des mesures incitatives à la création.

FDC

Le **FDC** (Fonds du Développement Cinématographique - Fondo de Desarrollo Cinematográfico) est le fonds de financement en Colombie exclusivement réservé au cinéma. Celui-ci a été créé suite à la loi 814 de 2003 et son administration a été confiée à Proimágenes qui fait le lien avec les producteur-ices, reçoit les dossiers, organise les commissions, etc. Cependant, c'est le **CNACC** qui prend les décisions structurelles le concernant ainsi que la ventilation de son budget.

Fonctionnement : Une commission a lieu une fois par an en mars. Un jury national et international sélectionne les projets. Il est réuni par Proimágenes et est composé de réalisateur-ices, producteur-ices et distributeur-ices. Tous les films peuvent candidater au FDC mais le critère principal de sélection est **sa qualité artistique**. De plus, par sa composition, le jury privilégie **les films d'auteur-es et les drames**. Une fois sélectionnés, les projets sont ensuite soumis à un comité de Proimágenes qui élira les bénéficiaires des aides.

Lorsque le FDC est obtenu, un contrat est signé, celui-ci définit notamment le temps de mise en œuvre du projet selon sa catégorie :

- **Long-métrage** : 3 ans
- **Court-métrage** : 1 an

Dès le contrat signé, les producteur-ices reçoivent une première partie de l'argent dans le mois. Les autres versements sont ensuite répartis par tranches suivant l'avancement du projet. Ces aides ne sont pas remboursables.

• Proimágenes désire ainsi **favoriser à la fois la création artistique colombienne et l'industrie**, deux manières de penser le cinéma et l'audiovisuel qui se complètent.

En tant qu'organisme majeur du secteur, c'est à lui qu'a été confiée la gestion des principales aides publiques du pays : le FDC, le FFC et le CINA.

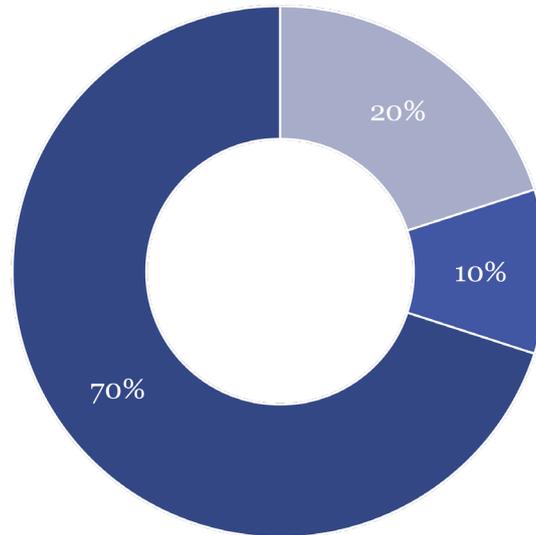
Politique : Proimágenes considère qu'il est important **d'aider en priorité les projets artistiques ou d'auteur-es** car ce sont des films fragiles qui, sans leur soutien, auraient du mal à se financer et donc à exister. Ces derniers temps, le jury cherche à favoriser les projets prenant en compte les questions environnementales, l'égalité femme-homme ainsi que les questions de genre, même si les critères de qualités artistiques restent prioritaires.

Financement : Le FDC est **financé exclusivement par les entrées en salle** depuis sa création en 2003 grâce au « Quota pour le développement cinématographique » (loi 814). Les exploitant-es sont chargé-es de retenir une quote-part mensuelle mais celle-ci est prélevée à la fois sur les revenus des exploitant-es mais aussi sur ceux des distributeur-ices et des producteur-ices colombien-es :

- **Exploitant-es** : 8,5% sur le total des revenus provenant de la vente de billets de cinéma
- **Distributeur-ices** : 8,5% sur le total des revenus provenant de la distribution de films étrangers
- **Producteur-ices** : 5% de leur revenu total

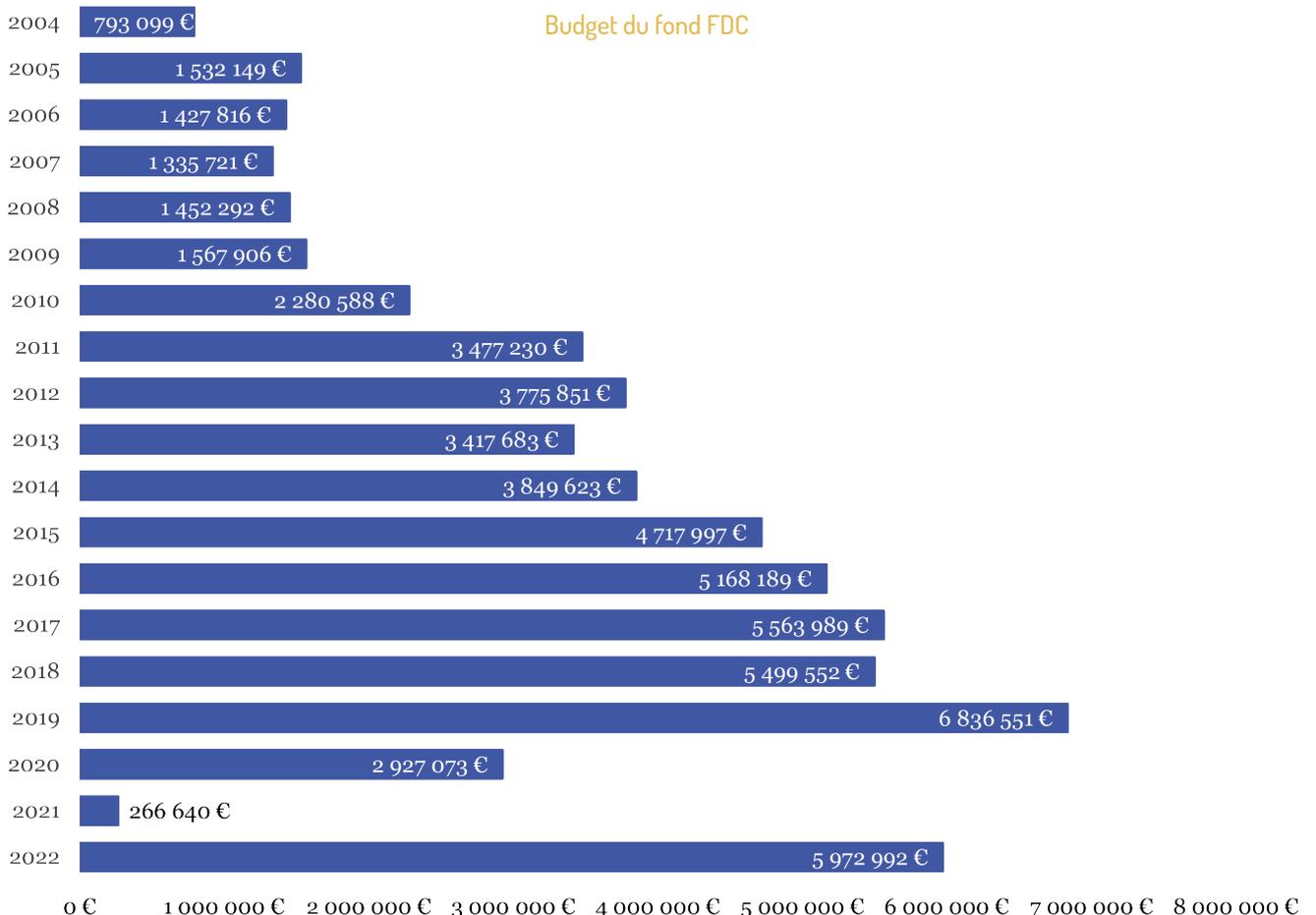
Les ressources générées par le cinéma national et international sont ainsi **restituées au secteur** pour stimuler la croissance de l'industrie.

Répartition du fonds du FDC



■ Distribution, formation, circulation ■ Proimágenes ■ Production

Enjeux post-covid : La pandémie de Covid-19 a révélé **la fragilité de ce système uniquement basé sur les entrées en salle**. En effet, les salles sont restées fermées près d'un an et demi en Colombie, ce qui a logiquement entraîné une baisse drastique des recettes du FDC. Aujourd'hui, le fonds retrouve un budget équivalent aux montants pré-Covid mais le secteur reste inquiet et constate un taux d'entrées en salle inférieur par rapport à la période pré-covid et un bouleversement des habitudes de consommation des spectateur·ices, qui se tournent davantage vers les services d'OTT et les plateformes. De plus, si les spectateur·ices reviennent timidement dans les salles, c'est davantage pour voir les blockbusters américains que pour le cinéma colombien. Le secteur est d'autant plus inquiet que ces bouleversements d'habitudes risquent d'influencer les politiques gouvernementales, déjà mitigées vis-à-vis des aides accordées au secteur.



Aides sélectives du FDC :

Les budgets annoncés concernent l'ensemble de l'enveloppe de chaque aide.
2 à 3 projets sont généralement acceptés par catégorie avec un budget réparti plus ou moins également.
Concernant le développement, ils aident davantage de projets (12 en 2022).
[Dollar = Pesos Colombien (1€ = 5 100,56\$)]

Animation

Réalisation de courts-métrages d'animation (entre 7 et 14 minutes) : 54 611,37€ (280 000 000\$)
Production de longs-métrages d'animation (avoir fini l'étape de développement) : 585 509,69€ (3 000 000 000\$)
Développement de longs-métrages d'animation : 66 465,34€ (340 000 000\$)

Documentaire

Réalisation de courts-métrages documentaires (de 7 à 69 minutes) : 46 938,58€ (240 000 000\$)
Réalisation de longs-métrages documentaires (minimum 70 minutes) : 410 619,86€ (2 100 000 000\$)
Post-production de longs-métrages documentaires (minimum 70 minutes) : 117 319,96€ (600 000 000\$)
Développement de projets documentaires (en processus d'écriture et de recherches au moment d'être présenté) : 39 114,80€ (200 000 000\$)

Fiction

Écriture de scénarios : 46 930,75€ (240 000 000\$)
Réalisation courts-métrages de fiction (de 7 à 69 minutes) : 46 930,75€ (240 000 000\$)
Production de longs-métrages catégorie 1 (premiers films) : 312 858,37€ (1 600 000 000\$)
Production de longs-métrages de catégorie 2 (2e long-métrage ou plus) : 312 858,37€ (1 600 000 000\$)
Production de longs-métrages (dont la durée minimale est de 70 minutes) : 117 339,93€ (600 000 000\$)
Développement de longs-métrages de fiction : 61 603,46€ (315 000 000\$)

Circulation

Circulation par le biais de projections de films en festivals (œuvres colombiennes sur le territoire national) : 176 259,75€ (901 000 000\$)

Formation pour le secteur audiovisuel

Programmes de formations cinématographiques: 78 298,88€ (400 000 000\$)

Autres aides à la réalisation:

Courts-métrages pour enfant : 46 977,81€ (240 000 000\$)
Coproducteur minoritaire de longs-métrages colombiens : 195 794,31€ (1 000 000 000\$) (3 longs-métrages soutenus en moyenne par an. Documentaire : environ 40 000€ ; Fiction : environ 59 000€)

Réalisation de longs-métrages régionaux : 352 429,75€ (1 800 000 000\$)
Réalisation de courts-métrages sur les groupes ethniques : 35 232,36€ (180 000 000\$)
Réalisation de longs-métrages pour l'égalité raciale : 156 592,71€ (800 000 000\$)
Réalisation de courts-métrages : histoires régionales : 234 865,68€ (1 200 000 000\$)

Aides automatiques du FDC :

Il existe plusieurs aides automatiques en Colombie attribuées par le FDC. Il n'existe pas de comité d'évaluation pour ces aides. Tous les longs-métrages colombiens qui font l'objet d'une première sur le territoire national ont accès aux aides.

Cependant certain-es distributeur·ices estiment que ces aides restent relativement anecdotiques et leur travail est peu aidé par l'État.

Distribution de films colombiens

Ce fonds est réservé aux distributeur·ices. C'est une aide qui peut être demandée après la distribution du film en fonction du nombre d'entrées.

Films de fictions :

Jusqu'à 15 000 000\$ (presque 3 000€) si le film atteint 2 000 entrées

Jusqu'à 25 000 000\$ (presque 5 000€) si le film atteint 3 000 entrées

Films documentaires :

Jusqu'à 15 000 000\$ (presque 3 000€) si le film atteint 1 000 entrées

Jusqu'à 25 000 000\$ (presque 5 000€) si le film atteint 1 600 entrées

Montant du fonds : 500 000 000\$ (97 807,73€)

Participation à des événements

Fonds d'aide pour la participation de projets ou de films colombiens à des festivals, réunions et marchés de coproduction, des ateliers et des prix nationaux et internationaux du cinéma. Les 450 événements approuvés pour obtenir cette aide sont répertoriés sur le site de Proimágenes.

Marché du film (pour des projets ou films finis):

39 110,32€ (200 000 000\$)

Films en festivals (si le film est sélectionné en festival):

58 693,50€ (300 000 000\$)

Récompenses cinématographiques (si le film est nommé pour un prix):

58 693,50€ (300 000 000\$)

Projet en réunion (projets en développement):

39 110,32€ (200 000 000\$)

Ateliers de formations et conseil de projets (pour des personnes physiques):

58 693,50€ (300 000 000\$)

Promotion de longs-métrages et performances au box-office

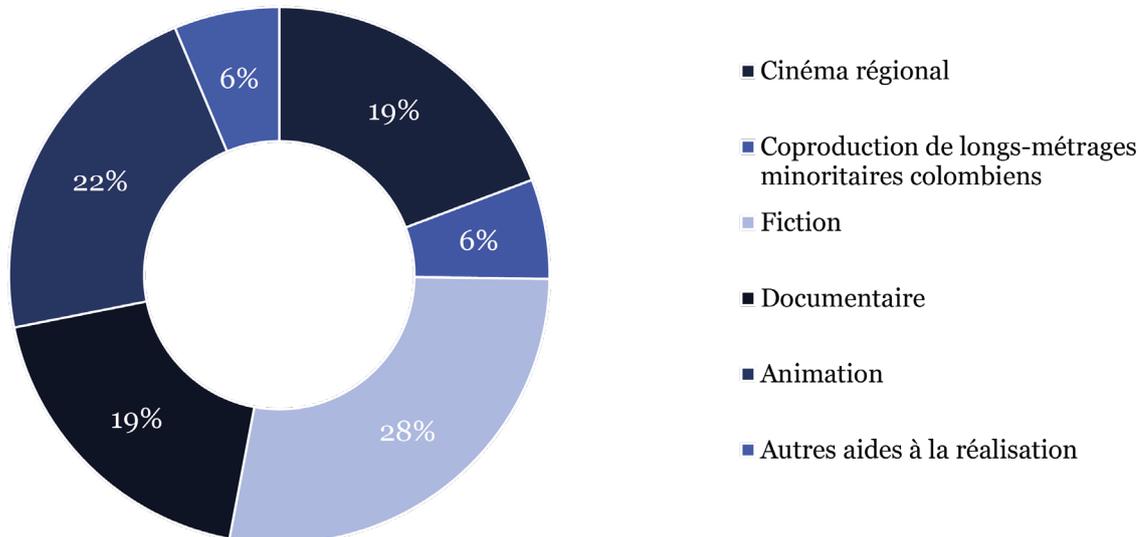
Soutient l'étape de promotion des longs-métrages avant leur sortie en salle. Les films doivent avoir un-e distributeur·ice et être projetés en Colombie. Le-la producteur·ice peut déposer cette demande d'aide.

Montant du fonds : 332 748,84€ (1 700 000 000\$)

Répartition inégalitaire selon certain-es professionnel·les du secteur :

La répartition du FDC ne semble pas faire l'unanimité parmi tous les professionnel·les du secteur. Les réalisateur·ices de films documentaires trouvent que la fiction est trop avantagée et réclament davantage de soutien depuis plusieurs années.

Répartition des aides à la production du FDC



La coproduction :

- Le FDC est ouvert uniquement **aux personnes physiques ou morales colombiennes**. Dans le cas d'une coproduction, c'est la société colombienne qui devra faire la demande.
- Il existe **une aide spécifique aux coproductions minoritaires de longs-métrages colombiens**. Ce fonds assez élevé de 195 794,31€ (1 000 000 000\$) montre l'importance accordée par le CNACC aux coproductions avec l'étranger.

FFC et CINA

Le FFC et le CINA sont deux mécanismes d'incitation fiscale gérés par le CFC (Comisión Fílmica Colombia) de Proimágenes. Le FFC est réservé aux **productions et coproductions colombiennes et internationales mais bénéficie en grande majorité aux productions nationales**. Le CINA est réservé aux **productions internationales**. Ces deux aides sont financées directement par le budget national de l'État.

Pour bénéficier de ces mécanismes, dont le paiement se fait une fois le film fini, les productions doivent prouver qu'elles possèdent déjà l'argent sur un compte en banque et qu'elles sont en capacité d'avancer les dépenses du tournage.

Le CINA et le FFC possèdent **deux budgets très différents**. Le FFC est un fonds venant directement du budget de l'État. Le CINA, quant à lui, est financé par du crédit d'impôt et donc de l'argent privé qui n'est pas reversé à l'État. Cela explique la différence notable entre les deux budgets.

FFC – Cash Rebate

3 projets approuvés en 2022

Limite par projet: **2,5 milliards** de dollars (environ 500 000€)

Hauteur du fonds en 2022: **11 milliards** de dollars (environ 2 milliards d'euros)

Un peu plus de la moitié du fonds a été utilisé en 2022

Hauteur du fonds utilisé en 2022: **4,5 milliards** de dollars (environ 900 000 euros)

Le FFC, aussi appelé le **Cash Rebate**, est un mécanisme de remboursement destiné au cinéma, aux séries et aux clips musicaux. Il permet aux productions de **bénéficier d'une remise des dépenses effectuées en Colombie**. Elle peut aller jusqu'à 40% des dépenses en prestations audiovisuelles (services et talents) et jusqu'à 20% des dépenses en logistique. L'aide étant plafonnée, **elle convient davantage à des productions à petit budget**. Elle est donc utilisée majoritairement par des productions colombiennes, moins coûteuses, alors que les productions internationales s'orientent plutôt vers le CINA.

Cette aide incitative a été créée suite à la « nouvelle Loi Cinéma » en 2012. Elle est gérée par le CFC (Comisión Fílmica Colombiana).

Fonctionnement : Les producteur·ices doivent présenter un devis du film contenant les montants des dépenses en Colombie, prouver qu'ils possèdent déjà l'argent demandé sur leur compte et obtenir une approbation de la DACMI. Un comité du CFC inspecte ensuite la demande, si elle est acceptée, iels signent un contrat dans lequel iels s'engagent à dépenser les sommes annoncées. Lorsque le film est terminé, une vérification des montants et la nature des dépenses est faite. Ensuite un remboursement est effectué dans un délai de 2 à 3 mois sur le compte de la société.

Le FFC est non cumulable avec l'incitation fiscale de 165% (cf : **Financement, Défisicalisation à 165%, p31**).

CINA – Crédit d'impôt transférable

42 projets depuis 2020
36 projets approuvés en 2022
 Hauteur du fonds en 2022: **280 milliards** de dollars (environ 55 millions d'euros)
 La quasi totalité du fonds a été utilisée en 2022
 Hauteur du fonds utilisé en 2022: **251 milliards** de dollars (environ 50 millions d'euros)

Aujourd'hui et depuis 2020, Proimágenes **étend son activité** au-delà de l'unique secteur du cinéma pour s'intéresser davantage à l'audiovisuel et aux nouveaux médias. Si le fonds d'aide sélectif et automatique (FDC) reste l'apanage des œuvres cinématographiques, les incitations fiscales nationales et internationales permettent aujourd'hui de financer les séries, les clips vidéo, l'animation, les jeux vidéo et la publicité. Ce changement permet à la Colombie d'étendre son pouvoir de production et de se maintenir en tant que terre d'accueil de premier choix pour les tournages étrangers.

Le **CINA** est un crédit d'impôt réservé uniquement **aux tournages et projets internationaux**. N'étant pas plafonné et bénéficiant d'un budget conséquent, l'aide est particulièrement adaptée aux grosses productions et aux plateformes américaines. Ce mécanisme financier un peu particulier date de 2020 (décret 474). Grâce à cette aide, la Colombie se positionne comme une véritable plaque tournante de la production latino-américaine. En attirant les tournages internationaux, elle permet au pays de créer de l'emploi, de former davantage les équipes locales et de renforcer l'industrie nationale.

Le **CINA** est réservé **aux œuvres cinématographiques, séries, clips musicaux, jeux vidéo, publicités et productions audiovisuelles, pour la production, la post-production et l'animation**. À travers cette incitation, la Colombie a notamment accueilli plusieurs tournages de Netflix.

Les productions étrangères bénéficient d'un crédit négociable de 35% sur les dépenses en services, talents et logistique faites sur le sol colombien. Cependant, pour bénéficier de cette aide, les productions doivent dépenser un minimum sur le sol colombien :

- **Production cinéma, série, contenu court pour le web, clips musicaux, jeux vidéos et publicité** : 1 800 000 000 \$ (355 295,52€)
- **Post-production** : 360 000 000 \$ (71 059,10€)

Fonctionnement :

- Tout comme le FFC, les producteur·ices présentent un devis des dépenses effectuées en Colombie et signent un contrat d'engagement.
- Lorsque le film est terminé, la valeur du crédit d'impôt est calculée par la DACMI qui délivre un certificat fiscal électronique à travers le système DECEVAL (filiale boursière) dans un délai d'environ un mois et demi.
- Les producteur·ices ont deux solutions pour vendre le CINA : iels peuvent le vendre directement à une société ou à un·e particulier·e qui paye ses impôts en Colombie ou le vendre sur le marché boursier. Iels doivent alors passer par un·e intermédiaire (courtier·e) qui prendra un pourcentage de la vente plus ou moins important selon les négociations. Dans les deux cas, le certificat est revendu avec une légère réduction (de 5% en général) pour rester attractif pour les acheteur·euses colombien·nes qui souhaitent réduire leurs impôts.
- L'acheteur·euse colombien·ne pourra choisir de payer ses impôts avec ce titre, de disposer d'une déduction d'impôt directe ou de revendre le titre à une autre personne physique ou morale payant ses impôts en Colombie. Le certificat peut être fractionné.

Fragilité du système de financement face au nouveau gouvernement : Le système d'incitations fiscales et le financement du cinéma ont été récemment mis à mal par le nouveau gouvernement. Depuis août 2022, celui-ci a changé suite à l'élection du nouveau président Gustavo Petro (premier président de gauche). Dans le cadre d'une réforme fiscale globale, il a été question de supprimer les aides et incitations à la production audiovisuelle. Proimágenes a défendu son système en prouvant son intérêt économique, social et de rayonnement pour la Colombie. Leur combat a payé et en décembre 2022, la proposition de loi a été retirée. Cependant cette attaque montre une certaine fragilité des mécanismes du secteur et une dépendance directe aux décisions politiques colombiennes.

Aucune des aides de Proimágenes et de l'État **ne sont cumulables** entre elles (FDC, FFC, CINA et déduction fiscale de 165%).

Les délais de réception des aides financières sont assez courts en Colombie (**1 à 3 mois**). Cela permet aux producteur·ices d'être indépendant·es financièrement dès la réception des notifications de subvention et ne pas avoir à passer par des emprunts bancaires, qui n'existent d'ailleurs pas pour le cinéma dans le pays.

DACMI : Bourses d'aide

La DACMI, le **département cinéma du ministère de la Culture**, participe directement au financement du cinéma et de l'audiovisuel en attribuant des bourses d'aides à la création des œuvres, avec une portée largement inclusive. Toutes les aides sont sélectives, non cumulables et doivent d'abord faire l'objet d'études par une commission de la DACMI.

Bourses pour les contenus audiovisuels (délivrées en 2022) :

- Création de contenu numérique pour l'inclusion
- « Histoires convergentes » pour les cinéastes afro-colombien·nes
- Création audiovisuelle avec des appareils mobiles
- « Femmes créatrices »
- Jeunes créateur·ices avec une approche différentielle (jeunes issu·es des communautés LGBTQI+, afro-descendants, indigènes ou personnes en situation de handicap et qui parlent de sujets qui leurs sont propres).
- Séries audiovisuelles destinées aux enfants
- Séries audiovisuelles par des créateur·ices afro-colombien·nes destinées aux adolescent·es
- Production audiovisuelle pour enfants malentendant·es
- Production de courts-métrages régionaux. Catégories : sujets libres et sujets LGBTQI+
- Production de documentaires réalisés à partir d'archives audiovisuelles

Défiscalisation à 165%

Des personnes morales et physiques colombiennes peuvent investir dans la production de cinéma et d'audiovisuel colombien. La loi 814 de 2003, ou « loi cinéma », leur permet de bénéficier d'une déduction fiscale de 165% de la valeur de leur investissement. Toute personne morale ou physique déclarant ses revenus en Colombie peut investir dans un film et bénéficier de cet avantage fiscal à condition de ne pas être producteur·ice ou coproducteur·ice du film.

Pour permettre la mise en place de ce mécanisme, le projet doit être approuvé par la DACMI qui délivre une « **reconnaissance nationale de projet** » (cf : [Financement, Reconnaissance nationale de projet, p.34](#)).

Conditions d'éligibilité :

- Le·la producteur·ice qui fait la demande doit être **colombien·ne** que ce soit pour un film entièrement national ou pour une coproduction. Dans le cas d'une coproduction, l'investissement fait partie de la part colombienne du financement du film.
- La demande de reconnaissance nationale peut être faite à **n'importe quelle étape de production du film** (développement, production, post-production).
- Le projet doit être financièrement viable et compter un **nombre minimum de personnes de nationalité colombienne** sur le projet (décret 1080 de 2015).
- Les contributions des investisseur·seuses ne peuvent pas dépasser **20% du budget du film**.
- Les projets disposent de la reconnaissance nationale de projet pendant 3 ans. En cas de dépassement, une dérogation peut-être accordée par la DACMI à condition que le tournage soit terminé.

Autres financements publics



INSTITUTO
DISTRITAL DE LAS ARTES
IDARTES



L'Institut District des Arts (IDARTES) est l'un des fonds de la ville de Bogotá. C'est une entité rattachée au Secrétariat de la culture, des loisirs et des sports de la mairie (Alcaldia) de Bogotá créée dans le but d'exécuter des politiques publiques, des projets, des plans et des programmes publics. Elle est responsable de plusieurs appels à projets **aussi bien dans le cinéma que dans l'audiovisuel**. Dans le cadre du programme des relances de districts, elle propose diverses aides allant du documentaire, à la fiction, à l'animation, aux nouveaux médias (VR).

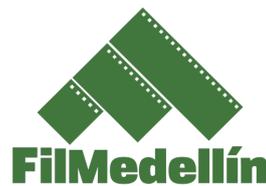
Exemples d'appels à projets pour 2023 :

- Création de courts-métrages documentaires
- Création de courts-métrages de fiction
- Création audiovisuelle d'un projet de réalité virtuelle ou augmentée
- Développement de courts-métrages d'animation



La Commission du Film de Bogotá au sein d'IDARTES a pour but de promouvoir **l'industrie audiovisuelle dans la capitale** pour contribuer au renforcement

de l'industrie audiovisuelle locale. La Commission du Film de Bogotá a deux stimuli qui font partie du Programme de Relance du District de la Mairie de Bogotá : une bourse pour la création de sons et/ou de musique originale pour un long-métrage et une subvention pour la création d'un épisode pilote de série. Ces deux bourses offrent toutes deux une liberté thématique. En 2023, certaines nouveautés ont été annoncées, telles que **la résidence de développement de courts-métrages d'animation à la Maison des Auteurs Zapopan au Mexique et la bourse d'écriture pour un projet de non-fiction.**



FilMedellín est la commission du film de la mairie de Medellín ayant pour objectif de **promouvoir l'activité sur le territoire ainsi**

qu'un soutien économique aux productions locales, notamment à travers la mise à disposition d'un large catalogue des professionnel·les de Medellín. En 2020 est créée l'aide au renforcement audiovisuel de Medellín (*Incentivo al Fortalecimiento Audiovisual de Medellín*), accordée par la mairie par l'intermédiaire de la Commission du film. Cette aide soutient les entreprises audiovisuelles colombiennes en prévoyant **un remboursement allant jusqu'à 10% de l'argent des dépenses effectuées à Medellín.**

Cette aide s'applique sous 3 catégories en 2022 :

1. Investissements dans la ville

Destinées aux sociétés de production ou de post-production colombiennes qui ont des projets de longs-métrages, de séries ou de courts-métrages et qui ont des dépenses effectives à Medellín.

2. Services de production internationale

Destinées aux entreprises colombiennes qui fournissent des services à une production internationale tournée ou post-produite à Medellín et qui ont réalisé des dépenses effectives dans la ville. Les productions bénéficient de 10% de leurs dépenses effectuées à Medellín.

3. Participation internationale

Destinées aux sociétés de production de Medellín et visent à aider à la circulation des films en développement, des films finis et des sociétés de production à l'international lors de festivals, d'événements ou de marchés de production.

- **Circulation des longs-métrages locaux dans les festivals internationaux**

Le montant minimum alloué peut être à 5 000 000\$ (soit 975,50€) à 20 000 000\$ (soit 3 902€) maximum selon le type de festival auquel ils participent

- **Nomination d'œuvres audiovisuelles dans des festivals internationaux**

Le montant minimum alloué peut être de 5 000 000\$ (soit 975,50€) à 10 000 000\$ (environ 2 000€) maximum selon le type d'événement auquel ils participent

- **Participation de longs-métrages et de séries à des événements de formation de l'industrie**

Le montant alloué est ici fixé à 5 000 000\$ (soit 975,50€) pour tous-tes les bénéficiaires

- **Participation des entreprises audiovisuelles aux marchés internationaux**

Le montant est ici fixé à 5 000 000\$ (soit 975,50€) pour tous-tes les bénéficiaires

Les chaînes de télévision et les plateformes

Les chaînes de télévision (privées ou publiques) et les plateformes n'ont **aucune obligation d'investissement dans la production cinématographique et audiovisuelle**. Les budgets, ainsi que les genres produits ou coproduits, ne sont donc pas fixés et dépendent de la ligne éditoriale de chaque chaîne ou plateforme. Concernant les chaînes de télévision privées, dirigées par un petit groupe de colombien·nes fortuné·es, leurs investissements dans les productions cinématographiques sont souvent destinés à des **productions commerciales** au détriment d'œuvres

plus fragiles, obligées de se tourner vers les financements publics assez faibles et les coproductions internationales. Quant aux chaînes publiques, possédant un faible budget de coproduction, leurs choix se veulent prudents et se portent souvent sur des projets largement financés en amont.

Pour plus d'informations sur les différentes chaînes et plateformes, consultez la partie « diffuseurs » du dossier (cf Diffuseurs, p.38).

Fonds internationaux

Amérique latine



Ibermedia est un programme visant à **encourager la coproduction** de films de fiction et de documentaires réalisés dans la communauté composée de **dix-neuf pays** (Argentine, Bolivie, Brésil, Colombie, Costa Rica, Cuba, Chili, Equateur, Guatemala, Mexique, Panama, Paraguay, Pérou, Porto Rico, République dominicaine, Uruguay, Venezuela, Espagne et Portugal). Sa mission est d'œuvrer à la création d'un **espace audiovisuel ibéro-américain** en stimulant la collaboration conjointe et l'utilisation des nouvelles technologies par le biais **d'aides financières, d'ateliers, de bourses, de séminaires et d'appels à projets** ouverts à tous les producteurs de films indépendants des pays membres d'Amérique latine, d'Espagne et du Portugal.

Cette année 2023, à l'occasion des 25 ans du programme, la présidence d'Ibermedia, jusqu'alors occupée par l'Espagne, **est reprise par la Colombie** (via la DACMI) et l'Argentine (via l'INCAA - Institut national du cinéma et des arts audiovisuels).

31 appels à projets lancés
118 millions de dollars investis
1049 de coproductions soutenues
298 projections
2950 bourses de formation

France



L'aide aux cinémas du monde (ACM) est une **aide sélective**, gérée par le CNC et l'Institut français, réservée à des **projets de longs-métrages de fiction, d'animation, ou de documentaire de création** destinés à une première exploitation en salle dont la durée de projection finale est supérieure à une heure. Elle peut être accordée soit avant réalisation (aide à la production) soit après réalisation (pour les projets non retenus pour une aide avant réalisation). L'aide aux cinémas du monde offre un point d'entrée unique aux cinéastes du monde entier. Cette aide est **ouverte à tous les pays** et a pour but de faciliter les collaborations entre les cinéastes et les professionnels français. Il s'agit également de promouvoir une diversité culturelle.

L'œuvre doit être coproduite par une société de production établie hors de France et une société de production établie en France. Son-sa réalisateur-ice doit

être un.e ressortissant.e étranger.e (ou français.e par exception si la langue de tournage n'est pas le français) ainsi que tournée majoritairement hors de France. La langue de tournage peut être la ou les langue(s) officielle(s) ou en usage dans le ou les pays étrangers dont le ou la réalisateur-ice est ressortissant.e ou sur le territoire desquels ont lieu les prises de vues.

Les films dont le coût final excède 2 500 000€ doivent **répondre aux conditions de l'agrément du CNC** (concernant les films coproduits avec la Colombie, l'agrément n'est octroyé que si l'œuvre respecte l'accord officiel de coproduction ([cf Coproduire avec la Colombie, Accord de coproduction France-Colombie, p.60](#))).

Une œuvre qui obtient l'aide aux cinémas du monde pourra demander **l'agrément de distribution** (même si elle ne répond pas aux critères de l'agrément des investissements).

524 projets soutenus depuis sa création en 2012
 dont **12 projets colombiens** (fiction uniquement)
 Budget de **6,4 millions** d'euros en 2021
4 sessions par an et **50 projets** soutenus par session

Europe



Reconnaissance des œuvres colombiennes

Le financement du cinéma et de l'audiovisuel est l'un des plus grands engagements de la DACMI. Cet organisme reconnaît les œuvres et leur permet d'être éligible aux différents financements existants. Il existe deux types de reconnaissance d'une œuvre : **le certificat de produit national (CPN)** et **la reconnaissance nationale de projet**.

Le certificat de produit national (CPN)

Le certificat de produit national est un document de la DACMI qui accorde **la reconnaissance de la nationalité colombienne** d'une œuvre cinématographique permettant de bénéficier **de certains avantages** établis par les lois en vigueur :

- L'œuvre peut bénéficier des incitations fiscales (FFC) ou des aides sélectives et automatiques du FDC.
- Les producteur-ices peuvent obtenir des aides pour accompagner le film en festivals
- La taxe parafiscale pour le FDC payée par les exploitant-es devient moins importante que pour les films non colombiens. Elle passe ainsi de 8,5% du prix des billets à 5%.

Conditions d'éligibilité :

- La participation économique colombienne doit être supérieure à 51% du budget pour les productions colombiennes et supérieure à 20% pour les coproductions internationales
- Une participation artistique et technique colombienne minimale (décret 1080 de 2015 et décret 525 de 2021).
- Avant même de demander le certificat de produit national, le-la producteur-ice doit donc s'assurer qu'il a les moyens financiers et humains de produire le film

La reconnaissance nationale de projet

La reconnaissance nationale de projet a pour but **d'inciter** quiconque, que ce soit un-e particulier-ère ou une entreprise, **à investir dans un projet cinématographique et audiovisuel**. C'est un document, émis par la DACMI, qui reconnaît que le projet coche les conditions minimales nécessaires pour qu'un-e investisseur-euse s'implique dedans. L'investisseur-euse peut alors bénéficier d'une déduction fiscale de 165% (loi 814 de 2003).

La reconnaissance est un outil essentiel pour permettre aux producteur-ices colombien-nes de financer leurs films. **Elle est valable trois ans**, période durant laquelle le/la producteur-ice cherche les investisseur-euses nécessaires au financement des différentes étapes du film. Une prolongation de deux ans peut-être demandée à la DACMI, à condition que le tournage soit terminé.

Droit d'auteur·e

En Colombie, les réglementations du droit d'auteur·e et des droits connexes sont définies dans **la Loi 23 de 1982 et la Décision Andine 151 de 1993**.

L'article 3 de la Decisión 351 de 1993 de la Communauté Andine des Nations (Comunidad Andina de Naciones) définit une œuvre audiovisuelle comme « **toute création exprimée à travers une série d'images associées, avec ou sans son incorporé, qui est destinée essentiellement à être diffusée à travers des appareils de projection ou tout autre moyen de communication d'images et de son, indépendamment des caractéristiques du support matériel qui la contient** ».

Dans la chaîne de valeur d'une œuvre audiovisuelle convergent de nombreux apports artistiques et techniques de différent·es individu·es, comme les suivantes :

- Auteur·es : Directeur·ice ou réalisateur·ice/auteur·e du scénario ou du livret cinématographique/auteur·e de la musique/dessinateur·ice (s'il s'agit d'une œuvre cinématographique animée)
- Artistes interprètes et exécutant·es
- Producteur·ice : Personne physique ou morale qui a l'initiative, la coordination et la responsabilité dans la production de l'œuvre audiovisuelle

Le droit d'auteur·e reconnaît une protection aux auteur·es des œuvres de l'esprit dans le domaine artistique, y compris les œuvres cinématographiques. Il existe deux règles spécifiques :

- Les droits patrimoniaux d'auteur·e sur l'œuvre cinématographique sont reconnus en faveur du producteur ou de la productrice.
- Les droits moraux d'auteur·e sur l'œuvre cinématographique sont reconnus en faveur du ou de la réalisateur·ice, sans préjudice de ceux qui appartiennent aux différent·es auteur·es, artistes, interprètes ou exécutant·es qui ont participé à celle-ci, sur leurs propres contributions.

Deux lois significatives sont intervenues depuis une dizaine d'années afin d'améliorer la loi de 1982 :

- **La Loi Fanny Mikey** (ou loi 1403), entrée en vigueur le 19 juillet 2010, constitue une première évolution dans la législation colombienne sur les droits d'auteur·es audiovisuels. Elle a modifié le régime de droit d'auteur·e et les droits connexes, en reconnaissant en faveur des artistes interprètes audiovisuels (acteur·ices et doublures de voix, entre autres) le droit inaliénable de percevoir une rémunération équitable pour la communication publique des œuvres et des enregistrements audiovisuels où se trouvent leurs interprétations. Ainsi, des droits patrimoniaux leur sont reconnus alors qu'auparavant, ils n'étaient détenus que par les interprètes musicaux.
- En 2017, **la Loi Pepe Sanchez** est approuvée par le Sénat colombien. Elle prévoit pour la première fois un droit de rémunération des scénaristes et des réalisateur·ices pour la télédiffusion publique de leurs œuvres et permet désormais aux auteur·es de percevoir une rémunération équitable relative au succès de leurs œuvres.

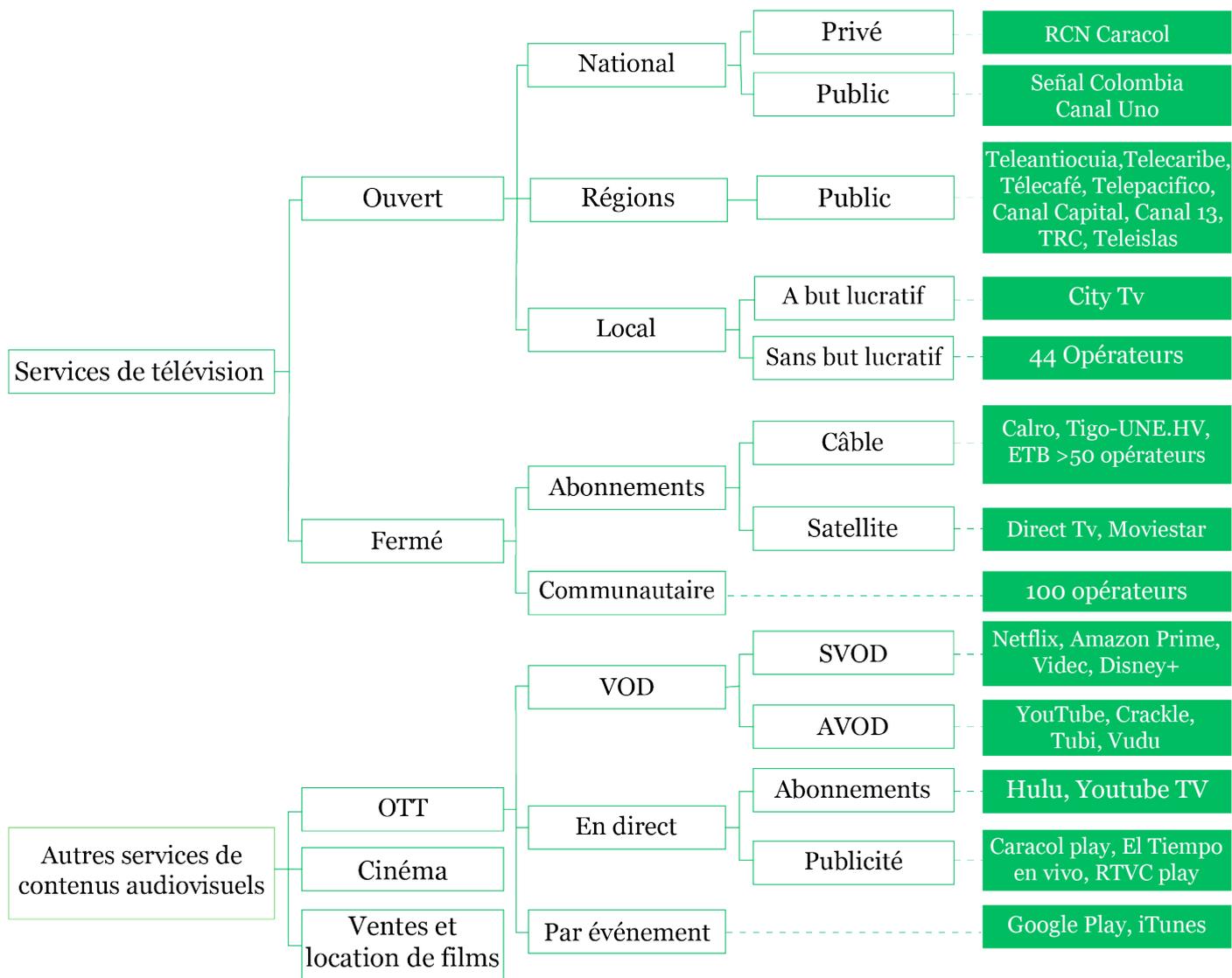




DIFFUSEURS : **TV/PLATEFORMES**



Classification des programmes audiovisuels :



Source : Estudio sobre la industria de contenidos audiovisuales, avril 2021

Les chaînes de télévision

Au niveau national : Fondée le 13 juin 1954 sous le gouvernement du Général Gustavo Rojas Pinilla, la télévision est **le média principal** de communication, d'information et de divertissement en Colombie. On distingue parmi les offres de programme deux chaînes privées dominantes réunissant 80% de l'audience à l'échelle nationale : **Caracol et RCN**. Les deux chaînes publiques principales, Señal Colombia et Canal Institucional couvrent 93% du territoire. Il existe 8 chaînes publiques régionales réparties dans le pays, et 33 chaînes diffusées par câble ou satellite en Colombie.

Parmi les téléspectateur-ices, 27,8% ont entre 12 et 25 ans, 28.10% ont entre 26 et 40 ans, 32.70% ont entre 41 et 64 ans et 11.4% ont plus de 65 ans. En 2019, 64,6% du total des ménages accèdent à la télévision par câble, par satellite ou par IPTV ; 75,6% dans la capitale et 29,2% dans les zones rurales. En Colombie, on constate que les chiffres d'audiences de la télévision sont en augmentation, notamment pour les chaînes étrangères et pour la télévision payante par câble ou satellite. La Colombie **est de mieux en mieux équipée technologiquement** ce qui permet aux ménages d'avoir de plus en plus accès à la télévision.

240 minutes par jour passées par foyer devant la télévision
91% des familles possèdent au moins un téléviseur

La télévision publique

Panorama des chaînes de télévision publiques en Colombie

La télévision publique dans le pays est régie par une entité principale, **RTVC** (Radio Radio Televisión Nacional de Colombia), qui dépend du ministère des Technologies de l'Information et des Communications (MinTIC) chargé de nommer son ou sa directeur-ice. Cette société a pour fonction de programmer, produire et opérer l'ensemble

du réseau de radio et de télévision de l'État, et regroupe ainsi sous son autorité la chaîne de télévision publique principale Señal Colombia, la chaîne thématique Canal Institucional et Canal Uno, de même que la Radio Nacional de Colombia et Radionica.

		
		
<p>La première chaîne historique de télévision en Colombie, créée en 1954, occupe le premier canal sous le nom de Canal Uno. Modèle mixte de chaîne privée et publique, elle appartient au groupe RTVC depuis la création de ce dernier en 2004, mais à la différence de ses chaînes soeurs Señal Colombia et Canal Institucional, sa programmation n'est pas confiée à un organisme gouvernemental mais à la société privée Plural Comunicaciones depuis 2016 (plusieurs entreprises se partageaient auparavant la programmation). Seule 25% de la programmation appartient à la chaîne publique, les 75% restants du capital appartenant à la nouvelle société. Il s'agit donc de l'unique chaîne publique commerciale. Concurrente historique de Caracol et RCN, sa programmation comprend des contenus similaires à celle des grandes chaînes privées : telenovelas, journaux télévisés et diverses émissions de divertissements.</p>	<p>Apparue le 9 février 1970, Señal Colombia est la première chaîne publique nationale. Elle propose 430 heures de programmation chaque mois. Sa ligne éditoriale met en avant des principes de transparence et d'accès à l'information, l'éducation et à la culture pour tou-ttes les habitant-es colombien-nes. Il s'agit du canal principal généraliste du groupe RTVC, comprenant des programmations culturelles, informatives, d'opinion, jeunesse, de divertissement et sportives. Son programme majoritairement adressé aux jeunes publics souligne l'usage de la télévision dans les foyers colombiens, principalement adressée aux enfants.</p>	<p>Créée par l'État en 1966, l'ex-Canal A se déclare comme la chaîne institutionnelle, un espace de rencontre entre les institutions étatiques et le peuple colombien en abordant des thématiques d'intérêt national. Elle diffuse ainsi des programmes issus des institutions publiques de même que les assemblées et réunions du Conseil national, mais aussi des documentaires, reportages et journaux issus de Señal Memoria, l'organisme public des archives nationales.</p>

Les ressources du groupe proviennent de trois mécanismes différents :

- **Le Fondo Unico (MinTIC)**

Une part du Fondo Único du MinTIC est attribuée au « Développement de la Télévision et des Contenus » : le FonTV, selon la loi 1507 de 2012. En 2019, le budget délivré par le Fondo Único a permis à la télévision publique de produire un total de 25 séries, programmes et films diffusés sur les chaînes nationales et régionales.

- **Publicité**

Le budget annuel issu des revenus publicitaires est réparti entre les différentes chaînes nationales et régionales.

- **Coproductions**

Une part du budget provient des ressources gérées directement par Señal Colombia / RTVC perçues à travers leurs coproductions et/ou. des accords avec des partenaires nationaux et internationaux, privés et publics. Ces ressources sont réinjectées pour la production de nouveaux contenus à destination des chaînes.

Au niveau régional : Outre ses chaînes nationales, RTVC gère un réseau de **8 chaînes étatiques** de couverture régionale.



Depuis 2017, le **budget alloué aux chaînes publiques régionales** par la RTVC a augmenté sous l'approbation de l'ANTV (ancien CRC - Commission de régulation des communications). En 2019, parmi les 25 séries, programmes et films produits par le groupe RTVC, on retrouve environ 2 programmes par chaîne régionale ; les chaînes nationales partagent avec Canal Trece la majeure partie des productions.

Parmi les productions régionales, on retrouve certains succès à l'international, comme *Turbia* (2022), une série réalisée par la nouvelle génération de cinéastes de Cali, produite par la chaîne Telepacífico et présente lors de l'édition 2022 du festival Séries Mania (Lille).

Présence de la télévision publique dans le paysage cinématographique et audiovisuel colombien

Annuellement, Señal Colombia dispose d'un **budget de 18,5 millions d'euros** pour ses achats de droit et coproductions. Cela permet à la chaîne de présenter une diversité de contenus néanmoins limitée, là où les grandes chaînes privées disposent d'un budget annuel bien plus important.

Né en 2011, l'objectif de ce mécanisme est d'ouvrir un **espace de dialogue et d'échange** entre Señal Colombia et des professionnel·les du cinéma en Colombie et à travers le monde. Chaque année, le marché reçoit des candidatures sous forme de pitches.

- **150 projets par an** (entre 2019 et 2021) étudiés par des représentant·es de la chaîne et des ministères de la Culture, de l'Éducation Nationale et des Technologies de l'Information et des Communications.
- Señal Colombia coproduit chaque année environ **12% des projets** présentés à hauteur d'une participation maximale à **60% du budget** du film ou de la série. Les projets reçus doivent avoir auparavant réunit au moins 40% du budget total.
- Les projets financés alimentent ensuite la chaîne et la plateforme RTVC Play.

La télévision privée

Panorama des chaînes de télévision privée en Colombie

L'arrivée des chaînes privées modifie le panorama audiovisuel en venant concurrencer les chaînes publiques qui, jusque-là, étaient en situation de monopole. Les deux chaînes (RCN et Caracol) ont remporté un appel d'offres leur permettant de s'inscrire au registre unique des opérateurs privés du service public de télévision au niveau de la couverture nationale. Ces concessions sont prolongeables de 10 ans, avec les conditions économiques suivantes :

- **Paiement de la valeur de la concession de 95 millions de dollars**
- **Paiement pour l'utilisation des fréquences fixé par la Commission nationale de la télévision -CNTV-**
- **Contributions au développement de la télévision publique de 1,5% du chiffre d'affaires annuel brut payable trimestriellement**

La puissance de l'industrie télévisuelle de la Colombie est dûe en partie au succès de telenovelas produites par ces grandes chaînes privées comme *Café con aroma de mujeta* (1994-1995) diffusée sur RCN, puis adaptée en 2021 et diffusée sur Telemundo aux États-Unis et sur Netflix, ou *Yo soy Betty, la fea* (1999-2001) diffusée dans plus de 100 pays en version originale, doublée en 15 langues et adaptée en 22 versions.

Télévision privée gratuite



RCN Televisión (Radio Cadena Nacional TV) est une **chaîne de télévision privée gratuite** fondée en 1967. Elle débute en tant que société de production de contenus télévisuels produisant d'abord seulement 1h de programme par jour. À partir du 10 juillet 1998, **elle émet et produit ses programmes en tant que chaîne indépendante**. La chaîne diffuse essentiellement des telenovelas, mais aussi des télé-réalités (*MasterChef*, *SingMask*...) ou des programmes jeunesse (*Miraculous*, *Chica Vampiro*...). RCN acquiert essentiellement des films grand public (films d'action, films pour enfants, films de Noël, de Pâques...) ainsi que des formats de jeux ou de divertissement.

RCN fait partie de l'un des plus gros conglomérats colombien fondé par l'homme d'affaires Carlos Ardila Lülle qui est à l'initiative de la chaîne et a produit *Yo soy Betty, la fea*. Elle se positionne comme un acteur puissant du paysage audiovisuel colombien avec une diversification de ses activités (ex : site marchand d'électroménager) et de ces chaînes : RCN Nuestra Tele Internacional (anciennement TV Colombia) disponible dans 25 pays, NTN24, RCN Telenovelas, Win Sports (chaîne de foot), RCN HD2.

Caracol televisión est fondée en 1956 **en tant que société de production**. Elle naît dans le cadre du réseau de radio colombienne Caracol Radio et est une société appartenant à la famille Santo Domingo (l'une des plus riches et puissantes familles des Amériques).

En 1969, **TVC**, chaîne publique devient Caracol TV qui commence à produire des contenus vendus aux chaînes publiques en tant que programmeurs.

En 1997, **Caracol TV** obtient le droit de se constituer en tant que chaîne de télévision privée. Elle commence à émettre à partir du 10 juillet 1998.

Sa programmation est généraliste, elle possède son propre programme d'informations (*Noticias Caracol*) qui est diffusé quatre fois par jour. Caracol TV produit de nombreux *talk-shows*, des telenovelas, de la télé-réalité, des émissions sportives, des comédies et des magazines.

La chaîne est diffusée au niveau national mais elle est également présente dans **23 pays à l'international**.

RCN Television

Programmation : RCN fonctionne actuellement sur un horaire de 22 heures de programmation par jour réparties comme ceci : **divertissement** (32%) dont *talk-shows* 2h30/jour et films, **téléromans** (45%, environ 10h/jour), **informations** (15%, environ 4h/jour), **sports** (5%), **journalisme** (3%). Les différents programmes sont produits en interne via la société de production RCN International ou sont achetés aux États-Unis, en Europe et au Brésil principalement.

Caracol televisión

Programmation : Avec 50 ans d'expérience dans l'industrie de la télévision, Caracol produit actuellement **5 200 heures de contenu audiovisuel par an**, dont plus de 1000 heures de programmation originale (séries, films, webséries, programmes de divertissement, téléromans) via sa société Caracol Internacional. Ses programmes sont diffusés dans près de 80 pays et les adaptations locales de ses scripts sont devenues de grands succès mondiaux. Caracol TV a produit 31 films, essentiellement des comédies et des romances.

Coproduction et production exécutive : Caracol fournit des services de production en Colombie, notamment à travers **11 studios** (équipés en HD et allant de 260 à 800m², pour une capacité totale de près de 20 000m²) pour l'exécution de productions et de coproductions sur demande. Cela a permis le développement de projets commerciaux avec des alliés internationaux dont des sociétés renommées telles que Telemundo-RTI, TV Azteca et Sony Pictures Television.

Coproduction avec la France : RCN a coproduit certains programmes avec la France. C'est le cas par exemple de *El silencio de los fusiles* (2017), un documentaire de Natalia Orozco qui retrace les négociations entre le gouvernement colombien et les FARC-EP, coproduit avec Alegria Production (Fr) et Arte France.

Département cinéma : créé en 2008 par Diana Bustamante avec la volonté de donner une **impulsion nouvelle au cinéma d'auteur-e** en élargissant les coproductions de Caracol au-delà du secteur des téléromans. Ces dernières années, ce département qui investit majoritairement par l'achat et non le préachat, finance peu de films pour favoriser des documentaires qui attirent une plus large audience.

Coproduction avec la France : *Les oiseaux de passage (Pájaros de verano, 2018)* de Ciro Guerra et Cristina Gallego, coproduit avec Ciudad Lunar Producciones et Blond Indian Films (Co), Film Boutique Production (Fr), Pimienta Films (Mexique) et SnowGlobe Film (Danemark).

Service de replay : En 2008, Caracol Play est lancé et permet de regarder les contenus en replay.

Vente de programmes aux plateformes : Caracol continue d'augmenter sa présence et son positionnement sur les plateformes SVOD dans le monde.

Présence des programmes de Caracol (téléromans et séries) sur les plateformes OTT dans le monde :

2019 : 125 programmes

2021 : 262 programmes

Plateforme	Prod. Caracol
Tubi	21
Megacable	20
Netflix	19
Claro	18
Telefonica	13
Starz	12
Hulu	8
Prime video	2
Iflix	2

Plateforme	Prod. Caracol	Plateforme	Prod. Caracol
Prende TV	59	Samsung	6
Netflix	32	Telefonica	6
Pluto TV	23	Ivi	5
Huawei	20	Starz	5
Canela TV	19	Ten Time Middle East	5
Tubi TV	19	Alchimie	5
Prime video	11	One Hub	4
Vemox	10	Okko	3
SuperTV	9	MX Player	3
Megacable	7	Zee5	3

Source et suite du tableau :
Caracol (caracolcorporativo.com)

Citytv, chaîne privée régionale

En 1998, Citytv remporte l'appel d'offres pour Bogotá et devient **la première et la seule chaîne locale privée** du pays diffusée à partir du 19 mars 1999. Elle diffuse essentiellement des programmes d'informations liées au département de Cundinamarca.

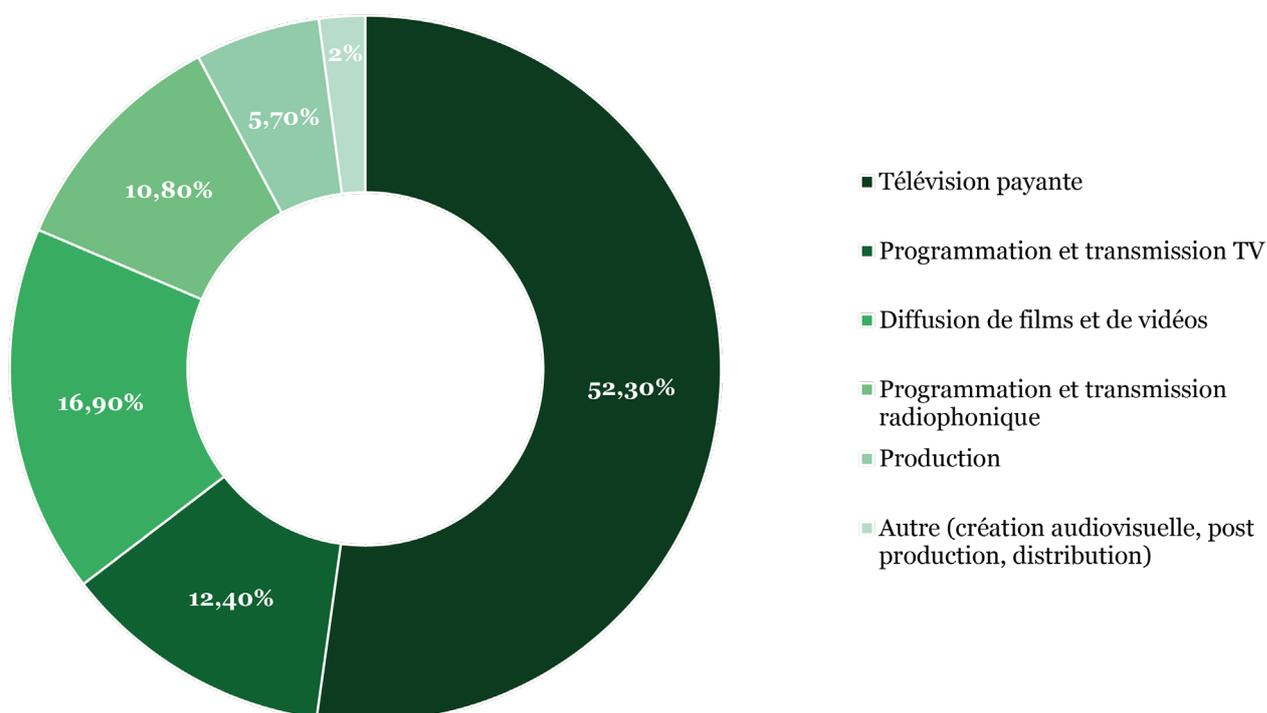
Financement des chaînes privées

Comme toute chaîne de télévision dont **les revenus sont essentiellement publicitaires**, les audiences sont primordiales pour maintenir un niveau de financement. À l'heure actuelle, la part des publicités investie dans la télévision reste stable malgré l'augmentation des investissements publicitaires vers les contenus présents sur internet, notamment les plateformes.

Dans ce contexte, la télévision privée gratuite tend à diversifier ses revenus par différents biais : la coproduction, la vente de ses productions à succès et de ses scénarios pour des adaptations, la diversification de ses services (location de studios, site marchand...).

Les chaînes de télévisions par abonnement colombiennes et étrangères, telles que Claro TV, Fox ou Discovery Channel, sont celles qui génèrent la plus grande valeur ajoutée au sein de l'industrie audiovisuelle notamment parce qu'on retrouve sur les abonnements au câble ou au satellite de nombreuses chaînes étrangères qui attirent les audiences. Depuis 2010, on constate **une augmentation constante de leur nombre d'abonné-es**, soit une augmentation de 68% en 10 ans : alors qu'ils étaient un peu plus de 3,5 millions d'abonné-es en 2010, ils sont 5,9 millions d'abonné-es en 2019.

Participation moyenne par activité à la valeur ajoutée de l'industrie audiovisuelle (2014-2019)



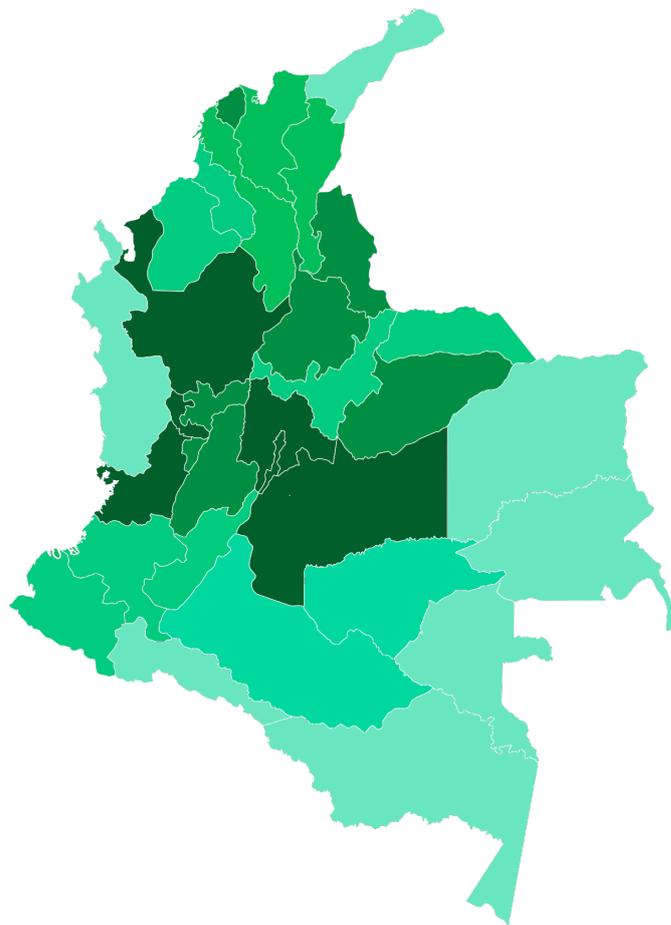
Source : DANE

Les plateformes

La Colombie est le **4ème marché du numérique** ainsi que le troisième pays comptant le plus d'utilisateur·ices de smartphones du continent. Les plateformes étant des SVOD, il leur est obligatoire de pouvoir compter sur une bonne couverture réseau et une **infrastructure internet** solide. Or, **la Colombie est l'un des pays les moins bien équipés d'Amérique du Sud**, notamment en termes de bande passante. En effet, d'après l'ISP Speed report de Netflix, le pays ne dispose d'une vitesse moyenne que de 2,65 Mbps par seconde, ce qui est loin derrière d'autres pays sud-américains comme le Brésil (3,44 Mbps/s), l'Argentine (3,28 Mbps/s) ou le Chili (3,12 Mbps/s). Le streaming en Colombie est donc d'une qualité inférieure à d'autres pays en termes de vitesse et de qualité d'images.

Proportion des personnes de 5 ans et plus qui utilisent internet n'importe où et sur n'importe quel appareil.

Moins ou égal à 41,9%
 Entre 42% et 50,8%
 Entre 50,9% et 59,3%
 Entre 59,4% et 67,8%
 Supérieur à 67,8%



Les plateformes publiques

Plateforme publique : RTVCPlay, symbole de la « Nueva Realidad »

RTVCPlay

Près de **80 longs-métrages documentaires** issus majoritairement de Señal Colombia.
 Une **quarantaine de longs-métrages de fiction** issus d'achats de droits

En 2016, la plateforme RTVCPlay voit le jour. Celle-ci est gérée par la RTVC et répond à deux objectifs principaux des chaînes nationales : **adapter l'industrie audiovisuelle au nouveau paysage technologique et médiatique dans le monde**, et **démocratiser l'accès à la culture en Colombie**, grâce à une gratuité totale de la plateforme et un accès partout dans le monde.

Sur la plateforme, on retrouve une multiplicité de contenus à travers une offre de podcasts, de séries documentaires audio, films et séries télévisées de fiction et de documentaire, et reportages, tous issus des chaînes publiques nationales.

Coproductions originales RTVCPlay

En 2019, la crise sanitaire du Covid accélère le processus de digitalisation entamé par le groupe public : une « réalité nouvelle » est à construire, ce qui aboutit à plusieurs initiatives de la part du groupe RTVC :

- Signature d'un **accord avec Proimágenes** afin de maintenir la diffusion des productions cinématographiques pendant la fermeture des salles. L'accord stipule que la RTVC coproduira des longs-métrages ayant bénéficié du FDC, notamment en fournissant les moyens pour la postproduction. Ces longs-métrages se retrouvent ensuite sur la plateforme gratuite RTVCPlay, qui a ainsi coproduit des films comme *El árbol rojo* ou *La Roya*. Cet accord poursuit les ambitions de la plateforme de fournir un contenu cinématographique à portée internationale et de qualité. À la suite de celui-ci, RTVC a coproduit 7 films en 2020 et 3 en 2021.

- Le lancement de la **stratégie « 3, 2, 1 edu-acción »** avec le ministère de l'Éducation, le MinTIC et Aprender Digital. Le programme vise à déployer les moyens, en régions comme à l'échelle nationale, et de maintenir une éducation accessible à tous pendant la crise sanitaire. 80 000 cours éducatifs digitaux gratuits sont ainsi rendus disponibles pour les élèves, parents d'élèves, étudiant-es et professeur-es à travers le pays.

- La création d'une **chaîne informative régionale** à l'initiative de Canal Institucional, Alianza Regional, toujours dans une **politique de décentralisation** de l'information déjà initiée en 2014, lorsque RTVC a établi le projet de regrouper trois studios de production, d'émission et de transmission de contenus de Señal Radio Colombia dans les villes de Medellín, Manizales et Bucaramanga, afin de retransmettre des informations régionales à l'échelle nationale.

- Le lancement du programme **Con la lavadora al fundo**, laboratoire de créations sonores et audiovisuelles faits à la maison par des artistes colombiens. Ces créations au contenu majoritairement familial et destinés à un jeune public, d'une durée maximale de 2 minutes, sont ensuite mises en ligne sur la plateforme RTVCPlay.

Cet ensemble d'initiatives traduit une large politique de développement culturel régional et national. RTVC, par ses multiples contenus, s'adresse principalement à un public d'enfants, de jeunes et d'étudiant-es.



Del Otro Lado (documentaire, 2021, Iván Guarnizo)



El Árbol Rojo (fiction, 2022, Joan Gómez)

Retina Latina : Plateforme colombienne

Retina Latina est une plateforme internet **publique et coopérative internationale de cinéma latino-américain en libre accès**. La plupart des contenus sont accessibles aux citoyens d'Amérique latine et des Caraïbes. Pionnière en termes de circulation des œuvres latinoaméricaines, elle se démarque des autres plateformes par ses objectifs :

- **Offrir aux cinéastes latino-américain-es un espace** propice pour promouvoir leur travail, élargir leur public, augmenter leurs revenus et leur notoriété dans le milieu professionnel.
- Renforcer la **coopération régionale**.
- **Accroître la présence** des films latino-américains sur les marchés régionaux et internationaux.

Une initiative internationale : Lors de sa création en 2016, Retina Latina a bénéficié du soutien de la Banque interaméricaine de développement (BID), une organisation internationale de financement de projets économiques, sociaux et institutionnels en Amérique Latine et aux Caraïbes. Depuis 2017, elle bénéficie également du soutien du Fonds international pour la diversité culturelle (FIDC) de l'UNESCO. Le projet est coordonné par le ministère de la Culture de Colombie, les entités membres sont le ministère de la Culture et les Instituts Cinématographiques de la Colombie, la Bolivie, l'Uruguay, le Pérou, le Mexique et l'Équateur.



Les plateformes privées

Netflix

La plateforme de SVOD Netflix est présente en Colombie **depuis 2014** et compte un peu plus d'**1 million d'abonné-es**. Il s'agit de la plateforme la plus populaire du pays avec 17% de taux de pénétration du marché, devant Prime Video (7%), Disney+ (6%) et HBO Max (4%).

Les offres :

Formule	Prix (en pesos colombiens)	Prix (en euros)	Prix en France
Basique	16 900	3,29	8,99
Standard	26 900	5,23	13,49
Premium	38 900	7,57	17,99

Netflix a décidé d'adapter ses prix à la réalité économique du pays pour s'implanter en Colombie. Son cœur de marché reste l'Amérique du Nord et l'Europe de l'Ouest.

Production : La grande majorité des investissements de Netflix en Colombie sont des **achats de droits de diffusion de programmes colombiens**. Jusqu'à la création du CINA, les rares œuvres que Netflix produisait concernaient surtout les genres déjà populaires en Colombie et facilement exportables à l'étranger, comme les telenovelas ou les comédies.

Aujourd'hui on constate une **nette augmentation des productions Netflix** en Colombie qui profite du mécanisme de crédit d'impôt, très favorable pour leurs productions à gros budget.

Amazon Prime

Lorsqu'Amazon Prime investit sur des projets colombiens, la plateforme **peut les financer jusqu'à 100%** en échange de **l'intégralité des droits de diffusion**. Elle donne une certaine liberté artistique aux auteur·es et la société de production reste en charge de la réalisation du projet. Les films produits par Amazon peuvent néanmoins être diffusés en salle pendant une durée d'un mois avant leur mise en ligne sur la plateforme.

MUBI

MUBI est une plateforme britannique de streaming dédiée au cinéma d'auteur·e. **Disponible dans 190 pays**, y compris la France et la Colombie, elle dispose d'une formule d'abonnement unique dont le prix varie en fonction des pays. En Colombie, elle est d'à peu près 62 530\$ (12,12€). Elle dispose également de réduction pour les étudiant·es. Dans le paysage de la SVOD sur le territoire colombien, MUBI est doté d'un taux de pénétration beaucoup plus faible (moins de 5%) que les acteur·ices puissants du marché comme Netflix et Prime Video. Néanmoins, grâce à son catalogue international concentré sur les consommateur·ices de films Art et Essai, MUBI a su fédérer un certain noyau d'abonné·es ainsi qu'attirer l'attention des réalisateur·ices indépendant·es de l'industrie cinématographique colombienne.

Lancé le 17 février 2023, le western latino *La tête de Joaquín Murrieta* est considéré comme un moment clé dans les plans d'expansion de Prime Video. Série créée par le colombien Mauricio Leiva Cock, il s'agit de l'un des plus gros paris jamais réalisés par Amazon Studios en Amérique latine, Amazon Prime et la société de production colombienne Dynamo. Les hautes valeurs de production de Murrieta annoncent une nouvelle échelle de projets rarement vue dans le paysage latino-américain.

MUBI réunit des films d'auteur·es de tous les pays, y compris la Colombie. La plateforme dispose de nombreux films locaux qu'elle met en avant dans des collections spécialement dédiées à la culture colombienne. Ces films s'étendent des années 70 à nos jours.

Un véritable partenariat commence à s'établir avec les cinéastes colombien·nes par le biais de nouvelles coproductions. **MUBI constitue une vraie alternative pour tous les auteur·es** souhaitant s'éloigner du contrôle artistique imposé par les plateformes plus importantes. De plus, MUBI n'impose pas contractuellement une sortie unique sur son service et permet aux films coproduits de sortir en salles.

En complément

Dynamo producciones : société de production qui travaille avec les plateformes Netflix et Prime Video (Amérique latine)

Dynamo Producciones est une société de production colombienne qui s'est imposée comme l'une des principales d'Amérique latine depuis 2006, avec une présence physique et opérationnelle à Bogotá, Mexico, Madrid et New York. Son activité consiste à développer et produire des contenus premium pour les principaux acteur·ices du secteur, tels que Netflix et Prime Video. À ce jour, Dynamo Producciones a produit un total de 41 longs-métrages, 22 séries et 9 contenus dans d'autres formats.

La société propose également des services aux producteur·ices étranger·es qui souhaitent tourner en Colombie en profitant d'avantages fiscaux tels que le FFC et le CINA. La série *Narcos* (Netflix, 2015) est un exemple significatif de ces collaborations.

dynamo 
MOVING FORWARD



Projection au festival FICCI au théâtre Adolfo Mejía (image de Wikimedia)

IV

DISTRIBUTION ET EXPLOITATION

Parc de cinémas et disparités territoriales

La répartition des salles, même si bien équipées et numérisées, est assez faible sur le territoire. On estime qu'environ **59% de la population a accès aux cinémas avec 1261 salles réparties sur le territoire**. Seules 94 communes sur les 1122 villes colombiennes disposent de salles de cinéma. On remarque cependant, avant la pandémie et la fermeture de certaines salles, un accroissement des complexes cinématographiques dans le pays : on n'en comptait que 698 en 2012 soit **une augmentation de 55% en 10 ans**, qui met en lumière un dynamisme mais également la pauvreté de l'offre préexistante. Cela a notamment été rendu possible grâce à des aménagements fiscaux incitant la création de salles dans le pays : les exploitant-es réinvestissant leurs bénéfices sont exonérés de 50% d'impôts ce qui a permis le quasi doublement de l'infrastructure d'exploitation sans provoquer de grande inflation sur le prix du billet de cinéma.

On retrouve toujours **la plus grande concentration à Bogotá, puis à Cali et enfin à Medellín**. Cette concentration s'explique par une situation politique et géographique plus globale. En effet, le maillage géographique colombien est tel que les richesses du pays sont concentrées dans quelques grandes villes, laissant le reste du pays, composé de petites et moyennes communes, isolées et dans un état de pauvreté généralisé.

Malgré un tout début de décentralisation avec notamment l'essor de la ville de Bucaramanga qui témoigne du développement de la région de Santander, ayant augmenté sa fréquentation de 60%, Bogotá demeure la ville qui

concentre le plus de spectateur·ices (10 477 009) et où il y a le plus de films colombiens projetés (307 au total). On compte le nombre d'entrées le plus élevé dans la ville de **Bogotá, qui représente à elle seule la moitié des entrées en Colombie**.

Coût du ticket : Le ticket du cinéma est cher, à l'exception des cinémathèques, qui sont plus accessibles et plus dynamiques (rappelons que le salaire moyen en Colombie est d'environ 270€ par mois) :

- **Cinémathèque de Bogotá** : 1,20€
- **Cinéma art et essai** : 5€ minimum
- **Multiplexes** : 8€

Il y a, enfin, la possibilité de voir un film en plein air ou dans une salle de Ciné Club, ce qui coûte moins cher.

Dominance des multiplexes : La plupart des salles de cinéma sont des **multiplexes** et on ne compte qu'une dizaine de salles indépendantes dans le pays. **Cine Colombia**, le plus ancien exploitant du pays, créé en 1927, également distributeur et producteur, a initié cette tendance en 1971 en ouvrant le premier multiplexe de Colombie. La localisation des salles de cinéma dans des centres commerciaux en périphérie des villes les inscrit dans une pratique marchande. Ces emplacements éloignés, accessibles en voitures, concordent avec le développement urbanistique des villes de Colombie où les commerces ne se situent pas en centre-ville mais dans de grands centres commerciaux excentrés.

Monopole de l'exploitation

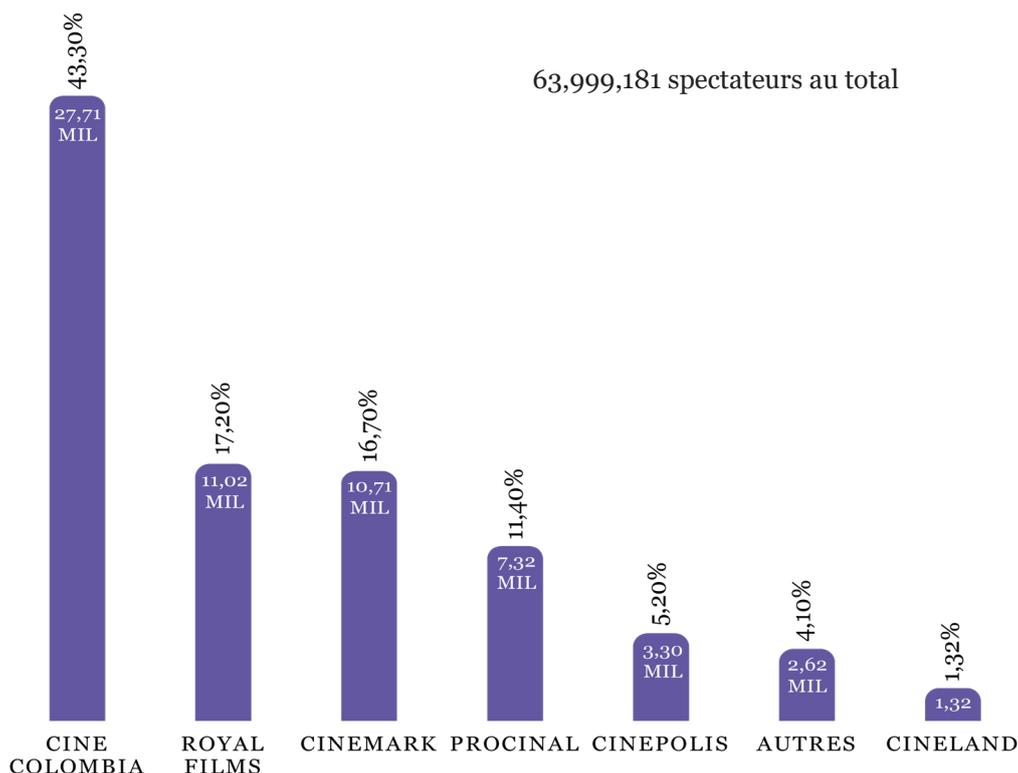
Comme dans le reste de l'Amérique Latine, le marché est très concentré : il existe **cinq grands exploitants principaux** suivis de quelques petites sociétés qui ont peu de poids face à cette **entreprise quasi monopolistique**. Parmi les principaux exploitants, on retrouve Royal Films, Cinemark, Procinal, Cinépolis et Cine Colombia, le leader de l'exploitation dans le pays.

Cine Colombia dispose de 814 écrans, soit 64,5% du total, répartis sur 80 villes, soit 85% des villes disposant d'un cinéma, ce qui fait d'elle la société possédant le plus grand parc de salles de cinéma à travers le pays. Elle possède par ailleurs de nombreux multiplexes (moyenne de 7 écrans par cinéma) mais a également ouvert quelques cinémas d'art et essai notamment à Bogotá. En 2018, Cine Colombia était déjà le leader du marché de l'exploitation en Colombie tant en termes de spectateur·ices en salle que de recettes avec une concentration de 43,3% du nombre d'entrées totales annuelles en Colombie et de 45,6% du box-office national.

En termes de pourcentage des entrées, Cine Colombia est suivie de la société colombienne d'exploitation **Royal Films** (17,2% des entrées et 17,9% du box-office) et de la société américaine implantée en Colombie **Cinemark** (16,7% des entrées et 14,2% du box-office).

En terme de présence d'écrans répartis sur le territoire, on retrouve en deuxième place la société **Cinecolor** qui dispose de 515 écrans, soit 40,8% du total répartis sur 68 villes, soit 72% des villes disposant d'un cinéma, et en troisième **Diamond Films** avec 139 écrans soit 11% du total répartis sur 44 villes, soit 46,8%.

Répartition et nombre de spectateur-ices par exploitant



Source : Resumen Industria Cinematografica Colombia, Cine Colombia distribucion, 2018, p.14

Ainsi, **20 multiplexes du pays concentrent à eux seuls 33% des entrées et 36,5% du box-office**. On remarque avant la pandémie de Covid-19 et comme phénomène relativement marginal, l'ouverture de cinémas alternatifs ou de cinémas Art et Essai en réaction à ces salles de cinéma dites « commerciales ».

Ce sont des salles que l'on retrouve dans des musées, institutions éducatives, cinémathèques, associations et centres culturels. En 2017, on dénombrait **dix salles alternatives dans le pays**, disposant de 1 854 sièges.

Tableau récapitulatif des salles alternatives en Colombie

Salles alternatives	Villes	Spectateurs	Prix moyen du billet	Sièges
Association Ciné-club Tonalà la Merced	Bogotá	51 306	1,12€	100
Alliance Franco-Colombienne	Bogotá	205	-	139
Centre Américano-Colombien de Medellin	Medellín	42 834	1,12€	306
Musée d'art Moderne de Medellin	Medellín	19 326	1,27€	256
Cinémathèque La Tertulia	Cali	9 626	1,18€	300
Fondation Cinémathèque des Caraïbes	Barranquilla	12 972	1,63€	176
Fondation Musée d'art de Pereira	Pereira	1 189	1€	300
Cinémathèque Distrital	Bogotá	44 105	0,43€	170
Association pour la promotion des Arts - PROARTES	Cali	-	-	72
Auditorio Cámara Diego Maria Producciones	Manizales	-	-	35

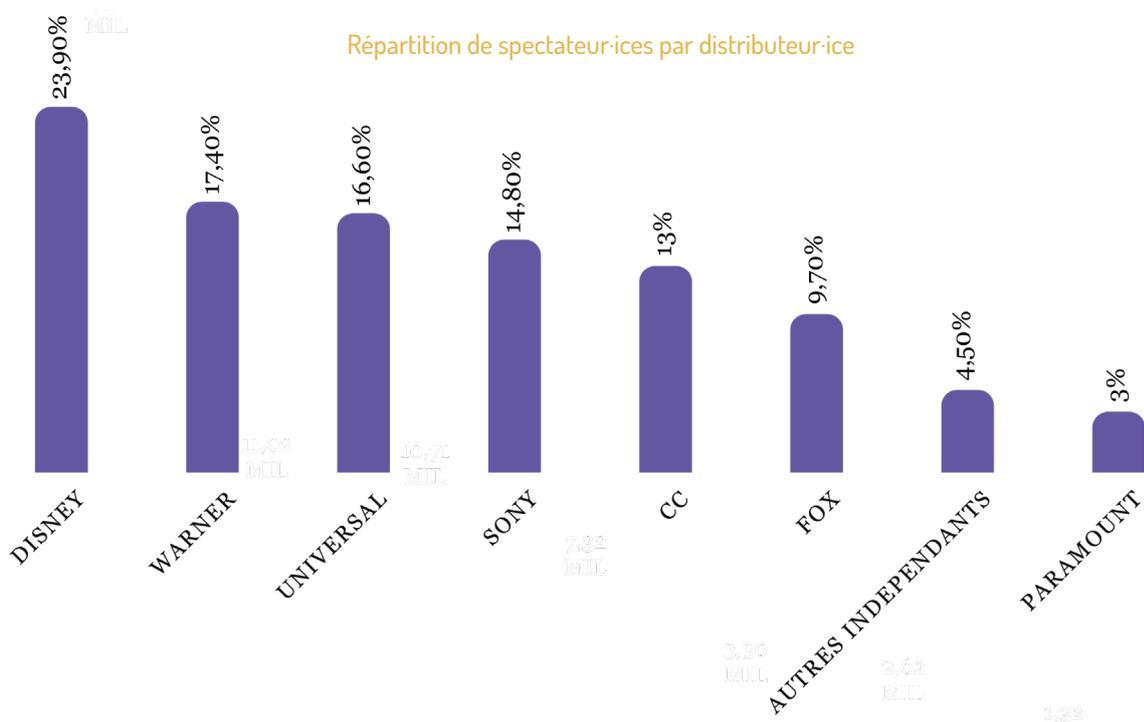
Source : Anuario Estadístico del Cine Colombiano, Dirección de cinematografía Ministerio de Cultura, 2017, p.31

Crise sanitaire et exploitation en salle : Durant l'année 2020 les salles de cinéma ont été fermées en Colombie pendant presque 1 an et demi. La réouverture des salles s'est faite de manière progressive, accompagnée de nombreuses restrictions limitant la capacité des salles. On a vu l'apparition de plusieurs dispositifs essayant de créer des alternatives aux restrictions dans les salles de cinéma tel que les ciné-parcs (toutefois, cette alternative a subi une baisse de fréquentation et a dû diminuer son activité en 2021). La fréquentation des salles de cinéma repart à la hausse après les années Covid, bien qu'elle atteigne à peine la moitié de ses performances d'avant la pandémie. De plus en plus de films colombiens sont distribués mais génèrent peu d'entrées en comparaison des films étrangers.

Fréquentation en salles

Si l'on se fonde sur les données de l'année 2018, le taux de fréquentation (spectateur·ices/habitant·es) était de 0,73%. La population prise en compte était de 51 609 474 habitant·es. Cela signifie qu'en moyenne, 3 colombien·es sur 4 ont été au moins une fois au cinéma en 2018. Toujours en 2018 et à l'image de ces dix dernières années, **les films américains représentent la grande majorité des films sortis en salles et génèrent le plus d'entrées** (91,49% des entrées totales) et de recettes (91,93%) suivis des films colombiens (3,54% des entrées/3,26% du box-office), anglais (1,34% des entrées/1,23% du box-office) et français (0,55% des entrées / 0,63% du box-office).

En ce qui concerne le cinéma français, Arnaud Miquel, attaché audiovisuel des pays andins, rapporte qu'il y a eu 40 sorties commerciales de films français en Colombie en 2022, dont des coproductions franco-colombiennes. Si Cine Colombia est également le leader de la distribution des films colombiens, elle demeure minoritaire dans le pays. En tant que société de distribution, elle comptabilise uniquement 13% des entrées et 12,4% du box-office. En Colombie, ce sont les grandes majors américaines qui attirent le plus de spectateur·ices (82,4%) et génèrent le plus de recettes (83,3%). Parmi elles, Disney (23,9% des entrées / 24,5% du box-office) arrive en tête suivie de Warner (17,4% des entrées / 17,8% du box-office) et Sony (14,8% des entrées / 14,6% du box-office).

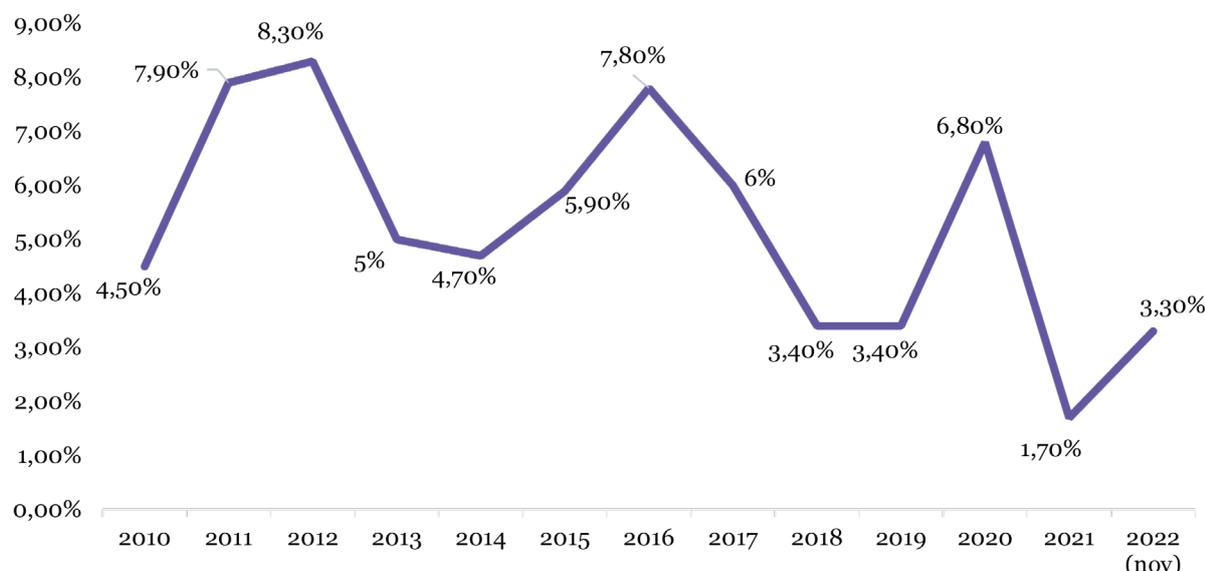


Les films colombiens qui génèrent le plus de recettes et d'entrées sont des **comédies**, puisque 73% des 27 050 845 spectateur·ices qui ont été voir un film colombien se sont rendu·es voir une comédie sur les dix dernières années. Sur les 323 films sortis en 2023, 90 (28%) des films sont des films comiques, genre qui possède le plus grand potentiel économique. 28% des films sortis concentrent donc 73% des entrées, monopolisant ainsi les parts de marché.

Cependant, dans la globalité de l'offre cinématographique, **les films qui génèrent le plus d'entrées de spectateur·ices** colombien·es et de recettes sont les films d'action (38%) suivi de l'animation (21%) et des films d'horreur (12%). Globalement, les meilleures entrées sont donc réalisées par des films dits « grand public », principalement issus des réseaux de distribution américains, qui à l'instar de leur hégémonie dans le monde, fonctionnent très bien en Colombie.

Part de marché colombien

Evolution du pourcentage d'entrées des films colombiens rapportés au nombre d'entrées total sur 12 ans



Source : Cine en Cifras Ed.23, Proimágenes Colombia, 2022, p. 7

Comme nous pouvons le voir sur ce graphique, les films colombiens génèrent moins de 4% des entrées et 3% du box-office en Colombie, ce qui représente 82 302 508€.

Parmi ce pourcentage, nous observons de grandes disparités. En effet, de gros succès, notamment des comédies distribuées par Cine Colombia, canalisent la majorité des entrées. **Les cinq plus gros succès de l'histoire colombienne en terme d'entrées sont les seuls films à avoir rassemblé plus d'un million de spectateur·ices** : il s'agit d'*El Paseo 4* – 2016 (1 693 873 spectateur·ices), *Uno al año no hace daño* – 2014 (1 634 763 spectateur·ices), *El Paseo 2* – 2012 (1 431 818 spectateur·ices), *Uno al año no hace daño 2* – 2015 (1 274 314 spectateur·ices) et *El Coco* – 2016 (1 154 386 spectateur·ices).

Si les grandes sociétés de distribution américaines réalisent le plus grand nombre d'entrées et génèrent le plus de recettes, ce ne sont pas nécessairement celles qui sortent le plus de projets par an puisqu'**en 2017, c'est Cine Colombia qui distribue le plus de films internationaux et colombiens** : 90 au total, soit 73% des films distribués en Colombie cette année. Si Cine Colombia est la société de distribution de films de toute nationalité qui est la plus prolifique et la plus génératrice d'entrées en Colombie, ce n'est pas celle qui distribue le plus de films colombiens.

En effet, les films colombiens de 2022 ont été distribués par 16 sociétés différentes dont DOC:CO qui est la société majoritaire avec la diffusion de 9 films (17% du total). Elle est suivie de Danta Cine et Cine Colombia avec 8 films chacune (14,81% du total).

Ainsi, dans le champ de la distribution de films nationaux, le marché est vite saturé puisque, hormis Cine Colombia, les autres sociétés indépendantes se répartissent une faible part de marché. **En 2022, tous distributeur·ices confondus, 54 films colombiens sont sortis, soit 10 de plus qu'en 2019 ce qui en fait la meilleure année de sorties de films colombiens.** Ils comptabilisent 1,25 million d'entrées réparties entre le documentaire (46%), les drames (37%), les comédies (11%) et enfin les films de mystère et d'horreur.

Cependant, les distributeur·ices indépendant·es (dont Cine Colombia) comptabilisent 17,5% des entrées en salle et 16,7% du box-office. Au sein de ces distributeur·ices indépendant·es, Cine Colombia concentre 74,2% des entrées en 2018 avec, notamment, la sortie de films grand public provenant de l'international.

Nous remarquons donc qu'à l'exception de quelques comédies qui sont des succès commerciaux portés par Cine Colombia, **l'offre de films colombiens distribués tend à augmenter tandis qu'on remarque une baisse proportionnelle de la fréquentation en salle des films colombiens par rapport à la période précédant la pandémie.** En effet, en 2019, la part de marché de films colombiens était de 6,8% sur les 75,11 millions d'entrées réalisées alors qu'elle chute à 3,3% sur les 37,76 millions d'entrées en 2022. Si l'augmentation des films colombiens sur le marché témoigne d'un dynamisme grandissant, il tend à rendre le marché de plus en plus concurrentiel, voire saturé au vu du manque de moyens promotionnels, avec une baisse de la fréquentation.

Habitudes spectatoriennes et manque d'éducation à l'image : le cas des films art et essai

Si l'offre de films colombiens poursuit son augmentation, la fréquentation en salle, qui était déjà la base de la filière de la distribution en Colombie, puisqu'elle est contrainte de distribuer des films étrangers plus spéculatifs et incertains, diminue. Ce phénomène entraîne de mauvais résultats en salle car les films ne rencontrent pas un public national suffisant et sont contraints de s'exporter, notamment en Europe, où ils peuvent aspirer à une diffusion plus large. En ce qui concerne les films **d'art et essai**, qui s'étaient progressivement développés jusqu'à former une sorte de niche de marché, nous pouvons inférer cette **baisse de fréquentation** à plusieurs facteurs, notamment la pandémie qui a dissuadé une partie des spectateur·ices plus âgé·es adeptes de ce genre de contenus à se rendre en salle. Pour ces films à faible potentiel économique, la seule issue est souvent **une sélection ou une nomination à de grands festivals internationaux de catégorie 1** comme Cannes, Berlin ou San Sebastián au risque de réaliser moins de 4 000 entrées en Colombie. Cependant même pour des films primés, comme ce fût le cas pour *Los Reyes del Mundo* de Laura Mora, primé à San Sebastián en 2022, le box-office demeure modeste avec environ 50 000 entrées réalisées sur le territoire ce qui caractérise donc le film de « succès national relatif », malgré une forte reconnaissance internationale. À une échelle plus globale, on peut émettre des hypothèses quant aux raisons de cette fracture entre une distribution grandissante de films colombiens et la population colombienne peu consommatrice de ce genre de cinéma. Nous pouvons, entre autres, évoquer **la concurrence nouvelle des plateformes** qui drague une partie des spectateur·ices et tend à homologuer les pratiques culturelles partout dans le monde. La prédominance des codes et de la grammaire audiovisuelle liés ou inspirés des telenovelas est également une piste d'explication possible : les spectateur·ices colombien·es préfèrent se tourner vers des œuvres grand public ou des comédies qui empruntent cette grammaire et le rythme bien connu des telenovelas. Nous pouvons également mettre en avant le peu de budget alloué à la promotion des films, le manque de supports communicationnels permettant d'atteindre les spectateur·ices ainsi qu'un ciblage publicitaire parfois laissé à la charge des producteur·ices eux-mêmes. Le travail de programmation et de mise en valeur des films est donc souvent délaissé par manque de moyens et subit une **concurrence déloyale de la part des films étrangers** disposant d'un grand budget promotionnel, qui passe notamment par de la publicité à la télévision autorisée en Colombie. Leur fenêtre respective de visibilité est donc limitée. Ces facteurs s'inscrivent tous dans un contexte culturel plus large encore : la Colombie **ne possède pas de système d'éducation à l'image particulier ou d'une cinéphilie instituée et relayée par une presse spécialisée** qui aurait un fort pouvoir prescriptif. Si le pays met d'ailleurs en place des aides pour soutenir la production de films, il n'en est pas de même pour la distribution ou l'exploitation.



À l'exception de l'**association des distributeur·ices colombien·es**, qui rassemble principalement les grand·es leader·euses de l'exploitation et exclut les petit·es distributeur·ices indépendant·es qui pèsent peu dans les discussions et négociations, le secteur de la distribution indépendante est peu structuré au niveau associatif ou syndical ce qui contribue au manque de représentation salariale de la filière. Le CNACC intègre au sein de son conseil des distributeur·ices et exploitant·es. L'organisme Proimágenes a, quant à lui, mis en place un soutien financier pour accompagner la modernisation des salles qui sont quasiment toutes, aujourd'hui, équipées avec un matériel numérique.

Manque de structuration de la filière de la distribution indépendante

À l'exception de l'**association des distributeur·ices colombien·es**, qui rassemble principalement les grand·es leader·euses de l'exploitation et exclut les petit·es distributeur·ices indépendant·es qui pèsent peu dans les discussions et négociations, le secteur de la distribution indépendante est peu structuré au niveau associatif ou syndical ce qui contribue au manque de représentation salariale de la filière. Le CNACC intègre au sein de son conseil des distributeur·ices et exploitant·es. L'organisme Proimágenes a, quant à lui, mis en place un soutien financier pour accompagner la modernisation des salles qui sont quasiment toutes, aujourd'hui, équipées avec un matériel numérique.

Il met également à disposition des distributeur-ices **un dispositif d'aides automatiques** permettant d'accéder à un certain montant du FDC (cf **Financement, FDC, p.28**).

En dehors de ces aides automatiques aux entreprises, il existe **un système d'aides sélectives** donnant également accès au FDC. On répertorie quatre types d'aides concernant la distribution :

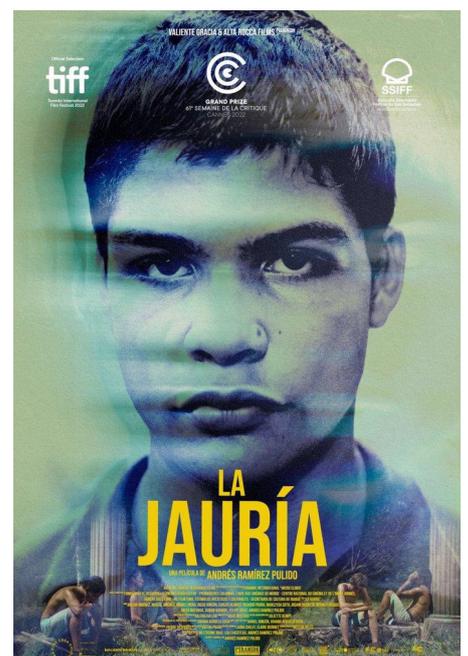
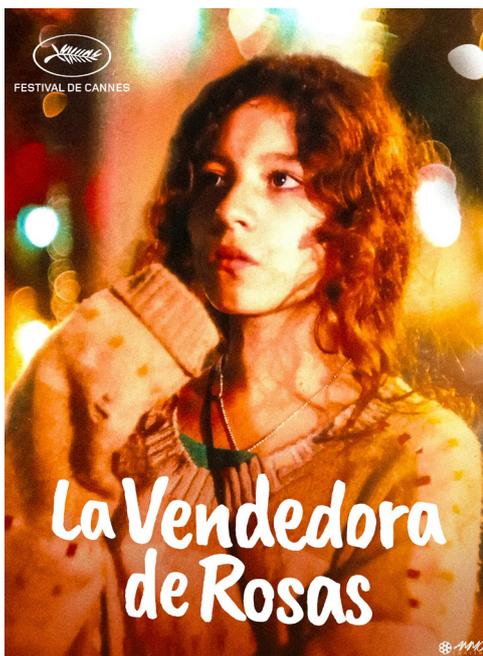
- Une aide à la circulation des oeuvres lors de projections spéciales et festivals (178 000€ de budget total)
- Une aide à la distribution des films colombiens (158 000€)
- Une aide pour inciter à la participation à des marchés internationaux, à des ateliers, workshops, festivals et prix internationaux (277 000€)
- Une aide à la promotion des longs-métrages afin d'améliorer, par un support publicitaire et communicationnel adéquat, les résultats au box-office (471 000€)

Nous pouvons ainsi constater que le budget à répartir parmi les projets sélectionnés est relativement bas. Nous pouvons remarquer également l'absence de dispositifs d'aide pendant la pandémie du Covid-19 et la disparition de l'aide d'Europa Cinéma soutenant la programmation à travers Media Mundus. Ce fonds, créé pour valoriser et diffuser le cinéma européen à l'international, contribuait notamment au développement du circuit de salles alternatives.

Distribution à l'international

Si le cinéma colombien parvient à trouver une bonne place à l'intérieur même du pays, que cela soit dans ses réseaux de salles et dans ses festivals régionaux et nationaux, **sa représentation à l'international est néanmoins relativement discrète**. La présence de films colombiens dans les festivals français, notamment au festival de Cannes, s'est intensifiée depuis les années 1990, avec en point d'orgue, la présence remarquée en compétition du film *La petite marchande de roses*, réalisé par Victor Gaviria en 1998. Depuis le début des années 2000, des coproductions franco-colombiennes ont été sélectionnées dans les différentes sélections du festival cannois, comme *La Terre et l'Ombre*, film réalisé par César Augusto Acevedo en 2015, présenté à la Semaine de la Critique et primé de la Caméra d'Or. Aussi, *La Jauría*, film réalisé par Andrés Ramírez Pulido, coproduction entre

la société colombienne Valiente Garcia et les deux sociétés françaises Alta Rocca et Micro Climat qui a remporté le Prix de la semaine de la critique et SACD au dernier festival de Cannes, avec une sortie prévue le 22 mars 2023 en France. **Si la France est le principal marché d'exportation des films colombiens**, le rapport est réciproque, car le cinéma français rencontre un certain succès auprès des spectateur-ices colombien-nes. Ces dernières années, **le box-office des films français en Colombie ne cesse de s'améliorer**. Les films français ont rassemblé plus de 785 000 spectateur-ices en 2019, avant la pandémie. Logiquement, après la pandémie, seulement 151 413 spectateur-ices colombien-nes sont allés voir des films français. La diffusion des films français d'auteur-es est également importante, principalement grâce au festival Cine Francés en Colombia.



La Colombie fait également partie des membres du **CAACI** (Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica), un organisme international créé en 1989 par l'Accord d'intégration cinématographique ibéro-américain. Cet organisme est composé de 21 États membres dont **l'Argentine, le Brésil, le Chili et la Colombie**. Celui-ci est spécialisé dans le développement du cinéma et l'audiovisuel dans les

pays d'Amérique latine et dans l'intégration des différents pays dans une logique de production et de diffusion régionale et à vocation internationale.

La Colombie a, en plus de la proximité récente qu'elle entretient avec la France, **des accords bilatéraux avec 3 pays d'Amérique latine** : l'Argentine, le Brésil et le Mexique.

Les circuits d'exploitation colombiens : quelle place au sein du reste de l'Amérique latine ?

D'après les bilans annuels d'Unifrance et les données offertes par le magazine Box-Office, le secteur de distribution et d'exploitation colombien se classe parmi les plus importants d'Amérique latine. En 2019, la Colombie s'est ainsi classée **3ème plus gros marché cinématographique de la région** avec 177 millions d'euros générés par les 352 films sortis cette même année. Ce résultat, bien qu'inférieur à ceux observés dans les cinémas

mexicains et brésiliens - et respectivement mesurés à 865,7 millions et 432 millions pour 454 et 444 films sortis - est néanmoins supérieur à ceux de l'Argentine et du Pérou - respectivement mesurés à 161,9 millions et 160,8 millions pour 494 et 304 films sortis. Il est important de noter qu'en 2020, ce classement est resté le même malgré la crise du Covid qui a provoqué une baisse de fréquentation de 80%, et une baisse des recettes de 81,3% sur le continent Sud-Américain - Mexique inclus :

Pays	Box-office 2020 (en millions de \$)
Mexique	190,79
Brésil	150,05
Colombie	35,21
Argentine	31,89
Pérou	29,41
Chili	18,71
Equateur	18,44
Bolivie	9,17
Costa Rica	6,88
Panama	5,83

Source : <https://www.boxofficepro.fr/amerique-latine-etat-des-lieux-2020/>

On peut de fait constater que malgré la 3ème place de la Colombie dans ce classement, elle reste loin derrière **le duo de tête en termes de chiffres**. Cet écart peut s'expliquer par une démographie très inférieure en Colombie ainsi que par un nombre de salles et d'écrans de cinéma largement supérieur au Mexique (7493 écrans réparties dans 955 salles), et au Brésil (3500 salles pour 842 cinémas en 2019) par rapport à la Colombie (1227 écrans en 2019 et 200 cinémas recensés en 2015).

La disparité de ces résultats n'empêche également pas des **pratiques spectatorielles similaires d'un pays à l'autre**. Les bilans annuels d'Unifrance rapportent ainsi que le 10 top du box-office 2019 était dominé dans chacun de ces pays par des blockbusters américains, même si l'on peut remarquer la présence d'une production nationale dans les top brésiliens (*Nada a perder 2*) et argentins (*La odisea de los giles*).

À l'image de *La odisea de los giles*, **les productions nationales d'Amérique Latine susceptibles de faire concurrence aux blockbusters américains** sont, comme en Colombie, **des comédies**.

Un autre élément de comparaison qui nous intéresse dans le domaine de l'exploitation cinématographique en Amérique latine est la part de films français diffusés parmi les sorties en salles des cinq premiers marchés de la région, et leur part dans les box-offices nationaux. De fait, si le Brésil est le pays ayant sorti le plus de films français en 2019 (70 pour 444 films sortis), la Colombie est le pays dont le cinéma Français a occupé la plus grosse part de marché cette année-là, avec 1,1%.

Parts de marché des distributeurs

Cinecolor Films Colombia (Disney)	48,6%
Warner Bros	17,3%
UIP (Paramount, Universal)	13%
Cine Colombia	10,1%
Sony	6,7%
Diamond Films	2%
Cineplex	1,2%
Babilla Cine	0,2%

Festivals et diffusion alternative

Le premier festival de Colombie : le FICCI

Le premier festival à voir le jour en Colombie est le FICCI, le **Festival International du Film de Carthagène des Indes**, dont la 62e édition s'est tenue du 23 au 27 mars 2023. Fondé en 1960, il s'agit toujours de l'un des plus importants et d'une référence dans le pays. Traditionnellement, le FICCI centre sa programmation sur le cinéma colombien et latino-américain, cherchant notamment à valoriser les cinéastes locaux et les films d'auteur·es. Diana Bustamante était la directrice artistique de 2014 à 2018, et explique qu'à l'époque le festival était financé à 70% par différents fonds publics (comme la mairie de la ville, la région ou encore le ministère de la culture) et pouvait accueillir environ **40 000 spectateur·ices en une semaine**. Ces dernières années, la programmation s'est élargie et s'axe davantage sur les films internationaux. Le festival propose toujours toutefois une section « *100% Colombian* » qui présente une sélection de films récents et deux spectacles qui cherchent à inclure les voix afro et indigènes dans le débat public sur le cinéma. Le sponsor officiel du FICCI est le distributeur Cine Colombia, en raison de la portée internationale de l'événement et de son rôle de promotion du tourisme dans la ville et le pays. Il possède également plusieurs partenaires institutionnels comme les gouvernements colombien et bolivien ou l'ambassade espagnole en Colombie et compte sur le soutien de plusieurs médias nationaux et internationaux.



FESTIVAL
INTERNACIONAL
DE CINE
DE CARTAGENA DE INDIAS



Les festivals, lieux de rencontres et d'intégration professionnelle

Le nombre de festivals a grandement **augmenté depuis ces 20 dernières années**. En 2022, il existe une centaine de projections de films et événements cinématographiques en Colombie, qui restent toutefois majoritairement centralisés dans les villes principales. Sur les 71 festivals qui existaient en 2017, 22 d'entre eux sont par exemple localisés à Bogotá. La plupart proposent des dispositifs concurrentiels et des remises de prix dans plusieurs catégories. Ils sont majoritairement financés par des investisseurs·euses privé·es et se construisent avec la participation des distributeur·ices, des exploitant·es, des marchés cinématographiques et d'autres allié·es commerciaux·ales stratégiques, notamment des chaînes de télévision, des hôtels et des compagnies aériennes. Parmi les plus importants on retrouve le **BIFF**, Festival International du Film de Bogotá.

Initialement **pensé pour récompenser les productions colombiennes**, il élargit rapidement sa programmation aux œuvres internationales. Le festival s'est grandement diversifié et propose désormais des programmations pour la jeunesse, des documentaires à portée écologique, des courts-métrages, des séances pour les personnes aveugles et malvoyantes, et des projections dans les prisons du pays. Le festival s'adresse **à tous les publics et notamment aux jeunes et aux étudiant·es**. C'est également le cas de Cinexcusa - le Festival de Cinéma de Neiva (capitale du département de Huila).

On note également le festival international du film de Cali (FICCALI) dirigé par Luis Ospina de 2007 à sa mort en 2019, qui est par ailleurs lié au SAPCINE, le Salon de producteur·ices et projets cinématographiques de Cali, un événement de rencontre majeur du paysage audiovisuel. Il se caractérise comme un lieu de rencontre pour les cinéastes universitaires et amateurs et sa plus ancienne sélection est dédiée aux courts-métrages envoyés par des écoles de cinéma ou des citoyen·nes colombien·nes non cinéastes. La majorité des festivals colombiens sont donc toujours centralisés dans les grandes villes et ont élargi leur programmation à l'international.

Ces événements sont avant tout des **moments de rencontres et d'intégration entre les différent·es acteur·ices de l'écosystème audiovisuel et les publics** et constituent des espaces pour favoriser la visibilité des œuvres exclues du grand marché. Cependant, le fait qu'un film colombien soit sélectionné en festival ne garantit pas son succès en salles dans le pays : comme nous l'avons vu, seule une sélection dans les festivals européens de Classe A peut influencer la sortie d'un film en Colombie. On note par ailleurs plusieurs festivals dédiés au cinéma Européen Occidental comme Eurocine, le Festival de Cine Francés ou le Ciclo de Cine Italiano.



L'association **ANAFE** (*Asociación Nacional De Festivales, Muestras y Eventos Cinematográficos y Audiovisuales de Colombia*) organise actuellement des réunions et des rencontres avec les auteur·es et les différent·es acteur·ices du secteur pour aborder de nouvelles perspectives, renouveler les productions colombiennes et proposer des nouvelles formes de narration et de réalisation. Elle fait la promotion de nombreux événements cinématographiques et distribue également des prix dans des festivals comme le FICCI. Elle est présidée par Juan Esteban Rengifo, également le directeur du Festival de courts-métrages de Corto.

La numérisation des festivals

Il est important de noter que plusieurs festivals **se tournent de plus en plus vers le numérique et les nouveaux médias**, autant dans leur programmation que dans leur mode de diffusion. Le #NarrarElFuturo : *Creative Commons & New Media Bogotá Film Festival* a par exemple vu le jour en 2013. Il est présidé par Alejandro Ángel, réalisateur, producteur et professeur à l'Université Jorge Tadeo Lozano dans le domaine des médias numériques et immersifs.

L'évènement se caractérise par l'inclusion, dans sa programmation, des tendances narratives audiovisuelles les plus récentes et de l'écosystème numérique, que ce soit les jeux vidéo, les œuvres expérimentales, les docuwebs, les expositions transmédias, la réalité virtuelle (VR) ou la réalité augmentée, ou encore les productions réalisées avec des téléphones portables.

De plus, depuis la pandémie de Covid-19 et dans une politique de décentralisation, afin de toucher des publics plus larges, certains festivals proposent également des éditions en ligne. C'est le cas de la **MIDBO**, vitrine internationale du documentaire de Bogotá, un festival très important pour le documentaire né en 1999 et qui a vu le jour en version numérique en 2020. Ces modes de diffusions permettent une **décentralisation du cinéma** à travers le pays mais donnent également aux œuvres une **visibilité bien plus large** au niveau international.

Festivals locaux et communautaires

Il existe ensuite en Colombie plusieurs festivals cherchant à valoriser la culture locale et à démocratiser l'éducation audiovisuelle dans les endroits les plus isolés du pays. C'est par exemple le cas du **Festival international du film et de la vidéo alternative et communautaire**, le *Fescivi C13 La Otra Historia* et le *FESDA (Festival Nacional de Cine y Video Comunitario del Distrito de Aguablanca)*. Certains sont d'ailleurs pleinement centrés sur le cinéma des cultures indigènes comme le Festival du film de Pasto, le Festival du film d'Ituango, la Muestra de Cine y Video Indígena de Daupará.



« Leur plus grande force réside dans leur intégration au contexte social, culturel ou géographique dont elles sont issues ou auxquelles elles appartiennent. Il s'agit d'initiatives où l'accent du festival est axé sur le renforcement du tissu social du territoire. Les festivals de cinéma et les spectacles sont le seul moyen d'amener des films sur les territoires. Il n'y a pas d'autre possibilité, car les cinémas sont dans les grandes villes. »

Mario Viana, directeur du Festival du film d'Ituango.

Les circuits de diffusion alternative

Les salles de cinéma alternatives sont définies par le ministère de la Culture colombien comme « remplissant des objectifs culturels, artistiques ou éducatifs » plutôt qu'ayant un objectif commercial. Il en existe une dizaine dans le pays pour près de 1 800 sièges et certaines sont soutenues par le ministère de la Culture ou le Programme National de Coordination Culturelle. Elles sont installées dans des musées, cinémathèques ou dans des locaux d'associations. Le concept de « cinéma alternatif » est fondé sur la nature de la salle, le type de films qui y sont projetés, la façon dont les films sont programmés et le fait que l'espace hébergeant les projections serve également à une autre activité ». Bien que l'objectif de ces salles soit de diffuser du cinéma dans les communes, **elles restent elles aussi très centralisées**. Les principales en terme de fréquentation sont situées à Bogotá, comme la *Cinemateca Distrital* (170 sièges pour 44 105 spectateur·ices en 2017) ou à Medellín comme le *Centro Colombo Americano* (306 sièges pour 42 834 spectateur·ices en 2017).

L'un des principaux dispositifs alternatifs de diffusion à travers le pays est la **Semaine du Cinéma Colombien**, datant de 2004, créée et dirigée par la DACMI. L'objectif de cet événement est d'augmenter le nombre de spectateur·ices des films colombiens, de promouvoir les productions nationales et de renforcer la circulation et la diffusion des films dans le pays dans les nombreuses

municipalités isolées qui ne sont pas équipées de salles de cinéma avec l'ambition de permettre aux populations d'accéder plus équitablement au cinéma national. Dans cette ambition, la majorité des films sont également diffusés sur la plateforme Retina Latina. Le projet est soutenu par le CNACC et Proimágenes pour porter le cinéma national aux communes des 32 départements du pays. L'événement est **en constante expansion**, l'édition de 2016 a touché 197 communes – soit 17,5% des communes et villes du pays – à travers 1 800 projections qui ont regroupé 147 761 participant·es au total.





La Jauría (2022) de Andrés Ramírez Pulido

V

COPRODUIRE AVEC LA COLOMBIE

Bien que ces dernières années de plus en plus de coproductions avec d'autres pays d'Amérique Latine se sont montées en Colombie, soutenues notamment par le **programme Ibermédia**, les coproductions restent rares entre les pays andins (Equateur, Pérou, Bolivie) qui possèdent **une industrie cinématographique et audiovisuelle plus faible, peu de financements publics dédiés et une capacité limitée à réunir des financements privés.**

La majorité de la production en Colombie reste de la **production exécutive** avec des sociétés basées principalement à Bogotá (comme Dynamo Producciones) spécialisées dans l'accueil de tournages et la mise à disposition de moyens humains, techniques et logistiques à l'attention des grandes sociétés de productions étrangères (en particulier les *majors* américaines) et de plateformes comme Netflix et Amazon Prime.

Dans ce contexte, la coproduction internationale, notamment avec l'Europe, reste **l'une des plus recherchée** pour les producteur·ices indépendant·es.

Coproduction France-Colombie

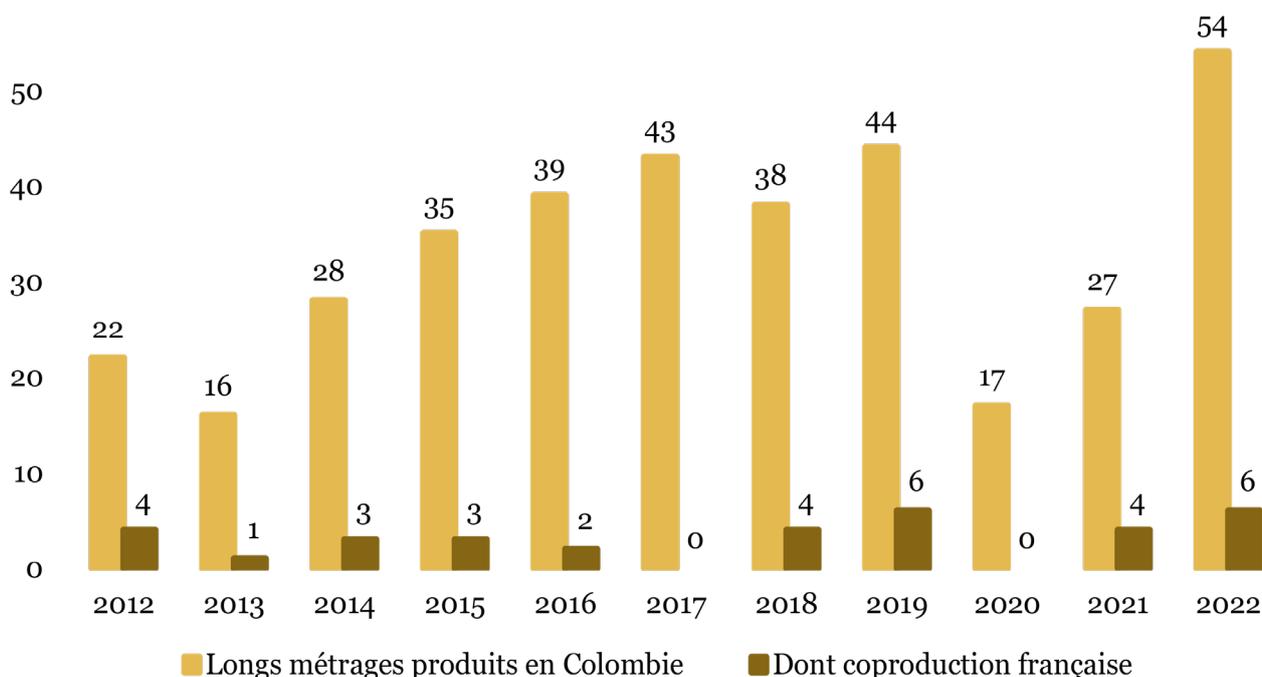
Avec l'Argentine, le Brésil, le Mexique, l'Espagne et l'Allemagne, **la France représente l'une des principaux·ales coproducteur·ices des films colombiens.** Comme nous l'avons vu précédemment, dans un pays qui ne possède pratiquement pas de cinémas indépendants et où la majorité de la programmation des grand·es exploitant·es provient des *majors* américaines, le cinéma indépendant et national colombien peine à trouver sa place.

ses nombreux festivals, résidences et lieux de valorisation des films, ses technicien·nes qualifié·es et ses producteur·ices expérimenté·es, mais aussi pour son image à l'international.

La collaboration avec la France est alors **essentiellement recherchée** par les producteur·ices colombien·es **pour ses opportunités dans le cinéma dit « d'auteur·e »** grâce à son réseau de salles art et essai (le plus important au monde), sa capacité à apporter des fonds et des ressources aux projets,

Cette collaboration a donné lieu **le 24 mai 2013** à la signature d'un accord de coproduction entre le gouvernement français et le gouvernement colombien qui a déjà permis à **28 longs-métrages** coproduits entre la France et la Colombie (dont 24 fictions et 4 documentaires) de sortir en salles. Parmi ceux-ci, 9 films ont bénéficié de l'aide aux cinémas du monde du CNC (30%) et 20 ont obtenu le FDC pour le développement, la production ou la post-production (70%).

Films sortis en salles en Colombie



Données issues de l'inventaire des films de long-métrage de Proimágenes

Litigante de Franco Lolli (2019) - Aide aux cinéma du monde avant réalisation 2019

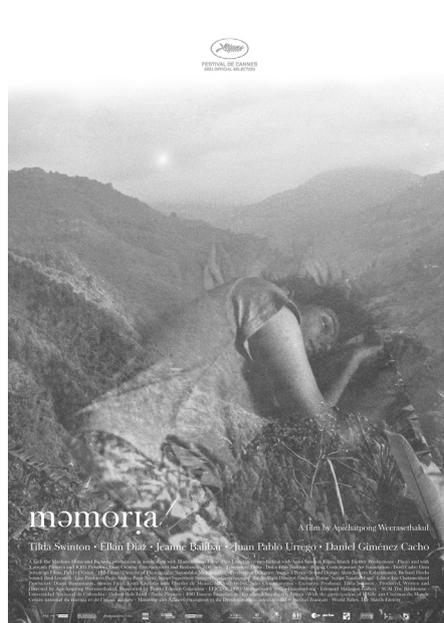


Plusieurs coproductions France-Colombie ont été récompensées dans les festivals internationaux :



1 Grand Prix du Festival International de San Sebastián

Los reyes del mundo (2022), 2e long-métrage de Laura Mora, produit par la productrice colombienne Cristina Gallego (Ciudad Lunar Producciones), coproduit par Edgar Tenenbaum (Tu Vas Voir, FR)



1 Prix du jury en sélection officielle à Cannes

Memoria (2021) du réalisateur thaïlandais Apichatpong Weerasethakul produit par la productrice colombienne Diana Bustamante (coproduction française Anna Sanders Films)



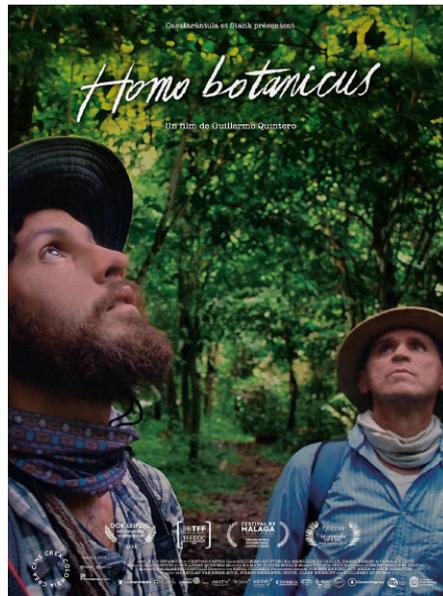
1 Caméra d'or au festival de Cannes et 1 prix SACD de la Semaine de la Critique à Cannes

La Tierra y la Sombra (2015), premier film de Cesar Acevedo, produit par Diana Bustamante de Burning Blue Production (CO) et Thierry Lenouvel de Ciné Sud Promotion (FR)



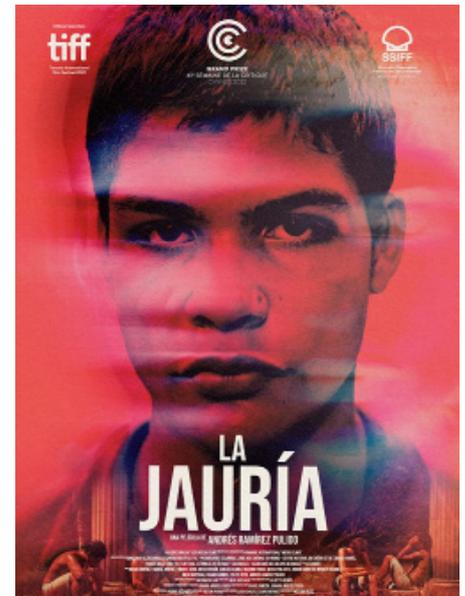
1 GWFF Best First Feature à la Berlinale

Los conductos (2020) de Camilo Restrepo produit par Felipe Guerrero de mutokino (CO) et Helen Olive & Martin Bertier de 5 à 7 Films (FR).



1 Prix du meilleur documentaire au Torino Film Festival

Homo Botanicus (2019) de Guillermo Quintero, produit par Nicolas van Hemelryck Rodriguez et Clare Weiskopf (Casatarantula, CO), coproduit par Pierre-Emmanuel Urcun (Stank, FR)



1 Grand Prix de la Semaine de la Critique à Cannes et 1 prix SACD de la Semaine de la Critique à Cannes

La Jauría (2022), premier long-métrage Andrés Ramírez Pulido (coproduction française Alta Rocca Films)



1 Prix Spécial du Jury, cinéastes du présent au Festival de Locarno

Los Hongos (2014), 2e long-métrage d'Oscar Ruíz Navia, produit par Oscar Ruíz Navia, Gerylee Polanco (Contravia Films) et Diana Bustamante (Burning), coproduit par Guillaume de Seille (Arizona Productions, FR).



1 Prix FIPRESCI de la critique internationale au Forum de la Berlinale

Crab Trap (*La Barra*, 2010), premier film d'Oscar Ruíz Navia, produit par Oscar Ruíz Navia, Gerylee Polanco (Contravia Films) et Diana Bustamante (Burning Blue), coproduit par Guillaume de Seille (Arizona Productions, FR).

La Jauría d'Andrés Ramírez Pulido (2022) - Grand Prix et Prix SACD de la Semaine de la Critique - 75e édition du Festival de Cannes, 2022



Accord de coproduction France-Colombie (depuis 2013)

Signé à Cannes le 24 mai 2013 entre le Gouvernement de la République française et le Gouvernement de la République de Colombie, cet accord part de :

- La volonté commune **de renouveler et de renforcer les relations** cinématographiques entre la France et la Colombie
- La volonté de **valoriser leur patrimoine cinématographique commun**

Il porte sur les œuvres cinématographiques uniquement (destinées à une première diffusion en salle de cinéma).

Accord de coproduction France-Colombie – Texte officiel

Décret n° 2013-928 du 17 octobre 2013

Conditions d'admission des œuvres cinématographiques de coproduction au bénéfice de cet accord :

- Les œuvres cinématographiques de coproduction doivent avoir reçu, une fois l'œuvre terminée, l'approbation définitive des autorités compétentes des deux pays (DACMI pour la Colombie, CNC pour la France)
- Les œuvres cinématographiques doivent être réalisées par des entreprises de production ayant une bonne organisation technique et financière et une expérience professionnelle reconnue par l'autorité compétente du pays dont elles relèvent. Les entreprises de production, pour être éligibles au bénéfice de cet accord, doivent, en outre, satisfaire aux conditions imposées par les réglementations françaises ou colombiennes selon le pays dont elles relèvent.
- Les collaborateurs artistiques et techniques doivent avoir soit la nationalité française, soit la nationalité colombienne ou la nationalité d'un État membre de l'Union européenne ou d'un État Partie à l'Accord sur l'Espace économique européen.
- Les prises de vues doivent être effectuées dans des studios établis sur le territoire de l'un ou l'autre des deux pays. Les prises de vues réalisées en décors naturels sur un territoire qui ne serait ni la France ni la Colombie peuvent être autorisées et ce après accord des autorités compétentes des deux pays si le scénario ou l'action de l'œuvre cinématographique l'exige.

I-Proportion des apports financiers des coproducteur·ices :

La proportion des apports respectifs du ou des coproducteur·ices de chaque pays dans une œuvre cinématographique de coproduction peut varier de **20% à 80%** du coût définitif de l'œuvre cinématographique. La participation technique et artistique du ou des coproducteur·ices de chaque partie doit intervenir en principe dans la même proportion que ses apports financiers.

Les autorités compétentes des deux pays examinent tous les deux ans si un équilibre est assuré entre les contributions respectives aux œuvres réalisées en coproduction.

II-Répartition des recettes :

La répartition des recettes est déterminée **librement** par les coproducteur·ices. Elle est précisée dans le contrat qui les lie.

III-Propriété des oeuvres cinématographiques de coproduction :

Chaque coproducteur·ice est **codétenteur·ice des éléments corporels et incorporels de l'œuvre cinématographique**. Le matériel est déposé, aux noms conjoints des coproducteur·ices, dans un laboratoire choisi d'un commun accord.

IV-Coopération et circulation :

Toutes facilités seront accordées pour la circulation et le séjour du personnel artistique ou technique collaborant à ces films ainsi que pour l'importation ou l'exportation dans chaque État du matériel nécessaire à la réalisation et à l'exploitation des films en coproduction (pellicule, matériel technique, costumes, éléments de décors, matériels de publicité).

V-Promotion :

Les génériques, bandes annonces promotionnelles et matériel publicitaire doivent mentionner la coproduction entre la France et la Colombie. Elle doit être également mentionnée dans le cas de présentation dans les festivals.

VI-Coproduction avec d'autres États :

Les autorités compétentes des deux pays acceptent que les œuvres cinématographiques admises au bénéfice de cet accord puissent être coproduites avec un ou plusieurs producteur·ices relevant d'États avec lesquels l'un ou l'autre pays sont liés par des accords de coproduction cinématographique.

VII-Bénéfices :

Les œuvres cinématographiques réalisées en coproduction et admises au bénéfice de cet accord sont considérées comme **œuvres cinématographiques nationales à la fois en France et en Colombie**. L'œuvre a donc un visa d'exploitation et fait l'objet d'une exploitation commerciale dans chacun des deux pays.

Les œuvres cinématographiques de coproduction admises au bénéfice de cet accord bénéficient, de plein droit, sur le territoire français, comme sur le territoire colombien, des avantages qui résultent des dispositions en vigueur relatives à l'industrie cinématographique de chacun des pays. Ces avantages sont acquis seulement à la ou au producteur·ice du pays qui les accorde.

Les autres points de l'accord portent sur **la formation aux métiers du cinéma** (faciliter la formation initiale et continue des professionnel·les, favoriser la conclusion d'accords ou de conventions entre les écoles) et la coopération cinématographique : distribution et promotion des œuvres cinématographiques (nécessité de promouvoir la diversité culturelle par le biais de programmes d'éducation à l'image et de participation à des festivals de films), échanges de savoir-faire entre les professionnel·les (artistes, technicien·nes, ...), coopération entre les cinémathèques et les organismes de conservation d'archives cinématographiques.

VIII-Commission mixte :

Pour suivre et faciliter l'application de cet accord et en suggérer, le cas échéant, des modifications, il est institué une **Commission mixte composée de représentant·es des autorités compétentes et de professionnel·les des deux pays**. Cette Commission se réunit en principe tous les deux ans alternativement en France et en Colombie (elle peut également être convoquée à la demande de l'une des autorités compétentes).

IX-Procédures d'application :

Les producteur·ices de chacun des deux pays doivent, pour être admis au bénéfice de l'accord, **joindre à leur demande d'admission, avant le début des prises de vues, à l'autorité compétente, un dossier** comportant :

- Un document concernant l'acquisition des droits d'auteur·e pour l'exploitation de l'œuvre cinématographique
- Un synopsis donnant des informations précises sur la nature du sujet de l'œuvre cinématographique
- La liste des éléments techniques et artistiques
- Le plan de travail complété par l'indication du nombre de semaines de prises de vues (studios et extérieurs) et des lieux de prises de vues
- Un devis et un plan de financement détaillé
- Le contrat de coproduction

L'autorité compétente de la Partie à participation minoritaire ne donne son approbation qu'après avoir reçu l'avis de l'autorité compétente de la Partie à participation majoritaire.

Enjeux de cet accord

- **Bénéficiaire des avantages** qui résultent des dispositions en vigueur relatives à l'industrie cinématographique de chacun des pays :
 - Le ou la producteur·ice français·e pourra obtenir l'agrément du CNC qui lui permettra de générer sur son compte de soutien automatique lors de la sortie du film en salles en France et facilitera la distribution du film en permettant également à la ou au distributeur·ice français·e d'utiliser son compte de soutien automatique pour distribuer le film en France.
 - Le ou la producteur·ice colombien·ne pourra demander les aides sélectives et automatiques du FDC (notamment l'aide à la coproduction minoritaire et des aides pour accompagner le film en festivals) et bénéficier des incitations fiscales (FFC ou déduction fiscale de 165% pour les investisseurs·seuses colombien·nes). L'exploitant·e colombien·ne ne payera que 5% (au lieu de 8,5% pour les films non colombiens) de taxe parafiscale pour le FDC sur le prix des entrées en salles du film.
- Les œuvres cinématographiques réalisées dans le cadre de cet accord sont considérées comme œuvres cinématographiques nationales à la fois en France et en Colombie. A ce titre, elles bénéficient en France notamment d'une distribution en salles et de l'accès au réseau des salles Art et Essai de l'AFCAE, d'une facilité d'accès aux festivals français et européens, d'une valorisation par Unifrance, de leur présence dans les médiathèques et archives françaises. En Colombie, elles acquièrent le certificat de produit national (CPN) qui leur permet de bénéficier des avantages établis par les lois en vigueur (cf paragraphe précédent).
- L'accord établit la proportion des apports respectifs des coproducteur·ices de chaque pays (entre 20% et 80% du coût définitif de l'œuvre) et rappelle que la participation technique et artistique des coproducteur·ices de chaque pays doit intervenir dans la même proportion que ses apports financiers, mais il indique également que la répartition des recettes est déterminée librement par les coproducteur·ices dans le contrat qui les lie.

Ce dernier aspect **peut poser un réel problème** dans le cas où le·la producteur·ice français·e négocierait 100% des droits pour son territoire, la France, en laissant 100% des droits à la ou au producteur·ice colombien·ne pour la Colombie, comme cela se fait généralement dans le cadre de coproductions. La taille du marché français surpassant celle du marché colombien et la distribution et la diffusion des films se faisant principalement en France, pays doté d'un important réseau de valorisation des films (salles art et essai, festivals, télévisions), cette répartition provoquerait un rapport déséquilibré pouvant s'apparenter à une forme de néocolonialisme. C'est la raison pour laquelle ces dernières années des discussions et des négociations ont eu lieu pour réfléchir à un partage des droits (et donc des recettes) des films de façon plus équitable, avec une solution privilégiée d'un partage des territoires au prorata des apports de chaque coproducteur·ice.

Il faut garder en tête que répondre aux critères de cet accord n'est pas toujours faisable, qu'il ne fait l'objet que d'une réunion tous les deux ans et que la demande doit être effectuée avant le début des prises de vues, par conséquent beaucoup de coproductions se font de manière « non officielle ».

Les marchés de la coproduction



Bogotá Audiovisual Market

Le BAM est **le plus important marché audiovisuel de Colombie** et la concrétisation de l'une des vocations essentielles de Proimágenes et de la Chambre de Commerce de Bogotá : offrir des espaces de rencontre aux différent-es agent-es du secteur audiovisuel afin de favoriser les échanges entre professionnel·les, d'encourager de nouvelles entreprises et de promouvoir de nouveaux talents. Le BAM est un marché qui centralise l'offre de contenus audiovisuels nationaux et cherche à réunir la meilleure demande possible pour la création d'une industrie durable et compétitive au niveau international. Depuis 13 ans, le BAM identifie, renforce et donne de la visibilité aux créateurs audiovisuels du pays avec ses divers thèmes et formats et facilite la circulation de ses contenus au niveau national et international et la création d'alliances pour leur financement. Chaque année le BAM accueille des professionnel·les français-es (agent-es de vente, producteur·ices, distributeur·ices) pour consolider les opportunités de coopération et de coproduction entre les deux pays.



Festival Biarritz
Amérique Latine
Laboratoire

Les rencontres de coproduction du Festival Biarritz Amérique Latine

Le Festival Biarritz Amérique Latine organise depuis 7 ans des rencontres de coproduction, avec le soutien de la Région Nouvelle-Aquitaine en partenariat avec l'agence ALCA et le CNC. Ces rencontres ont pour objectif de **faciliter la coopération entre professionnel·les et artistes français-es et latino-américain·es**. Dans ce cadre, les réalisateur·ices et/ou producteur·ices présent·es au festival avec un film en sélection officielle pourront présenter leurs prochains projets en écriture ou en développement à des producteur·ices et agent-es de vente intéressé·es par la coproduction avec l'Amérique Latine. Trois prix récompensent des projets à l'issue des rencontres : la Bourse d'aide au développement du CNC et les Prix Bal-Lab fiction et documentaire consistant en la traduction en français du scénario. Depuis 2022, 3 nouveaux prix s'ajoutent au palmarès, grâce au soutien des industries de la région Nouvelle Aquitaine : Prix Cristal Publishing d'aide à la création d'une musique originale, Prix de Post-Production pour de l'étalonnage et Prix de Post-Production pour du mixage.

Foro | Europe-Latin America | 20 Co-Production Forum | 22

Le Forum de la coproduction Europe-Amérique latine de San Sebastián

Lancé en 2012, ce forum s'adresse **aux projets latino-américains et européens en phase de développement**. Les projets européens doivent avoir un lien direct avec l'Amérique latine : implication d'un·e producteur·ice latino-américain·e, lieux de tournage, acteur·ices dans les rôles principaux ou sujet du scénario. Sont concernés les projets cinématographiques de fiction, de non-fiction et d'animation, ainsi que les projets transmédiés, d'une durée minimale de 60 minutes et dont au moins 20% du financement est assuré. Dans le cadre du forum, des prix importants sont décernés comme le prix du meilleur projet, le prix DALE ! (Développement Amérique latine-Europe) et le prix international ArteKino.



PACCPA

PANORAMA DU CINÉMA COLOMBIEN

Cinélatino - Cinéma en construction et Cinéma en développement

En 2002, le festival de San Sebastián et les Rencontres Cinémas d'Amérique Latine de Toulouse se sont associés pour organiser une section « Cinéma en Construction » réservée à des films latino-américains de long métrage nés d'une démarche indépendante et contraints de s'interrompre au stade de la postproduction, faute des moyens nécessaires. Cinéma en Construction impulse **la rencontre et la coopération** entre les producteur·ices des *works-in-progress* sélectionnés et des partenaires européen·nes pour que ces films parviennent aux écrans et aux publics. Avec plus de 300 professionnel·les qui participent à ces sessions, Cinéma en Construction est le rendez-vous stratégique incontournable avec les cinématographies latino-américaines et les professionnel·les connectés·es à l'Amérique latine. Cinéma en Développement est ensuite un dispositif pouvant accueillir une vingtaine de réalisateur·ices ou producteur·ices ayant un projet de long métrage de fiction, de documentaire, d'animation, de réalité augmentée ou d'expérimentation au stade de l'écriture, du développement, du financement, ou de la post-production. L'objectif est de les mettre en relation avec de potentiel·les partenaires européen·nes, producteur·ices, vendeur·ses, distributeur·ices, chaînes.

Panorama du cinéma colombien à Paris (PACCPA)

Depuis 10 ans, le Panorama du cinéma colombien, porté par l'association Le chien qui aboie, propose des espaces de rencontre avec la cinématographie colombienne et latino-américaine. Ces espaces sont variés : projections, tables rondes, débats, expositions. Ils invitent non seulement à la découverte d'un cinéma en plein essor, mais également à rencontrer un pays et ses cultures, en constante transformation.

Pourquoi coproduire avec la Colombie ?

Au delà des bénéfices réels de l'accord de coproduction et des différentes mesures d'incitations fiscales pour attirer des tournages et des productions sur le territoire colombien, il y a en Colombie, via des institutions comme Proimágenes, la volonté de propulser un cinéma exigeant conscient des réalités historiques et sociales du pays, ce qui favorise un vivier de réalisateurs et réalisatrices de grand talent dont la capacité à porter des messages universels puissants se confirme par leur présence et leur reconnaissance dans de nombreux festivals internationaux (Cannes, Venise, Berlin, San Sebastián...).

Ces dernier·eres sont porté·es par des producteur·ices engagé·es comme Diana Bustamante, Cristina Gallego, Alexander Arbelaez, Oscar Ruíz Navia... qui coproduisent régulièrement avec la France et d'autres pays à l'international et sont recherché·es pour leur expertise, comme c'est le cas de Diana Bustamante qui a été productrice déléguée sur le dernier film du réalisateur thaïlandais Apichatpong Weerasethakul (Palme d'Or à Cannes en 2010 avec *Uncle Boonmee*), bien qu'elle n'était pas majoritaire, l'apport colombien ne représentant que 15% du film (le principal apport étant mexicain).



Uncle Boonmee de Apichatpong Weerasethakul



Photo de Backroad Packers

VI

**TOURNER
EN COLOMBIE**

Tourner en Colombie

Grâce à **la richesse et la diversité de son climat** et de son territoire, la Colombie détient une forte diversité et variété de sites de tournage : des glaciers aux forêts tropicales humides en passant par les hauts plateaux, de grandes vallées, deux océans, des déserts, des rivières, des lacs et lagunes, et des milliers d'espèces animales et végétales. Il s'agit de l'un des 5 pays « megadivers » grâce à sa richesse naturelle. En outre, la stabilité de ses différents climats tout au long de l'année permet de garantir **une souplesse de tournage**. Les grandes villes du pays, éclectiques et culturelles, offrent également un panel d'activités, de couleurs et d'histoires différentes.



Visas

Le ministère des Relations Extérieures accorde **le visa de courtoisie de type V** au personnel artistique, technique et de production étranger-eres qui entre dans le pays dans le but de réaliser des projets audiovisuels étrangers. Cependant, la nationalité française ne fait pas partie des nationalités restreintes, et n'a pas d'obligation de visa s'il s'agit d'un séjour court (moins de 90 jours), ce qui facilite le voyage pour les coproductions françaises.

Permis de filmer

La certification est délivrée par **le Ministère de la Culture** (autorisation de tournage sur le territoire national) ou par **Proimágenes** (certification de l'œuvre audiovisuelle étrangère), selon si le projet est une œuvre cinématographique (long ou court-métrage) ou un autre format audiovisuel (séries, vidéoclips, jeux vidéo). **Seule la demande de certification pour une œuvre cinématographique est gratuite.**

Certification de travaux audiovisuels étrangers

Des autorisations de filmer sont demandées en Colombie, dans les villes mais aussi pour les parcs nationaux, les zones archéologiques, ou si l'on veut filmer avec des drones. Pour tourner à Bogotá, la Commission du film de Bogotá est chargée **d'accorder et de gérer les permis pour les productions** qui utilisent la capitale comme lieu de tournage. Pour tourner à Medellín, la Commission FilMedellín accompagne la gestion des permis nécessaires à l'utilisation de l'espace public ou de la propriété publique à des fins audiovisuelles, qu'elles soient commerciales, culturelles, artistiques, académiques. Cette demande est générée par la mairie de Medellín. Pour filmer, enregistrer ou prendre des photos dans les zones nationales protégées, la demande doit être faite à la Direction Générale de l'Unité Administrative Spéciale du Système des Parcs Naturels Nationaux.

Perspectives futures pour le cinéma et l'audiovisuel

Cette dernière décennie a vu se développer **des mécanismes majeurs de renforcement de l'industrie audiovisuelle et cinématographique** en Colombie, notamment à travers la politique de Proimágenes. Pour accompagner cet essor, les technicien·nes issu·es de nouvelles formations se sont peu à peu qualifié·es. Les incitations fiscales initiées par cette politique de développement ont donné naissance à un réseau de sociétés de production exécutive spécialisées dans l'accueil de tournages, mais aussi à l'implantation progressive de plateformes américaines comme Netflix ou Amazon, qui continuent d'asseoir leur présence et leur intérêt pour les productions colombiennes.

Malgré l'attraction grandissante du territoire pour les productions étrangères, une inquiétude demeure parmi les professionnel·les du pays qui voient **leur cinéma d'auteur·e trop insuffisamment soutenu** par les institutions publiques et les acteur·ices privé·es, en plus d'une forte dépendance – accrue par la crise sanitaire – envers les entrées en salles qui financent le FDC, malgré la reprise d'après-covid. L'enjeu semble donc se trouver principalement dans le système d'exploitation, qui conforte la prédominance de la culture nord-américaine dans le pays. Les salles de cinéma ayant rouvert après la période du covid accueillent majoritairement un public pour les films hollywoodiens ; parallèlement, le faible réseau de salles indépendantes continue à pousser les productions

indépendantes aux portes des pays européens, notamment la France qui bénéficie d'un réseau beaucoup plus attractif.

Un deuxième aspect, souhaité par les réalisateur·ices et les producteur·ices, est la **décentralisation du système d'aides** en encourageant la multiplication de mécanismes régionaux pour soutenir des premiers et deuxièmes films ancrés dans des contextes locaux et ainsi permettre à de nouveaux talents d'émerger. Medellín, qui a opté pour cette politique depuis une dizaine d'années en finançant notamment des courts-métrages et en proposant des aides aux sociétés audiovisuelles, s'est rapidement positionnée comme la deuxième ville du cinéma en Colombie, détrônant Cali, berceau historique du cinéma colombien, qui ne possède à l'heure actuelle pas d'aides pour le cinéma ou l'audiovisuel, ces aides locales dépendant de la volonté politique des maires nommés tous les 4 ans et non du gouvernement.



Bibliographie

Général

- Guide de la coproduction, Proimágenes, 2022.
- Site de Proimágenes, www.proimagenescolombia.com/
- Site d'Unifrance, www.unifrance.org/
- Site de Cineuropa, www.cineuropa.org/
- Site du Festival de Biarritz, www.festivaldebiarritz.com/
- Site du Festival Cinelatino, www.cinelatino.fr/

Paysage audiovisuel et cinématographique de la Colombie

- AUBRY Émilie, TETART Frank, « Le dessous des cartes: Colombie, un pays révolté », ARTE, Juin 2021, www.youtube.com/watch?v=VYAFS6GkaKM
- ANDRES GARZON Camillo, JAIME PRADA José Miguel, VILLOTA MACIAS José Fernando, « El cine colombiano tiene un vacío de imaginación sobre las guerrillas », La silla académica, 2022. www.lasillavacia.com/historias/historia-academica/el-cine-colombiano-tiene-un-vacio-de-imaginacion-sobre-las-guerrillas/
- PEDRAZA Juan Manuel, ANDRADE Oscar, « Histoire du cinéma d'animation en Colombie (1926-2008) » Cinémas d'Amérique Latine, 2008, www.journals.openedition.org/cinelatino/2261
- « Carlos Santa & colombian contemporary animation » Cinemaattic, 2019, www.cinemaattic.com/latin-american-animation-carlos-santa-colombian-contemporary-animation/
- ROMAN Gilles « L'audiovisuel colombien prépare le Festival d'annecy et la MIFA » LyonenFrance.com, 2014, www.lyonenfrance.com/2014/06/laudiovisuel-colombien-prepare-le.html
- Virus Tropical, Santiago Canceido, Timbo Studios, 2018
- « Bogotá Film Festival », Festhome, www.filmmakers.festhome.com/fr/festival/festival-de-cine-de-bogota
- « Las telenovelas en Colombia », Socialhizo, www.socialhizo.com/historia/historia-de-colombia/las-telenovelas-en-colombia
- RAMON Simon « Three video games developed in Bogotá », Invest in Bogota, 2021, www.en.investinbogota.org/bogotabigideas-en/video-games-developed-in-bogota/
- « Programas de formación », Proimagenes Colombia, www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/programas_formacion/programas_formacion.php?nt=2
- POLANCO URIBE Gerylee, « La primero pero no la última », Killary Cinelab, 2021

Financements de la production

- « Recommendations for a sustainable audiovisual industry », Columbian film industry. www.locationcolombia.com/wp-content/uploads/2022/12/sustainability-recommendations-1.pdf
- « Producir en columbia », Comisión filmica columbia, www.locationcolombia.com/produciencolombia/
- « Aides aux cinéma du monde », Centre national du cinéma et de l'image animée, www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/multi-sectoriel/production/aide-aux-cinemas-du-monde_190862
- « Becas para el fortalecimiento del sector audiovisual », Comisión filmica de Bogotá, 2023. www.filmingbogota.gov.co/index.php/Noticia/Becas-para-el-fortalecimiento-del-sector-audiovisual

Diffuseurs (TV/plate-formes)

- « Estudio sobre la industria de contenidos audiovisuales y pluralismo informativo en Colombia », Comisión de regulación de comunicaciones.
- « Indicadores básicos de TIC en Hogares », DANE, www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/tecnologia-e-innovacion/tecnologias-de-la-informacion-y-las-comunicaciones-tic/indicadores-basicos-de-tic-en-hogares
- « Canal Uno », Media ownership monitor: Columbia, www.colombia.mom-gmr.org/en/media/detail/outlet/canal-uno/
- « Señal Colombia », Unifrance, <https://www.unifrance.org/annuaire/societe/358811/senal-colombia>
- « Fondo único de TIC », Ministerio de la tecnologías de la información y las comunicaciones, www.mintic.gov.co/portal/inicio/Atencion-y-Servicio-a-la-Ciudadania/Preguntas-frecuentes/107128:Fondo-Unico-de-TIC
- « Manual general de producción : Señal Colombia », www.s3.amazonaws.com/rtvc-assets-qa-sistemasenalcolombia.gov.co/archivos/manual_general_de_produccion_senal_colombia_2020_3.pdf
- « Mercado de coproducción 2023 » Señal Colombia Proyecta, www.proyecta.senalcolombia.tv/mercado
- « Mercado de coproducción 2021: ¡Seamos socios! », Señal Colombia Proyecta, www.proyecta.senalcolombia.tv/anuncios/mercado-de-coproduccion-2021-seamos-socios
- MONTOYA RICAURTE Iris, « Colombia, gran protagonistas en los premios TAL », TV y video + radio, 2022, www.tvyvideo.com/2022112120244/noticias/empresas/colombia-gran-protagonista-en-los-premios-tal.html
- « Radio Cadena Nacional (Colombie) », www.unifrance.org/annuaire/societe/43222/rcn-radio-cadena-nacional
- « Informe anual de gestión », Caracol TV, www.caracolcorporativo.com/sites/default/files/caracol_2020_web_compressed.pdf
- « Descentralización de estudios », RTVC, 2015, www.rtv.gov.co/english-data/descentralizacion-studies
- « La lavadora al fondo », RTVC, 2020, www.rtv.gov.co/noticia/con-la-lavadora-al-fondo
- GUTTMAN Anna, « Household penetration rate of selected paid over-the-top (OTT) video services in Colombia as of September 2021 », Statista, 2023.

Distribution

- « Resumen Industria Cinematográfica Colombia », Cine Colombia distribución, 2018, p.14.
- « Anuario Estadístico del Cine Colombiano », Dirección de cinematografía Ministerio de Cultura, 2017, p.31.
- « Resumen Industria Cinematográfica Colombia », Cine Colombia distribución, 2018, p.16-17.
- « Cine en Cifras Ed.23 », Proimágenes Colombia, 2022, p. 7.
- « Amérique latine: État des lieux 2020 », Box-office Pro, www.boxofficepro.fr/amerique-latine-etat-des-lieux-2020/

Coproduire avec la Colombie

- « Colombie - France - accord de coproduction du 24 mai 2013 », CNC, 2013, www.cnc.fr/professionnels/reglementation/colombie--france--accord-de-coproduction-du-24-mai-2013_128001
- Proimágenes, Base de données des long-métrages colombiens, www.proimagenescolombia.com/secciones/cine_colombiano/peliculas_colombianas/resultados_peliculas.php?nt=1ecisión

Présentation du Master

Le **Master 2 Cinéma et Audiovisuel parcours Métiers de la production** a pour vocation de former des entrepreneur·es culturel·les dans le domaine de l'image animée (cinéma, audiovisuel, productions interactives), capables de mettre en pratique les moyens techniques, artistiques, juridiques et financiers intervenant dans un processus de production. L'accent est mis sur la dimension internationale, à travers les différentes interventions de professionnel·les et l'organisation d'un séminaire sur la coproduction européenne, en partenariat avec les festivals Cinemed à Montpellier et Cinélatino à Toulouse. La formation articule l'apprentissage théorique (septembre-mars), qui bénéficie de l'expérience de nombreux·ses professionnel·les en activité sur des postes à haute expertise, et un stage long de 4 à 6 mois en seconde partie d'année (avril-septembre). Le Master 2 Cinéma et audiovisuel parcours Métiers de la production est dirigé par Vincent Deville (Maître de conférences en cinéma) et Serge Lalou (Producteur aux Films d'Ici - Paris et Films d'Ici Méditerranée - Montpellier, professionnel associé à l'Université Paul-Valéry).

Remerciements

Nadia Solano, coordinatrice de la programmation du Festival Biarritz Amérique Latine

Eva Morsch Kihn, coordinatrice du festival Cinélatino

Daniela Monteiro, responsable de la plateforme professionnelle du festival Cinélatino

Adrien Sarre, ancien attaché audiovisuel en Colombie

Arnaud Miquel, attaché audiovisuel régional pour les pays andins

Claudia Triana de Vargas, directrice générale de Proimágenes

Diego Iván Bustos Téllez, directeur adjoint de la planification de Proimágenes

Juan Camilo Granados, coordinateur de la planification de Proimágenes

Diana Bustamante, productrice (Burning Blue)

Oscar Ruíz Navia, réalisateur et producteur (Contravía Films)

Hector Ulloque Franco, producteur et réalisateur (Chakalaka Films)

Alexander Arbelaez Osorio, producteur (Monociclo Cine)

Paola Pérez Nieto, productrice (Inercia Películas)

Andrés Ramírez Pulido, réalisateur et producteur (Valiente Garcia)

Thierry Lenouvel, producteur (Ciné-Sud Promotion)

David Hurst, producteur (Dublin Films)

Louise Bellicaud, productrice (In Vivo Films)

Federico Mejía Guinand, distributeur et exploitant (Babilla Ciné)

Corinne Revest, gestionnaire (Université Paul Valéry)

Eoin Naughton

Nathalie Combe

Vincent Deville

Serge Lalou

Promotion 2022-2023 / Rédacteur.ices de ce guide



Elise Adjerad - Mélody Arnaud - Chaimae Balloumi - Célia Boulegue
Alexandra Breteau - Marine Ceccaroli - Corentin Cozza - Karelle Delpit - Noah Eyob
Camille Fayseler - Julie Goossens - Samir Kaidouri - Inès Khaldi - Mathilde Perget
Luna Poulain - Andoniana Rabarijohn - Andry Ranarison - Saële Simon
Joséphine Trédez - Franck Vuille

Contact : m2production2022.2023@gmail.com

Site Web: www.m2prod-montpellier.fr

Suivez l'actualité du master :

Linkedin
Facebook
Instagram





Guide de la coproduction France - Colombie

Réalisé par les étudiant-e-s du Master 2
Métiers de la production cinéma & audiovisuel
2022-2023