

Tendances des marchés audiovisuels Perspectives régionales - vues du sud

Les pays sont confrontés à des décisions cruciales qui affectent l'industrie de l'audiovisuel et celle de la radiotélévision qui sont les piliers de l'information et des échanges culturels. Les responsables politiques et les décideurs manquent souvent d'outils adéquats pour guider leurs choix et leurs stratégies dans ce domaine. Ce livre propose une vue d'ensemble des grandes tendances concernant les TICs, l'industrie de l'audiovisuel et celle de la radiotélévision dans les pays du Maghreb. Il analyse plus particulièrement les modes de production et de consommation ainsi que les échanges commerciaux.

Bureau de l'UNESCO à Rabat
<http://www.unesco.ma>

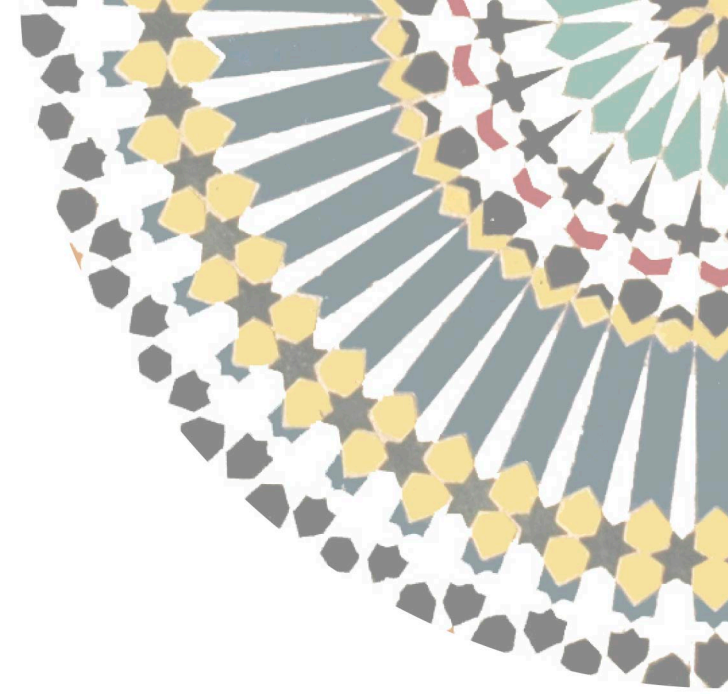
Tendances des marchés audiovisuels. Perspectives régionales - vues du sud



Tendances des MARCHÉS AUDIOVISUELS

Perspectives régionales - vues du sud

Algérie
Maroc
Mauritanie





Tendances des MARCHÉS AUDIOVISUELS

Perspectives régionales - vues du Sud

Algérie

Maroc

Mauritanie

Les graphismes et textes compris dans ce livre sont la propriété de l'UNESCO. Ce livre est produit sans but lucratif. Toute autre utilisation, dont la copie ou la manipulation du contenu pour des intérêts privés, est strictement interdite sans accord préalable de l'UNESCO.

Les auteurs de ce livre sont seuls responsables du choix et de la présentation des faits ainsi que des opinions exprimées qui ne sont pas nécessairement celles de l'UNESCO et n'impliquent pas l'Organisation.

Les désignations employées et la présentation de l'information ne reflètent pas l'expression d'une opinion de la part de l'UNESCO concernant le statut légal d'un pays, territoire, ville ou région, ses autorités ou la délimitation de ses frontières.

© UNESCO

Application des TIC dans le secteur de l'audiovisuel et les services publics de radiotélévision des pays en développement. UNESCO PROJET TRANSVERSAL 2006-2007

CONTRIBUTEURS :

Mohammed Belghouate : Coordinateur du projet. Enseignant chercheur au Département de l'Audiovisuel à l'Institut Supérieur de l'Information et de la Communication et conseiller auprès du Ministre de la Communication, Maroc.

Abdelkrim Benarab : Professeur, chercheur. Enseignant d'économie à l'Université de Mentouri, Constantine, Algérie

Mohammed Abdellahi Bellil : Journaliste, analyste politique et chercheur, Mauritanie

Yahya Beddi Brahim : Journaliste, producteur, spécialiste en anthropologie et en sociologie, consultant en communication, Mauritanie.

Mohamed Abdallahi Bazeid: Formateur en communication, Mauritanie

UNESCO

TABLE DES MATIÈRES

Introduction générale	5
PREMIÈRE PARTIE : LE MARCHÉ ALGÉRIEN RADIOSCOPIE ET PERSPECTIVES D'AVENIR	7
Les composantes majeures du secteur	8
La radio et la télévision algérienne	8
La filière cinématographique	24
Les technologies de l'information et de la communication	30
La filière musicale	33
Le cadre juridique et institutionnel	36
La réglementation de la radio et de la télévision	36
La réglementation cinématographique	36
La réglementation des technologies de l'information et de la communication	39
La réglementation de la musique	40
Les droits d'auteur et les droits voisins	40
Les conditions de développement du secteur	42
Conditions spécifiques de la filière audiovisuelle	42
Conditions spécifiques à la filière cinématographique	43
Mesures spécifiques aux technologies de l'information et de la communication	43
Actions à entreprendre pour la filière musicale	44
Conclusion	45
Bibliographie	47
DEUXIÈME PARTIE : LES TENDANCES DU MARCHÉ AUDIOVISUEL MAROCAIN	51
Les composantes majeures du secteur	52
La Radio et la télévision au Maroc	52
La filière cinématographique	67
Les technologies de l'information et de la communication	72
La filière musicale	75
Le cadre juridique et institutionnel	80
La réglementation de la radio et de la télévision	80
La réglementation cinématographique	81
Les droits d'auteur et les droits voisins	81
La loi portant sur le statut de l'artiste	82
La réglementation des technologies de l'information et de la communication	82
Les conditions de développement du secteur	84
Conditions spécifiques à la filière audiovisuelle	85
Conditions spécifiques de la filière cinématographique	86
Mesures spécifiques aux technologies de l'information et de la communication	87
Actions à entreprendre pour la filière musicale	88
Conclusion	89
Bibliographie	90



TROISIÈME PARTIE : L'AUDIOVISUEL MAURITANIEN UN PAYSAGE EN GESTATION	93
Les composantes majeures du secteur	94
La radio et la télévision	94
La filière cinématographique	98
Les technologies de l'information et de la communication	99
La filière musicale	102
Le cadre juridique et institutionnel	104
Le cadre général	104
Les instances de régulation et de réglementation	104
Les conditions de développement du secteur	108
La spécificité mauritanienne: oralité et indépendance	108
Quelles mesures pour le développement du secteur ?	108
Conclusion	112
Bibliographie	114
CONCLUSION GÉNÉRALE	117

1. INTRODUCTION GÉNÉRALE

L'introduction des moyens audiovisuels dans les pays du Maghreb s'est faite différemment d'un pays à un autre, selon l'évolution politique de chacun d'entre eux et surtout selon ses rapports avec l'entreprise coloniale. En effet, pour des raisons à la fois stratégiques et opérationnelles, la France a introduit très tôt un arsenal médiatique dans les différents pays du Maghreb. Ce legs colonial ne sera pas mis à profit pour créer au cours des premières décennies de l'indépendance une véritable industrie audiovisuelle dans les pays du Maghreb.

Malgré, l'histoire commune des pays du Maghreb, marquée par la colonisation française et espagnole¹ et malgré leur proximité avec l'Europe, ces pays ont choisi des projets de sociétés largement différents et parfois opposés². Ces choix ne vont pas affecter sensiblement le développement du secteur de l'audiovisuel et des télécommunications qui a été durant des années sous le monopole des Etats. En effet, peu d'investissements ont été enregistrés dans ces filières et rares sont les pays qui avaient une véritable stratégie de développement du secteur de l'audiovisuel. A l'exception de quelques lueurs d'espoir qui ont illuminé l'histoire post-coloniale des pays du Maghreb³, les conflits politiques avaient des répercussions négatives sur le secteur audiovisuel.

C'est un peu plus tard vers les années 90, voire même plus tard, que certains pays, avec leur ouverture politique, due à la fois à des facteurs endogènes et d'autres exogènes, que le secteur de l'audiovisuel va connaître une dynamique de changement notamment au Maroc et en Tunisie, pays qui ont choisi de libéraliser leur paysage audiovisuel et de permettre l'émergence d'une nouvelle logique économique. C'est dans ce sens qu'au cours des dernières années nous avons assisté à la fois à la modernisation de certaines filières de ce secteur dans quelques pays, mais aussi des hésitations frileuses dans d'autres. Ceci a fait qu'aujourd'hui certains pays comme le Maroc ou la Tunisie ont pu créer des noyaux d'une industrie audiovisuelle, notamment dans les filières de radiotélévision et de cinéma.

Centralisateur et disposant de moyens, l'Algérie, reste dans une position attentiste face aux problèmes du secteur : un cinéma agonisant, une télévision nationale alimentée en grande partie par des programmes importés, et des téléspectateurs attirés par les chaînes satellitaires étrangères. Néanmoins, grâce à la manne pétrolière et à la volonté du Pouvoir de se doter de moyens d'information et de communications à la fois modernes et capables de contrecarrer les influences régionales ou internationales, quelques réalisations et projets, relatifs au secteur, commencent à voir le jour. Certes, l'intérêt porté à ce secteur, même tardivement, laisse penser qu'au cours des prochaines années l'investissement dans les filières à portée technologique sera plus important.

Par ailleurs, la Mauritanie, où le secteur n'était considéré comme prioritaire dans les agendas politique, et après avoir réglé ses conflits ethniques et ses coups d'Etat successifs, ce pays se trouve en 2007, parmi les nations de la région qui prétendent à une démocratisation de leur système politique et par conséquent à des moyens d'information et de communication

¹ Le Maroc était colonisé à la fois par la France (au centre) et par l'Espagne au Nord et au Sud. La Libye est le seul pays du Maghreb à être colonisé par l'Italie.

² Le Maroc et la Tunisie ont choisi un modèle économique libéral, l'Algérie et par la suite la Libye ont choisi un régime socialiste inspiré du modèle Soviétique mais aussi Naciriste.

³ Nous pensons ici au cinéma algérien des premières années de l'indépendance qui a fait de la colonisation son cheval de bataille.



modernes et pluralistes. Considérés comme des instruments vitaux dans l'enjeu politique national, puisqu'ils étaient les instruments qui ont conduit et mûri le débat politique, les moyens d'information et de communication vont sans aucun doute accompagner ces mutations social et adhérer à ses flux et reflux.

Cette étude qui s'intéresse à trois des cinq pays du Maghreb à savoir l'Algérie, le Maroc et la Mauritanie ne prétend pas être globale, mais se présente comme un diagnostic de la situation de 5 composantes (filières) essentielles du secteur de l'audiovisuel, qui sont la radio et la télévision, le cinéma, les technologies de l'information et de la communication et la musique. L'étude se présente, pour chacun des trois pays, en trois parties à savoir l'état des lieux de ces 5 filières, le cadre juridique et institutionnel et les conditions de développement du secteur, toute en prenant en considération les spécificités de chacun des pays.

Aussi, la méthodologie choisie, voulait-elle analyser l'état de la situation du secteur audiovisuel dans chacun des 3 pays à part, sur la base d'une même grille qui permet au lecteur, d'appréhender les réalités d'un pays indépendamment des autres mais aussi de procéder à des comparaisons entre les 3 pays sur une filière particulière ou sur un élément de détail plus pointilleux. En somme, la méthode adoptée permet aux décideurs dans les différents pays du Maghreb d'avoir un aperçu à la fois par pays, par axe ou par filière. Cette démarche permettra, sans aucun doute, d'extrapoler certaines mesures, vu les spécificités communes à certains pays d'entre eux.

L'objectif recherché étant l'identification de certaines difficultés qui freinent l'évolution du secteur et qui méritent d'être analysées plus en détail et qui pourraient dans ces pays ou leur similaires, justifier la mise en œuvre d'activités spécifiques pour pallier aux défaillances et aux manquements des moyens, mécanismes et méthodes par lesquels ils gèrent leur secteur : radio et télévision, cinéma, technologies de l'information et de la communication et la musique.

La réalisation de cette entreprise ne s'est pas faite sans difficultés ; car, les données quantitatives et qualitatives relatives aux industries culturelles en générale sont rares, éparées ou inexistantes, ou encore détenues et gérées par une multitude d'intervenants qui considèrent, souvent l'information sur ce secteur comme privative, si ce n'est pas secrète. Ceci rend difficile la visibilité du secteur pour les décideurs qui disposent rarement d'indicateurs fiables permettant d'aider à la prise de décision. D'ailleurs, lors de sa Conférence Générale en 2001, l'UNESCO a tenu à introduire un nouveau thème intersectoriel à son programme, s'agissant de la contribution des technologies de l'information et de la communication au développement de l'éducation, de la science et de la culture et à la construction d'une société du savoir. C'est dans ce sens que l'UNESCO appuie le projet intitulé «le secteur de l'audiovisuel, du cinéma et des technologie de l'information et de la communication au Maghreb, radioscopie et conditions de développement» afin de mettre à la disposition des opérateurs et décideurs de ces différentes filières un outils permettant d'approfondir la réflexion à partir du diagnostic contenu dans cet étude, ainsi que des mesures, des recommandations pouvant stimuler ce secteur ou l'aider à mieux se structurer.

La présente étude qui a mobilisée 3 experts appartenant aux 3 pays analysés, est basée sur les réalités de ces pays. La dynamique de certains a été traduite par la richesse des données au niveau des textes de loi, de la multitude des instantes et opérateurs intervenant dans ce secteur et par les mesures entreprises ainsi que les attentes réclamées. En revanche, des revendications qui peuvent sembler sommaires provoquent l'état de retard enregistré dans ce secteur.

Enfin, le secteur de l'audiovisuel est analysé et présenté selon l'ordre alphabétique des 3 pays et non l'importance de ce secteur dans leur société respective. C'est pourquoi l'Algérie est présentée en premier, suivie du Maroc et de la Mauritanie.

Première partie:

LE MARCHÉ ALGÉRIEN RADIOSCOPIE ET PERSPECTIVES D'AVENIR



1. LES COMPOSANTES MAJEURES DU SECTEUR

L'état des lieux du secteur concernera la radio et la télévision, le cinéma, les technologies de l'information et l'industrie musicale. Elle sera présentée à travers une analyse permettant de diagnostiquer son environnement par le biais d'indicateurs et de faits saillants.

1. LA RADIO ET LA TÉLÉVISION ALGÉRIENNE

1.1. La radio algérienne

1.1.1. Quelques repères historiques

Les débuts de la radio en Algérie datent de 1962, date à laquelle 2 stations étaient en activité : la première, française, émettant d'Alger, et une seconde, clandestine et itinérante, dépendait des services de l'information de l'Armée de Libération Nationale (ALN) et émettait, au gré des circonstances, à partir du territoire tunisien et de la capitale égyptienne.

Les 2 stations défendaient des idéaux contradictoires entretenus par les 2 camps en guerre à cette époque : la France, d'une part, et l'ALN, d'autre part.

En plus de sa mission originelle, « la voix de l'Algérie » remplissait un rôle de relais à travers lequel l'ALN transmettait, de façon déguisée, des instructions aux « Jounouds » (combattants) de la révolution.

Au lendemain de l'indépendance, l'Algérie a hérité des studios de la radio française. Durant les années 60, la radio est devenue un outil entre les mains du pouvoir politique. Considérée comme moyen de diffusion de l'information, par excellence, elle a constitué un enjeu majeur dans la vie politique et sociale du pays. D'ailleurs, la radio était le seul moyen d'information et de socialisation à cette époque. Les gens se retrouvaient réunis, le soir, pour écouter les informations et savourer les verres de thé, dans un cérémonial marqué par le silence.

De 1962 à 1991, date du lancement de la première chaîne régionale, 3 chaînes ont coexisté en Algérie. La chaîne 1 diffusant en arabe, la chaîne 2, en tamazight et la chaîne 3 en français, avec un espace pour les 2 langues espagnole et anglaise.

Durant les années 70, la radio algérienne a été utilisée comme moyen de propagande pour gérer le conflit du Sahara Occidental et ce, parallèlement à sa programmation habituelle. L'émission « Maghreb Achououb » (le Maghreb des peuples) est restée gravée dans la mémoire de toute une génération. Durant les années 60, la radio est devenue un outil entre les mains du pouvoir politique. Considérée comme moyen de diffusion de l'information, par excellence, elle a constitué un enjeu majeur dans la vie politique du pays.

A cette époque, toute la famille se retrouvait réunie, le soir, pour écouter les informations, dans un silence total, l'attention fixée par les effets sonores. Les membres de la famille donnaient l'impression de voyager à travers les ondes.

1.1.2. Le volume horaire de diffusion

Actuellement, la radio algérienne est composée de 3 chaînes nationales, diffusantes, la première, en langue arabe, la seconde, en langue française et la troisième en langue tamazight, 30 chaînes régionales et 3 chaînes en projet.

Parmi les projets ambitieux, figurent d'une part, la création d'une chaîne internationale, de chaînes thématiques et des chaînes régionales ; et d'autre part, la numérisation de 14 chaînes régionales, le renforcement de la formation du personnel et de la coopération internationale, ainsi que la construction d'un nouveau siège, d'autre part.

Le volume horaire constitue un indicateur d'appréciation de la radio. A ses débuts, la radio algérienne n'émettait que durant 14 heures par jour. Au fil des années, elle s'est améliorée. Le tableau, ci-dessous, donne un aperçu sur ce volume.

Tableau n° 1 : Volume horaire de diffusion, par type de chaîne (Année 2006)

Chaînes	Chaînes nationales	Chaînes thématiques	Chaînes régionales	Total
Volume annuel	25 185 H	4 380 H	158 045 H	187 610 H
Volume journalier réel	13 h 42	2 h 33	84 h 25	100 h 18
Volume journalier avec rediffusion	69 H	12 H	433 H	514 H

Source : Données calculées sur la base du site de la Radio algérienne, 2006

La radio algérienne diffuse un volume quotidien de 514 heures. Ainsi, la chaîne 1 diffuse 24 heures sur 24, la chaîne 2, toute la journée (depuis 2005), quant à la chaîne 3, elle diffuse entre 5 heures et 2 heures du matin, soit 21 heures sur 24. Les chaînes régionales¹ sont réparties en 3 catégories, selon le volume quotidien de diffusion. La première regroupe 27 chaînes diffusant pendant 12 heures par jour, la deuxième, concerne une chaîne, diffuse pendant 15 heures par jour, et la troisième, constituée de 2 chaînes, diffuse durant 17 heures par jour.

L'Information, auditionnée à l'Assemblée Populaire Nationale (APN), au moins 376 communes sur les 1540 du pays ne captent ni les chaînes nationales ni les chaînes régionales, soit un taux de couverture de 75.58 % seulement. Néanmoins, l'Etat a enfin adopté un programme spécial qui vise la couverture de tout le territoire national à l'horizon 2011.

1.1.3. La nature des programmes diffusés

Les programmes diffusés sur la radio algérienne ont beaucoup gagné en qualité et en diversité. Depuis 2003, les chaînes nationales, en particulier les chaînes 1 et 3, enregistrent des scores d'écoute importants.

¹ Les chaînes régionales sont implantées dans les villes suivantes : Adrar, Annaba, Batna, Bechar, Bejaia, Biskra, Blida, Constantine, Chlef, El Bayed, El oued, Illizi, Laghouat, Gardaia, Mascara, Mostaganem, Msila, Naama, Oran, Souk Ahras, Ourgla, Sétif, Sidi Belabbès, Skikda, Tamnast, Tébessa, Tiaret, Tindouf, Tlemcen. En plus de la chaîne El Bahdja d'Alger.



En effet, tous les thèmes sont abordés, même ceux considérés, pendant longtemps, comme tabous tels que le HIV/SIDA, la sexualité, la violence conjugale, l'interpellation des responsables. Ces sujets sont débattus en direct sur l'antenne. Les chefs du gouvernement, les ministres et les walis participent régulièrement dans des émissions pour s'expliquer et répondre aux questions des journalistes sur des questions relatives à leur domaine de responsabilité. L'évolution de la radio dans ce domaine a été spectaculaire.

Concernant le volet de l'information, les 2 chaînes nationales sont passées à une vitesse supérieure dans le traitement des sujets et des dossiers d'actualité. La chaîne 1 et 3 disposent de correspondants chargés de la couverture des événements. Ces journalistes rendent compte en direct, des événements qui se passent dans différents pays arabes, africains, européens ou d'américains. Des correspondants non permanents interviennent dans d'autres zones, en cas de nécessité. Ainsi, le recours, par téléphone, à des spécialistes de l'extérieur de l'Algérie pour présenter leurs analyses et commentaires sur des sujets d'actualité est une nouvelle pratique journalistique qui s'installe dans la radio algérienne.

Le tableau qui suit présente, à titre indicatif, la nature de la programmation des chaînes à partir de la grille des années 90 :

Tableau n° 2 : Nombre des programmes hebdomadaires par chaîne nationale pour l'année 1991.

	Information	Culturels et de société	Artistique, divertissement	Religieux
Chaîne 1	48	12	13	27
Chaîne 2	82	15	18	24
Chaîne 3	16	22	34	2

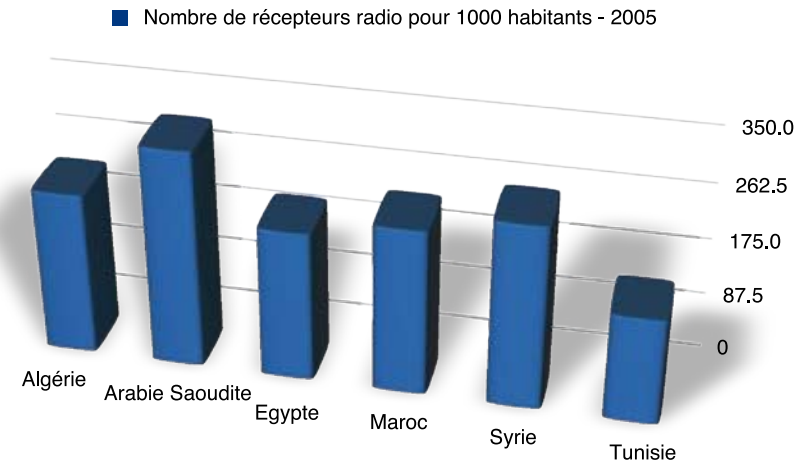
Source : revue « el Athir », 1991, n°9.

La lecture du tableau renseigne sur le profil de chaque chaîne. Ainsi, la chaîne 2 comptabilise 82 programmes d'information hebdomadaire à cause des langues utilisées (le kabyle, le chaoui, le mizabie). La chaîne 1 offre 32 rendez-vous quotidiens d'information et 92 programmes hebdomadaires. Les chaînes régionales démontrent une certaine liberté² dans le choix du contenu de leurs programmes en considération de leurs cibles.

1.1.4. Taux d'équipement en récepteurs en deçà des ambitions

Bien qu'arrivant devant la Tunisie et l'Egypte, au niveau du taux d'équipement en postes récepteurs radio pour 1000 habitants, l'Algérie se classe, néanmoins, derrière l'Arabie Saoudite, la Syrie et le Maroc. Cette situation laisse penser que le pays accuse un retard dans ce domaine. Néanmoins, la situation est en train de changer à la faveur de l'amélioration du niveau de vie des citoyens, en plus d'un accès remarquables aux biens de consommation, facilité par le développement d'une politique du crédit à la consommation. Ces facteurs vont très certainement améliorer le taux d'équipement en récepteurs radio.

² Un journaliste de la station Cirta FM de Constantine, animateur d'une émission hebdomadaire « Au sein de l'université », confirme qu'il est libre de choisir les thèmes qu'il doit traiter et ses invités. De même, un animateur d'une émission hebdomadaire « Affaires de société », invite chaque jeudi, les responsables locaux qu'il interpelle en studio sur des détails de leur gestion des affaires. Les auditeurs sont associés en direct et peuvent soulever un point quelconque ou réclamer un droit.



Source : Microsoft Encarta, 2006

1.2. La télévision Algérienne

La télévision en Algérie a toujours appartenu à l'Etat, qui détient le monopole exclusif dans ce domaine. La seule tentative de lancement d'une chaîne privée s'est articulée autour de la chaîne Khalifa news, qui n'a pas survécu à la liquidation du groupe³ du même nom, survenue en 2001.

Le choix des autorités du pays pour un statut de service public pour la télévision est jugé nécessaire malgré l'ouverture du champ économique et politique enregistrée ces dernières années. En effet, dans une déclaration devant les membres de l'APN, en septembre 2006, sur la question du secteur privé, le Ministre de la Communication a expliqué que le climat général ne s'y prêtait pas.

La télévision algérienne publique se compose de 3 chaînes : une chaîne principale terrestre et 2 chaînes qui diffusent par satellite dont Canal Algérie et la chaîne 3 qui ont démarré successivement en 1994 et 2001 ; en plus de 4 autres stations régionales de soutien.

1.2.1. Quelques repères historiques

La naissance de la télévision algérienne remonte à l'ère coloniale, plus précisément en 1956, comme service restreint dépendant de l'Office de Radiodiffusion et de Télévision de France (ORTF). Mais, au lendemain de l'indépendance, le pouvoir en place a récupéré ces moyens techniques après le départ des français. C'est ainsi, que le 1er août 1963, la Radiodiffusion Télévision Algérienne (RTA) est officiellement créée en utilisant une poignée de techniciens, de cadres et d'agents, qui ont pris en main la télévision et ont réussi à surmonter les difficultés de l'époque et du contexte.

En 1965, l'Algérie connaît un changement de régime politique à la faveur de ce que certains appellent « redressement révolutionnaire », et d'autres « coup d'Etat ».

³ Le groupe « Khalifa » défraie la chronique depuis quelques années puisque l'affaire qui porte son nom fait la « Une » de tous les journaux. Vers la fin des années 90, l'Algérie a connu, en une année pratiquement, la naissance d'une compagnie aérienne privée « Khalifa Airways », d'une banque « Khalifa Bank » et d'une chaîne de télévision « Khalifa News », de droit français et implantée à Paris. Ce géant a vu son empire s'effondrer et ses affaires liquidées, en très peu de temps. Il est actuellement poursuivi par la justice algérienne.



En raison de son importance stratégique, la télévision algérienne s'est trouvée au centre des intérêts des pouvoirs publics puisqu'elle s'est vue octroyée, durant les 3 plans de développement (triennal : 1967-1969, quadriennaux : 1970-1973 et 1974-1977), un budget d'équipement de 456.419 USD. Ce budget a permis à la RTA de s'équiper en moyens modernes de diffusion et a aidé à la modernisation des réseaux et à leur extension. Dans la même foulée, la couverture du sud du pays a été assurée grâce à la transmission satellite et la couleur a fait son entrée dans le petit écran.

Durant les 2 premières décennies de l'indépendance, la télévision était considérée comme un produit de luxe. Son introduction dans les foyers a été progressive. Néanmoins, son apparition en Algérie s'est soldée par l'apparition de phénomènes sociaux, disparus aujourd'hui, tels les réunions de famille, au sein du quartier, dans l'enceinte du café, dans la place du village ou de la ville.

Il faut reconnaître qu'à cette époque, la retransmission de rencontres du championnat d'Europe de football et la programmation de films et de feuilletons drainaient beaucoup de téléspectateurs. Les gérants de cafés utilisaient la télévision comme moyen pour augmenter leurs recettes. Le recours à l'extinction du poste de télévision en plein milieu de la rencontre sportive ou du film était monnaie courante dans le but d'inciter les téléspectateurs à consommer boissons chaudes ou froides pour pouvoir suivre le programme. Il s'agissait là d'une forme indirecte de tickets d'accès à la télévision.

Cette époque, qui était caractérisée par la faiblesse du pouvoir d'achat des citoyens, d'une part, et la rareté des postes de télévision, de l'autre, a connu de grands mouvements de mobilisation des algériens autour d'idées mettant en exergue les bienfaits du socialisme, de la pensée unique et, surtout, la glorification d'hommes du pouvoir. L'absence de toute concurrence sur le territoire national et la censure pratiquée sur les journaux et revues étrangers ont fait de la télévision un véritable outil de propagande entre les mains du pouvoir. La mort de Houari Boumediene, en décembre 1978, et l'accession au pouvoir du Président Chadli Benjdid, l'année suivante, ont bouleversé la tendance. Ce changement s'est manifesté, dans un premier temps, par l'émergence de la planification décentralisée et, dans un deuxième temps, par le développement local.

Si, durant la période 1965-1979, les algériens ont connu une période d'austérité, sous prétexte d'édification du pays, le début des années 80 était marqué par une volonté politique orientée délibérément vers le social.

Encouragés par les recettes importantes dues à l'augmentation constante du prix de pétrole, les pouvoirs publics décidèrent de lancer le « Programme Anti Pénurie » (PAP), d'une enveloppe de 2.5 milliards USD, consistant à importer divers produits⁴ électroménagers dont des postes de télévision.

La suppression de l'autorisation de sortie vers l'étranger et l'octroi d'une allocation en devises ont permis à des millions d'algériens de découvrir l'étranger pour la première fois, notamment, la France, la Tunisie et le Maroc. Choqués par le niveau de vie par la disponibilité des produits dans les pays visités, les algériens, déçus par le discours politique qui ne cessait de mettre en exergue les merveilles du socialisme, sont devenus beaucoup plus exigeants vis-à-vis du pouvoir.

⁴ Chaque jour, les Galeries et « Souks el fellah » (grandes surfaces) se voyaient envahies par de longues files humaines, qui commençaient à se constituer dès 4 :00 du matin, pour s'approvisionner. Les produits récupérés en grandes surfaces publiques sont généralement revendus sur le marché parallèle, à un prix variant du double au triple. Cette situation, due à un déséquilibre entre le niveau des salaires, boostés par l'évolution spectaculaire de l'emploi, et l'interdiction d'importation de produits étrangers, a été à l'origine de crises aiguës et d'une pénurie permanente.

En 1982, la RTA tente de s'aligner sur les chaînes modernes de l'époque, en s'équipant de façon conséquente et en participant à des expériences de pointe telles que le système d'échange d'information par satellite pour la région africaine, d'échange d'information et de programmes entre les pays arabes et européens, principalement par les satellites ARABSAT, EUTELSAT et INTELSAT, ce qui nécessitera la formation d'une nouvelle génération de techniciens adaptés aux exigences technologiques.

1.2.2. L'évolution du parc des récepteurs de télévision

Pour donner quelques indices significatifs sur cette période, il est utile d'examiner le tableau, ci-dessous, à travers lequel l'Algérie se trouvait en bas de l'échelle, en termes d'équipement en postes de télévision dans la région arabe.

Tableau n° 3 : Nombre de postes de télévision pour 1000 habitants

Pays	Nombre de postes de télévision pour 1000 habitants	Multiplicateur 1998/1982
Kuwait	491	1.23
Arabie Séoudite	262	1.73
Tunisie	198	4.21
Maroc	160	4.32
Egypte	122	3.7
Algérie	105	2.02
Syrie	70	1.63
Jordanie	52	0.96

Source : Rapport du PNUD sur le développement humain arabe, 2003.

L'Algérie, qui devançait la Tunisie, le Maroc et l'Égypte, était classée, en 1998, derrière ces 3 pays. Selon l'indicateur, multiplicateur 1998 par rapport à 1982, l'avantage est aux 3 pays du Maghreb. Le meilleur score est enregistré au Maroc (4,32), suivi de la Tunisie (4,21) puis de l'Algérie (2,02). Cet indicateur reflète l'effort fourni en matière d'acquisition de postes de télévision, ainsi que la tendance dans chaque pays envers la consommation de ce produit. Dans cette approche, il y a lieu de prendre en considération le taux de croissance démographique, celui de l'Algérie ayant régressé de 3.2% durant les années 70, à 1.7 % actuellement. La taille de la famille peut expliquer aussi cette tendance. Ces indicateurs combinés place l'Algérie en deçà de ses capacités réelles. Pourtant, en 1989 après les facilités d'accès à la télévision, le pourcentage de foyers possédant au moins un poste de télévision était de 89 %⁵.

En fait, les données actuelles ne donnent pas une image précise de l'implantation de la télévision dans les foyers algériens. Seules des enquêtes de terrain pourraient donner davantage d'informations sur la réalité d'accès à la télévision. En effet, malgré l'effort accompli et la disponibilité de postes de réception en 2006, selon la déclaration du Ministre de la Communication, 190 communes n'étaient toujours pas couvertes par la télévision algérienne.

A vrai dire, la qualité de l'information, ainsi que les modèles de comptabilisation des données statistiques, restent posés dans tous les pays du tiers monde.

⁵ Madani Lotfi, « Modalités et usages de la réception télévisée par satellite en Algérie », in « Médias et Communications », revue NAQD, n° 9, SEASC, Alger et Paris, 1995.



Ce constat a surpris les algériens qui pensaient que bien que leur territoire était particulièrement vaste, l'Algérie possédait les moyens financiers et techniques pour garantir une meilleure couverture télévisuelle. Cette situation a poussé le Président de la République à ordonner un programme spécial dans ce domaine, dont l'objectif consiste à assurer la couverture totale avant 2009.

1.2.3. La programmation et son volume

La programmation à la télévision algérienne a connu plusieurs étapes. La première, pendant les années 70, au cours de laquelle le volume horaire de diffusion était normalement de 7 heures par jour (de 17 :00 à 23 :00), sauf le vendredi, où la prière est retransmise, aux environs de 13 :00, à tour de rôle, à partir d'une mosquée des 3 grandes régions (Alger, Constantine, Oran), ou les jours de l'Aïd (fête religieuse) et lors de défilés à l'occasion de fêtes nationales où une programmation spéciale était mise sur antenne. Abstraction faite de ces événements exceptionnels, la télévision algérienne n'émettait que durant 7 heures par jour, soit 49 heures par semaine ou 210 heures par mois.

La deuxième étape, au cours des années 80, où la télévision émettait de 13 :00 à 24 :00, soit 11 heures par jour, 77 heures par semaine ou 330 heures par mois. Et, la troisième étape, au cours des années 90, où la télévision émet 24 heures sur 24, soit 168 heures par semaines ou 720 heures par mois. Néanmoins ce volume horaire ne concerne que l'émission, la programmation ne couvrant que 18 heures (dans les meilleurs cas) par jour, soit 540 heures par mois. Il y a lieu de comptabiliser entre 6 et 7 heures de rediffusion de programmes, surtout entre 24 :00 et 6 :00 du matin.

Tableau n° 4 : Volume horaire de diffusion annuelle de la télévision algérienne de 1981 à 1993

Année	1981	1983	1991	1993
Volume global, heures	3 459	3 328	5 108	7 622

Source : Michaud (1988), repris par Mostfaoui (1994), in Revue « Naqd » n°8/.

Comme il est constaté, le volume global enregistre une progression continue. Cependant, pour mieux comparer la position de l'Algérie par rapport aux autres pays de la région arabe, il y a lieu de se référer aux données de l'UNESCO dans le tableau ci-dessous, portant sur l'année 1992.

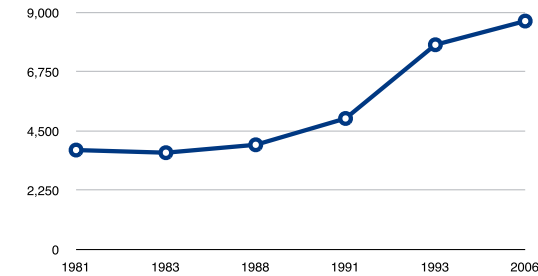
Tableau n° 5 : Volume horaire global d'émission télévision, par pays, en 1992.

Pays	Volume horaire annuel global
Egypte	6648
Emirats Arabes	4588
Arabie Saoudite	4000
Jordanie	3982
Algérie	3163
Qatar	2733
Maroc	2595
Bahreïn	2304
Tunisie	1990

A cette date l'Algérie se trouvait en 5ème position après l'Egypte, les Emirats, l'Arabie Saoudite et la Jordanie. Ainsi, l'Algérie devançait des pays comme le Qatar, le Maroc ou

encore la Tunisie. Depuis cette date, l'évolution du volume horaire global de la télévision algérienne a beaucoup progressé, tel qu'il ressort du diagramme suivant.

Evolution du volume horaire de la diffusion de la télévision 1981 - 2006



Source : Mostfaoui (1994) et Madani (1995) in Revue « Naqd » n°8 et 9 en plus de données de la Télévision Algérienne.

A vrai dire, la situation de la télévision a beaucoup changé dans beaucoup de pays arabes depuis 1982, aussi bien au niveau du volume horaire de diffusion, que du nombre de chaînes en raison du lancement de nouveaux satellites tels que NILESAT.

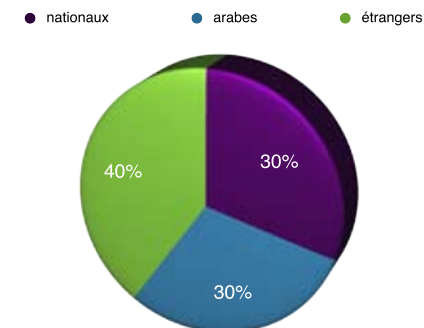
1.2.4. La part de production télévisuelle

A l'instar de nombre de télévisions de la région, la télévision algérienne reste tributaire de la production étrangère, essentiellement américaine, doublée en langue française, et égyptienne.

Malgré les efforts entrepris par les pouvoirs publics pour renforcer la part de la production nationale dans la grille des programmes, celle-ci continue de faire la part belle à la production étrangère. D'une façon générale, les séries, les dessins animés et les films sont d'origine étrangère. Les programmes nationaux concernent essentiellement, l'information, les chants, les documentaires, les sketches et, de temps à autre, la diffusion d'un film algérien.

Les indicateurs quantitatifs, ci-dessous, tentent de brosser un tableau synoptique de la grille des programmes, en remontant jusqu'au début des années 1970.

Programmes de télévision par origine en %



Source : Programmes de télévision 1975, revue « Révolution africaine », 1975

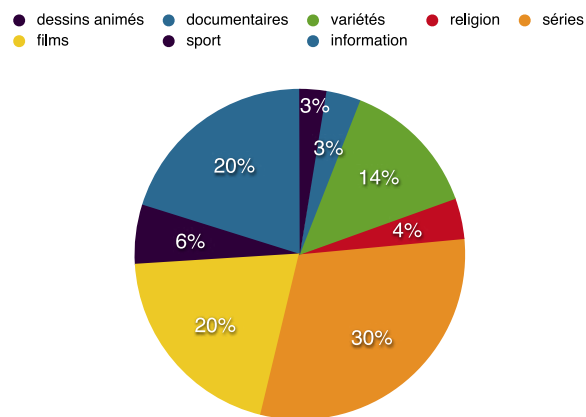
Ces données obéissent à une logique contextuelle. En effet, 1975, l'Algérie dépendait quasiment de l'utilisation de la langue française. Le système éducatif n'était arabisé qu'à concurrence de 30%. Il est clair que les programmes étrangers, exclusivement de langue

française, dominaient le programme global. Le programme arabe, en majorité égyptien, répondait à une attente particulière. Les films- opérettes de Farid el Atrach, Abdelhalim Hafez, Sabah, etc., constituaient une attraction particulière.

Par ailleurs, la télévision algérienne se procurait déjà, à cette époque, les films et les séries les plus en vogue. La série «Dallas» était programmée sur la chaîne algérienne pendant qu'elle était censurée dans les chaînes françaises⁶. La part des programmes dits étrangers, étaient achetés essentiellement en France, et constituaient 40% de la programmation et portaient sur la production américaine doublée en français, alors que la production arabe, dominée par la production égyptienne, était achetée sur le marché arabe ou obtenue dans le cadre des échanges. Le reste de la programmation est constitué de programmes algériens. Les données relatives à la programmation des années 80 confirment la même tendance.

Au niveau de la structure de la grille des programmes, le graphique, ci-dessous, fait ressortir la part importante qu'occupent les séries, les films, les dessins animés et les programmes d'information.

Structure de la grille des programmes de la télévision algérienne en 1975 en %



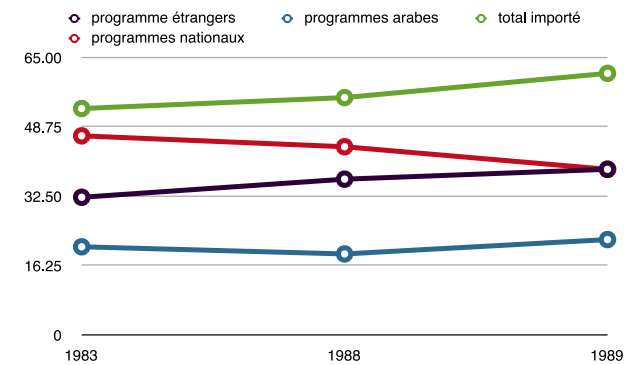
Source : Données calculées sur la base du programme hebdomadaire de 1975, Revue «Révolution africaine».

Ainsi, les séries et feuilletons représentent 30.33 % de l'ensemble du programme, suivis des films et des programmes d'information avec 20.21% ; viennent ensuite les variétés avec 13.60%, les émissions sportives avec 5.78%, les causeries religieuses avec 3.97%, les documentaires avec 3.38% et, enfin, les dessins animés et programmes pour enfants avec 2.52%.

En 1975, le téléspectateur algérien n'avait aucune possibilité de regarder une autre chaîne que la chaîne nationale. Le poste de télévision était un élément rassembleur de toute la famille, des voisins et, de temps à autre, des personnes qui ne possédaient pas de poste de télévision. Durant les années 80, la télévision algérienne continuera à importer ses programmes de l'étranger, comme le montre le diagramme, dans la page suivante.

⁶ Cette époque mérite d'être étudiée surtout à travers la grille des valeurs sociales et du comportement des téléspectateurs devant des scènes de tendresse trop affichée ou de baiser, qui étaient naturellement censurées. A titre d'anecdote, les scènes de violence dans les films et séries n'étaient pas censurées. Par contre, les scènes de tendresse étaient jugées non conformes aux valeurs algériennes et étaient automatiquement supprimées.

Evolution des programmes de télévision diffusés par origine de 1983 à 1989



Source : Graphique constitué sur la base des données ENTV, Reprise par Madani Lotfi, 1994.

Selon ces données, les programmes étrangers représentent 40% environ des grilles diffusées. Cette tendance est confirmée par les études menées sur la télévision algérienne⁷. Néanmoins, si les programmes étrangers restent dominés par la production américaine à concurrence de 80%, contre 20% pour les programmes français, les programmes d'origine arabe commencent à se restructurer après le forcing entrepris par la production syrienne, qui concurrence sérieusement la production égyptienne, et l'arrivée de la production libanaise, qui a repris les feuilletons d'origine brésilienne et mexicaine à succès en les doublant en langue arabe. Ces feuilletons ont fait leur entrée dans les programmes réguliers où ils occupent une place de choix.

1.2.5. L'offre télévisuelle par satellite

Pour mieux cerner l'évolution du paysage télévisuel algérien, il y a lieu d'étudier le phénomène de la parabole, dont l'introduction en Algérie date de la fin des années 80, lorsque la diffusion par satellite et la réception par parabole sont devenues possibles.

En 1987, le grand public découvre la télévision satellitaire à la faveur d'un colloque international sur les nouvelles technologies de l'information, organisé à Alger. Une centaine de particuliers des grandes villes a commencé alors à s'équiper en matériel de réception satellite. Le gouvernement, qui a laissé faire⁸, s'est abstenu de toute réglementation en la matière⁹.

La parabole collective commence alors à envahir les Habitations à Loyer Modéré (HLM). Les habitants se connectent en payant une somme d'environ 66 à 73 USD à l'équipe technique qui assure la liaison. Le nombre de raccordements était estimé entre 120 et 300 prises. (Enquête INESG, 1992).

Cette situation a donné naissance à un marché informel du fait que la demande sociale d'accès aux chaînes étrangères, spécialement françaises, s'était accrue, surtout dans le milieu urbain et chez les cadres moyens¹⁰. En 1993, environ 35% de téléspectateurs sont raccordés à une parabole, soit l'équivalent de 9 millions d'habitants.

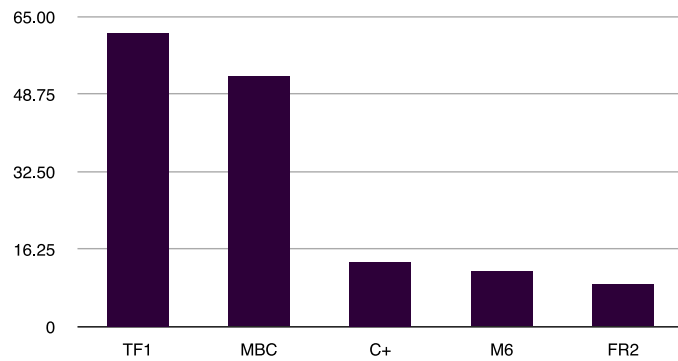
⁷ Il s'agit notamment des travaux de Chevallon en 1987, Michaud en 1988, Mostfaoui en 1994 et Madani, 1994.

⁸ Le mouvement social revendicatif de 1988 va accélérer le rythme d'acquisition de moyens de réception par satellites. Ce phénomène, appelé «parabolisation», repose sur 2 équipes ; une équipe qui importe le matériel et une équipe technique qui installe et diffuse.

⁹ Madani, op cit

¹⁰ Selon différentes enquêtes: CENEAP (Alger), 1992, INESG (Alger), 1992, PROXIMA CONSEIL, 1993, Voir MADANI, 1994, également.

Préférences des téléspectateurs selon les chaînes captées



Source : Enquête INESG reprise par Madani, 1994.

La hiérarchie d'écoute, telle qu'elle ressort du diagramme, ci-dessus, peut s'expliquer, par plusieurs facteurs. Tout d'abord, le lien culturel entre les algériens et la langue française, ensuite la qualité et la diversification des programmes diffusés et, enfin, les autres chaînes, notamment arabes, n'ont pu être accessibles qu'en novembre 1993 (Egypte, Tunisie, Maroc, Emirats Arabes Unis).

Durant les années 90, l'Algérie tente d'assurer la transition vers l'économie du marché en autorisant l'importation massive de produits variés et diversifiés. Ainsi, les petits importateurs temporaires se sont transformés en véritables spécialistes du commerce international.

L'abondance des produits, renforcée par l'installation de producteurs étrangers en partenariat avec des algériens, ainsi que le développement des produits de l'entreprise nationale de Sidi Belabbès, ont fait chuter les prix d'une manière vertigineuse (certains producteurs offraient le matériel complet de réception par satellite pour tout achat de téléviseur). Les algériens, toute catégories confondues, trouvent dans cette facilité le moyen de délaisser la parabole collective en faveur de la parabole individuelle. En 2006, essentiellement en milieu urbain, il n'existe probablement pas une seule maison qui ne soit pas branchée au monde des satellites.

D'après les informations recueillies auprès des installateurs de matériel pour réception satellite, 2 satellites tiendraient la vedette actuellement. Il s'agit de HOTBIRD et de NILESAT. Face à cette nouvelle situation, la télévision algérienne, fortement concurrencée sur son terrain, se trouve obligée d'améliorer ses propres programmes pour arriver à fidéliser ses téléspectateurs.

1.2.6. L'audience de la télévision

En 2006, le téléspectateur algérien avait la liberté et le choix d'accéder à des centaines de chaînes arabes et étrangères. C'est probablement le signe que les mentalités ont changé complètement. La réception par satellite est entrée dans le quotidien de l'algérien.

Un sondage¹¹ réalisé par l'institut Abassa pour le compte de l'Entreprise Nationale de Télévision (ENTV), en juin/juillet 2006, a permis aux différentes chaînes de disposer d'indicateurs importants sur leur audience. Il ressort du sondage, dont les résultats ont été publiés en octobre 2006.

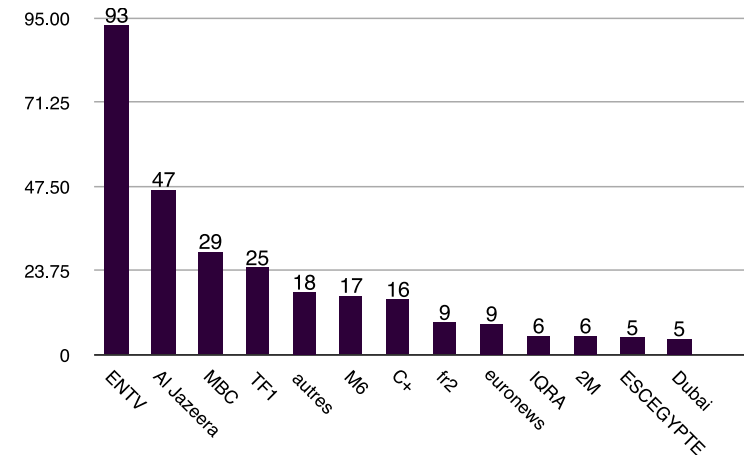
¹¹ L'institut Abassa a travaillé sur un échantillon de 3140 téléspectateurs, répartis sur 32 Wilaya (sur un total de 48 en Algérie).

Ceux qui regardent la télévision, en général, représentent 97%. Cette audience se répartie en 3 catégories :

- ceux qui regardent les programmes algériens et étrangers représentent 65% ;
- ceux qui regardent les programmes exclusivement algériens sont de l'ordre de 25% ;
- ceux qui regardent des programmes exclusivement étrangers sont 8% ;

L'ENTV est concurrencée par 27 chaînes francophones et 24 chaînes arabes.

15 premières chaînes regardées



Source : d'après l'Institut «Abassa Com», Octobre 2006.

Il ressort des données disponibles que 2 chaînes arabes Al Jazeera et MBC ont la faveur des téléspectateurs algériens. La chaîne française TF1 vient en quatrième position avec 24.7%. Néanmoins, sur les 10 premières chaînes regardées le plus souvent, six sont francophones.

Ce qui s'explique, toujours, par ce lien culturel que les téléspectateurs algériens ont avec la langue française. Si l'ENTV occupe la première place avec 83.2% en terme d'audience, ceci ne reflète pas une quelconque performance. En effet, le sondage de l'institut Abassa, montre que les algériens regardent, sur la télévision algérienne, à concurrence de 85.3%, le journal télévisé¹², suivi par la météo (66.5%)¹³ et les émissions religieuses, 55.2%¹⁴.

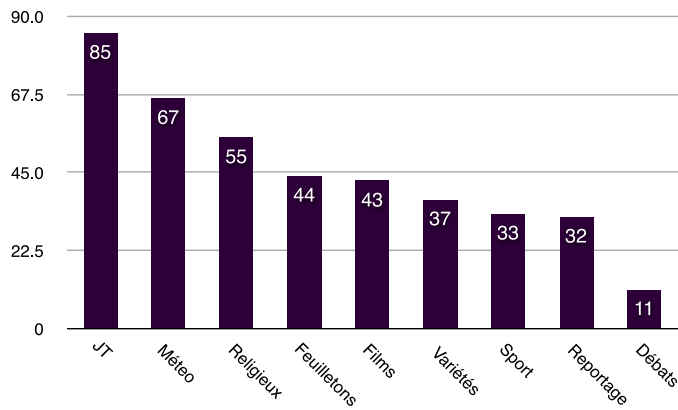
¹² Le journal télévisé de 20 :00 est regardé par la quasi-totalité des algériens. Il constitue la source d'information sur l'activité quotidienne du Président de la République, des ministres et l'actualité nationale.

¹³ La météo constitue un élément essentiel dans la vie des algériens

¹⁴ Les émissions religieuses ont gagné un engouement particulier ces dernières années. Il s'agit d'émissions directes où les citoyens posent des questions d'ordre religieux et reçoivent des réponses en direct. Notons qu'actuellement ces émissions sont regardées et suivies sur toutes les chaînes arabes. Depuis 2 ans des chaînes privées du Moyen Orient ont été lancées pour spécialiser dans les questions religieuses.



Emissions préférées sur la chaîne algérienne



Source : Institut « Abassa com », 2006

Les pics d'audience sont enregistrés entre 13 :00 et 14 :30, horaire de diffusion du feuilleton, et 20 :00-21 :30, horaire de diffusion du journal télévisé. Il y a lieu de signaler que les téléspectateurs consacrent, en moyenne par jour, 2 heures 46 minutes pour la chaîne nationale, et 3 heures 20 minutes pour les chaînes étrangères. Cette tendance obéit à un trend confirmé déjà par les études des années 90. Dans ce même ordre d'idées, Madani (1994), qui a repris l'enquête INESG (1992), insiste sur le déséquilibre entre les 80 heures hebdomadaires offertes par l'ENTV, et les 2000 heures de programmes des chaînes étrangères. L'effet sur l'écoute télévisé donne, en moyenne, 3 heures et demie quotidiennes pour les programmes satellitaires contre 2 heures pour l'ENTV.

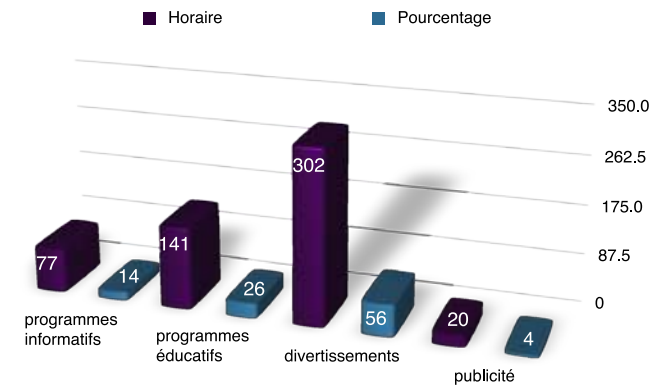
Selon ce même sondage, ceux qui ne regardent que les chaînes étrangères représentent 8%, dont 81% ont le niveau secondaire et plus. Par contre, ceux qui ne regardent que l'ENTV sont de l'ordre de 25%, à majorité des femmes (55.9%), dont 30% au foyer. Ainsi, la chaîne algérienne paraît constituer une source d'information, essentiellement sur l'activité quotidienne nationale et sur l'état du ciel. L'information sur les événements étrangers, l'information scientifique, le divertissement, les films et les reportages sont suivis, en priorité, sur les chaînes étrangères¹⁵.

Dans la programmation annuelle, le mois de Ramadan (mois de jeûne) reste atypique. En effet, la production algérienne, se trouve programmée en exclusivité. En terme de volume, elle est plus importante par rapport aux autres mois de l'année. A l'examen de la grille des programmes du mois de Ramadan 2005 et 2006, il ressort que, pour 2005, la production algérienne¹⁶ a connu une forte progression : 2 feuilletons, 4 séries, 3 émissions de divertissement et une émission de concerts et de chants, en plus d'émissions religieuses. Pour la grille du Ramadan 2006, les responsables ont tenu à multiplier la production algérienne et à prendre en considération les spécificités du mois sacré. Ainsi, 2 feuilletons, 3 séries et 5 émissions de divertissement ont été programmées.

15 La chaîne privée Qatarie arabe Al Jazeera est une chaîne spécialisée de l'information. Sa force réside dans la couverture, en direct, d'événements importants à travers le monde grâce à un réseau impressionnant de bureaux et de correspondants. Il s'agit d'une chaîne qui a su conquérir un grand espace télévisuel et jouer dans la cour des grandes chaînes d'information, malgré la naissance de chaînes spécialisées telles que El Hurra, El Arabia et Nile News.

16 L'évaluation de la production nationale algérienne a fait couler beaucoup d'encre. Le feuilleton « Babar dzair », jugé sans fond ni forme, a été qualifié de complètement raté. Par contre, d'autres feuilletons ont été très appréciés et ont donné le sentiment que les réalisateurs et comédiens algériens sont capables de concurrencer sérieusement les feuilletons égyptiens et syriens.

Programmes par genre - Ramadhan 2006

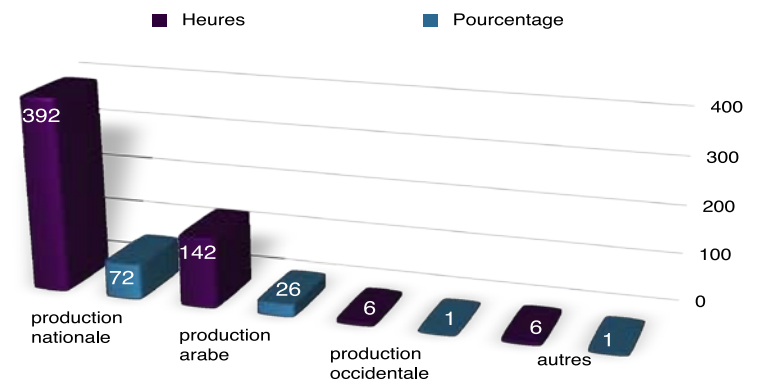


Source : ENTV 2006.

Dans cette grille, les programmes de divertissement constituent 55.92% de l'ensemble du programme, suivis des programmes éducatifs et culturels. L'audience atteint son pic grâce aux recettes adoptées par les responsables de la télévision, tels que des concours¹⁷ qui atteignent environ 118 000 USD.

Un regard sur la répartition des programmes par origine telle qu'elle est proposée, ci-dessous, confirme la politique de renforcement de la production algérienne au cours de ce mois très spécial, vu sa dimension religieuse et festive.

Répartition de programmes par origine



Source: ENTV 2006.

Le mois de Ramadan est devenu un véritable festival au cours duquel les producteurs, les réalisateurs et les acteurs redoublent d'effort pour séduire les téléspectateurs. L'obligation de résultat y est de mise alors que, pour le reste de l'année, la programmation obéit à la même logique décrite plus haut.

17 Le concours est composé de 4 questions (une question chaque semaine) qui portent sur le programme diffusé entre 20 :00 et minuit, chaque jour. Vu l'importance des prix, une grande majorité de familles participent; ce qui les oblige, à suivre tout le programme pour ne rien rater.

1.3. Les ressources allouées au secteur de la radio et de la télévision

1.3.1. La publicité télévisée : Un marché juteux

La publicité a été, depuis longtemps, absente de la télévision algérienne. Elle n'a fait son entrée qu'à partir de 1988. Mis à part un ou 2 spots publicitaires, il n'y avait de place pour aucune autre marque. Les crises chroniques de pénuries sur le marché algérien ne nécessitaient aucune publicité. C'est avec l'ouverture du marché et les réformes entamées en Algérie que la publicité s'est installée progressivement. L'arrivée de marque de boissons gazeuses, de voitures ou de téléphonie fixe et mobile, a permis à la publicité de prendre un élan spectaculaire. D'ailleurs, d'après les responsables de l'ENTV, le chiffre d'affaires de la publicité télévisée au cours du mois de Ramadan 2006, était estimé entre 4,38 et 7,5 millions USD.

En 2006, tout programme annoncé sur la chaîne nationale est sponsorisé par une société. Même le secteur public, sous l'influence des produits importés, est entré dans le jeu de la concurrence par le biais de la publicité.

1.3.2. La formation des ressources humaines

La formation dans le secteur de la télévision est née avec la télévision algérienne. Car, au lendemain de l'indépendance, la diffusion des programmes est rendue possible grâce au premier noyau de techniciens, mal expérimentés certes, qui ont pu, avec beaucoup de volonté, assurer la continuité de la diffusion télévisuelle. A partir de 1964, il a fallu former les cadres et techniciens nécessaires pour garantir le fonctionnement normal de la télévision algérienne.

La France a eu un rôle significatif dans la formation des ressources humaines par le biais de l'Office de Radiodiffusion Télévision Française (ORTF) d'abord, puis de l'Institut National d'Audiovisuel (INA) ensuite. En effet, l'ORTF a reçu, de 1964 à 1971, 173 stagiaires dans différentes spécialités. Entre 1974 et 1976, l'INA, succédant à l'ORTF, a formé au moins 70 techniciens.

Tableau n° 6 : Cadres algériens formés à l'étranger par filière et par pays de 1970 à 1977.¹⁸

Pays	Filière	Nombre
France	Techniciens supérieurs	45
	Chefs opérateurs	06
	Réalisateurs TV	03
Sous-total		54
Belgique	Réalisateurs	03
URSS	Ingénieurs électriciens	06
	Réalisateurs	02
Sous-total		08
Total		65

Source : RABIA A., 1992, *La formation des cadres de la RTA, en revue algérienne de communication, n°9.*

En 1967, à la suite de l'éclatement de la Radiodiffusion et de la Télévision Algérienne (RTA) en plusieurs entreprises, la demande de formation a été très grande. Le besoin était

¹⁸ Pour la même période, Amara (1979) parle de 57 cadres formés en France au lieu de 54. Le reste sans changement.

estimé, entre 1970 et 1977, à 814 personnes à former. Face à cette situation, le recours à la formation étrangère, comme unique solution, ne pouvait pas satisfaire la demande galopante, d'où la création, en 1969, du Centre de formation de la RTA, qui s'est spécialisé dans la formation des cadres moyens.

Tableau n° 7 : Formation de cadres au Centre de formation de la RTA de 1970 à 1977¹⁹

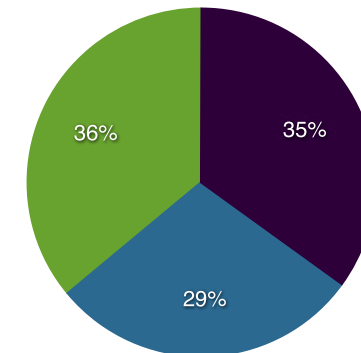
Filière	Nombre
Opérateurs de prise de vue	78
Techniciens labo films	04
Monteurs films	20
Assistants de prise de son	07
Administrateurs de production	34
Assistants de prise de vues	29
Agents d'exploitation 1ère catégorie	49
Techniciens d'exploitation	59
Agents d'exploitation	49
Total	336 ⁽²⁰⁾

Source : Amara R, 1979, *La formation la RTA, in revue les 2 écrans n°9*

Le rythme des formations des personnels de la radio et de la télévision algérienne va s'accroître vers la fin des années 70, en s'appuyant à la fois sur les possibilités internes et sur les opportunités offertes grâce à la coopération internationale.

Effectifs formés en 1978/ 1979 selon le lieu de formation

● à l'étranger ● CFPA ● RTA



Source : Constitué sur la base des données de Amara R, 1979, op. Cité

Ces données montrent qu'entre 1978 et 1979, 35 % de l'effectif global est formé à l'étranger. La part de la France, par rapport à d'autres pays, est significative, avec un taux de 81%. En effet, en 1980, la RTA met en place, avec le concours de l'INA²⁰, une politique visant à assurer, à partir de 1983, une autonomie totale en grâce à l'envoi de stagiaires

¹⁹ Pour la même période Rabia (1992) parle de 311 cadres formés au même centre.

²⁰ Entre 1976 et 1982, 129 cadres ont été formés à l'INA (Rabia, 1992). L'INA a joué un rôle primordial dans la formation des ressources humaines de la RTA, devenue en 1986, l'ENTV après son éclatement en 4 organismes

en France et l'accueil de professionnels français en Algérie. Les cycles de formation des cadres²¹ de la télévision se sont étalés tout au long de la période 1987-2005 et ont touché toutes les catégories, y compris les journalistes. L'ouverture de la filière audiovisuelle dans les centres de formation professionnelle et le nombre de cadres dont disposait désormais le pays ont poussé les responsables à opter pour les cycles de recyclage, qui ont l'avantage de permettre aux cadres en exercice de suivre l'évolution technologique.

Bien qu'elle n'ait rien à envier aux autres télévisions de la région, sur le plan des moyens techniques et du niveau de ses ressources humaines, la télévision algérienne risque de souffrir encore longtemps de la concurrence des chaînes satellitaires²², surtout avec l'apparition de chaînes thématiques. D'autant plus que la télévision algérienne a évolué au gré des réformes entreprises dans le pays et reste dans le giron de l'Etat et domine, par la grâce de celui-ci, le champ télévisuel en Algérie.

En juin 2006, avec le démarrage de la coupe du monde de football, un phénomène nouveau est venu bousculer les habitudes des téléspectateurs algériens. Il s'agit du cryptage des chaînes françaises (TF1, FR2, FR3, M6, tout le bouquet TPS), jusqu'ici accessibles sans grande difficulté. Cette situation, qui a exaspéré le téléspectateur algérien, a fait que la seule alternative était de se rabattre sur les autres chaînes gratuites.

2. LA FILIERE CINEMATOGRAPHIQUE

La naissance du cinéma en Algérie remonte, d'après différentes sources, à 1957. Il a connu, comme partout ailleurs, des hauts et des bas et traversé des situations glorieuses et d'autres périlleuses. La production de quelques dizaines de films et quelques palmarès le plaçait, au cours des années 70, particulièrement, parmi les cinémas les mieux importants d'Afrique.²³

2.1. Quelques repères historiques

Les documents disponibles situent l'apparition du cinéma algérien, en 1957, au maquis, grâce à de jeunes réalisateurs français²⁴ qui avaient rejoint les rangs de l'Armée de libération nationale (ALN). En effet, c'est dans la wilaya Une, zone 5, qu'une Cellule cinématographique de l'ALN est constituée. Il s'agit de 5 personnes qui, munies de moyens rudimentaires, ont commencé à filmer quelques scènes du vécu. Ces précurseurs avaient produit 4 reportages. En l'absence de circuit formel, ces documentaires étaient diffusés dans quelques télévisions

21 Selon Daroui (journaliste pour la télévision, la formation sous forme de stages de courte durée est assurée en France, en Belgique, au Canada et dans les pays arabes.

22 Selon le sondage Abassa (2006), 8% de qui ne regardent que les chaînes étrangères. 75 % de ces téléspectateurs ont le niveau d'instruction secondaire et plus. Par ailleurs, 25% ne regardent que la chaîne algérienne et déclarent avoir une opinion négative et très négative sur le contenu des programmes. Il ressort du même sondage que 57% des téléspectateurs sont satisfaits ou très satisfaits, contre 39% mécontents et très mécontents.

23 A cette époque les pays arabes, à l'exception de l'Egypte comme les pays africains n'avaient pas de véritable cinéma. Le Maroc et la Tunisie, jusqu'à la fin des années 70 ne dépassaient pas 3 à 5 films par année.

24 Les jeunes réalisateurs français ont filmé en 1956/57 «Les réfugiés», un court métrage de 16 mm réalisé par Cécile de Cujs. René Vauthier réalisa, en 1957/58, un autre court métrage, suivi par 3 films réalisés par les élèves de l'école de formation, à savoir : « L'école, Les infirmières, de l'ALN, L'attaque des mines de l'Ouenza ». En 1958, un autre réalisateur français, en l'occurrence René Clément, tourna 2 films « Sakiet sidi Youcef et les Réfugiés ». Le film « Djazairouna », composé d'images prises au maquis par Djamel Chandlerli et d'images prises du film « une nation l'Algérie » de Vauthier, fut tourné par Chaulet, Chandlerli et Lakhdar Hamina. En 1961 un autre court métrage « j'ai huit ans » fut tourné par Yann et Olga, Le Masson et R.Vauthier. La même année, 3 films ont été réalisés, « Yasmina » de Hamina et « la voix du peuple », « les fusils de la liberté », réalisés par Hamina et Chandlerli (Maziz, 1976).



des pays socialistes. Par ailleurs, les négatifs de ces documentaires étaient envoyés en Yougoslavie où ont été déposés les premières archives du cinéma algérien.

La période 1957–1961 a été caractérisée par la production de films témoins sur la révolution algérienne. Il a fallu attendre 1964, 2 années après l'indépendance, pour voir les premiers cinéastes se livrer à la recherche technique et/ou esthétique en vue de l'enrichissement de la forme donnée à ce nouveau mode d'expression²⁵. Entre 1964 et 1968, les cinéastes algériens sont arrivés à produire une série de films orientés, essentiellement, sur des sujets de la guerre de libération nationale.

L'option socialiste choisie par le pouvoir politique²⁶ en Algérie influença toute la période des années 70. De nombreux films ont été produits sur des thèmes se rapportant à la vie sociale, à l'option socialiste, aux luttes des classes sociales, etc.

Les années 80 sont marquées par l'émergence du cinéma des jeunes d'origine algérienne «Beurs», nés dans des pays européens, privilégiant une nouvelle thématique s'articulant autour des questions d'émigration, des problèmes sociaux des grandes villes, du monde rural tout en laissant une place non négligeable aux thèmes liés à l'espoir. Mais, dès le début des années 90, l'Algérie sombre dans une lutte sans précédent. Les intellectuels, en général, et les cinéastes, en particulier, étaient menacés de mort et préféraient s'exiler. Avec ces événements, un autre mouvement de cinéma est né. Il s'agit de la production cinématographique des algériens à l'étranger (spécialement en France). Les thèmes traités s'appuient sur le terrorisme en général. Mais, le retour au calme, constaté en Algérie à partir de 2000, donne au cinéma algérien une renaissance après un coma profond.

2.1.1. La période d'avant l'indépendance

De 1957 à 1962, le cinéma algérien comptabilise la production de 13 films répartis en courts et moyens métrages. La production de ces 13 films d'avant 1962 semble constituer le noyau dur des artistes du cinéma algérien. Malgré les problèmes de la guerre d'Algérie les réalisateurs n'ont pas hésité à produire les premiers films algériens adressés essentiellement à une grande foule. Il y a lieu de saluer les jeunes réalisateurs français qui, grâce à leur courage, ont joué un rôle dans la naissance du cinéma algérien qui a pris forme, petit à petit, au lendemain de l'indépendance.

La production de ces 13 films d'avant 1962 semble constituer le noyau dur des artistes du cinéma algérien. Malgré les problèmes de la guerre d'Algérie les réalisateurs n'ont pas hésité à produire les premiers films algériens adressés essentiellement à une grande foule. Il y a lieu de saluer les jeunes réalisateurs français⁽²⁷⁾ qui, grâce à leur courage, ont joué un rôle dans la naissance du cinéma algérien qui a pris forme, petit à petit, au lendemain de l'indépendance.

2.1.2. La période d'après l'indépendance

Les travaux sur le cinéma algérien ne révèlent rien sur la période 1962-1964. L'activité cinématographique semble être au repos durant ces 2 années. Il a fallu attendre 1964 pour enregistrer la production d'un long métrage. A partir de 1965, le cinéma algérien va prendre une dimension particulière.

La période 1965-1978 : comme pour toutes les activités économiques le cinéma algérien va connaître le phénomène de la nationalisation. Le secteur public règne seul sur

25 Maziz M., « le cinéma, un art national », in « Révolution africaine », n° 656, Alger, 1976

26 En 1980, après la mort de Boumediène en 1978 et l'arrivée de Chadli au pouvoir, toute une série de décisions ont été prises. Tout d'abord, le lancement de plans quinquennaux au lieu des plans quadriennaux, ensuite, la restructuration des entreprises et l'option «décentralisation» et, enfin, le développement local et la prise en compte du volet social.

la production, la diffusion et la gestion des salles. La logique du financement public entre en jeu, à tel point qu'on considère qu'elle ait pu jouer un rôle décisif dans le choix des thèmes traités.

Durant cette période où la production s'est développée de façon significative, les sujets dominants s'articulaient sur la guerre d'Algérie et sur des questions liées, directement ou indirectement, à ce qui a été appelé, pendant longtemps, «la révolution socialiste», dont la base est, essentiellement, «la révolution industrielle», «la révolution agraire» et «la révolution culturelle». Il est évident que le cinéma, selon ce schéma idéologique, devient donc un élément mobilisateur, une mission patriotique empreinte de militantisme.

Cette période, marquée par la recherche de techniques nouvelles et d'un degré avancé d'esthétique, va donner au cinéma algérien une nouvelle image²⁷. En effet, en 1969, Les réalisateurs Lakhdar Hamina et Tewfik Fares tentent de donner une autre facette de la révolution. L'humour fait alors son apparition dans «Hassan Terro», qui associe peur et héroïsme ou encore «Les hors la loi».

Au début de la deuxième décennie d'indépendance, le cinéma algérien tente de prendre une autre dimension. Le film de Ahmed Rachedi «L'opium et le bâton», tourné en 1970 avec des acteurs français, a connu un succès incomparable dans les salles de cinéma. La qualité de l'image, la couleur et le professionnalisme des acteurs donnèrent au film une grande valeur ajoutée technique.

Dès 1971, les réalisateurs se tournent vers d'autres sujets. Au cours de cette année, le cinéma algérien s'ouvre davantage sur la diversification, ce qui va lui donner ses lettres de noblesse et sa vitesse de croisière. En effet, 10 films ont été produits entre le cinéma algérien et la Algerian Radio & Television (RTA) et au moins 12 autres films ont été produits, en coproduction avec des pays étrangers.

Durant la période 1973-1978, plusieurs films portant un cachet varié et diversifié, ont été réalisés. Plusieurs cinéastes tentent de diversifier les thèmes en traitant des questions de l'exode rural, de l'émigration, de l'habitat, des problèmes sociaux, etc. C'est ainsi que le cinéma algérien s'est distingué en décrochant «La palme d'or» à Canne, 1975 grâce au film du réalisateur Lakhdar Hamina «Chronique des années de braise».

La période 1979- 1989 : L'année 1979 a coïncidé avec le 25ème anniversaire du déclenchement de la révolution. Les 5 films²⁸ produits cette année, n'ont pas réussi à convaincre le public et les spécialistes. D'ailleurs, même l'ouverture de la société algérienne, dès le début des années 80, n'a pas permis l'émergence d'une production cinématographique, régulière et de qualité²⁹. L'ombre de la crise semble touché le cinéma algérien. Les dysfonctionnements entre les organismes publics gestionnaires du cinéma,

27 Pour dessiner un tableau global sur cette période quelques œuvres sont évoqués. La première œuvre est celle de Mustapha Badie qui en 1965 réalise «la nuit a peur du soleil» dont le thème est toujours la guerre d'Algérie. La même année Ahmed Rachedi réalise «L'aube des Damnés», un film destiné essentiellement à la lutte des peuples d'Afrique, qui a décroché le prix du congrès mondial de la paix au festival international de Leipzig en 1965. Il semble qu'Ahmed Rachedi voulait donner à la révolution algérienne une dimension continentale. Toujours influencé par la guerre d'Algérie, Lakhdar Hamina en 1969 réalise «le vent des aurés», film primé au festival de Canne en 1966, prix de la meilleure œuvre et en 1967 il a obtenu le meilleur scénario à Moscou (Mazif, 1976). En 1968 Mohammed Slim Riad tourne «La voie». Le premier film traite la vie d'une famille détruite par la guerre et la deuxième film s'articule sur, ce que l'histoire appelle «les camps de concentration».

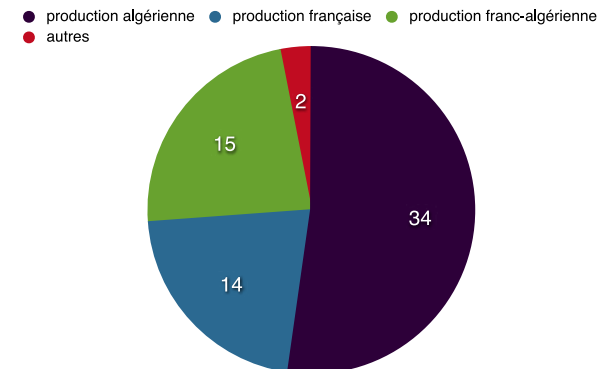
28 Il s'agit de «El Moufid» de Ammar El Askri, «Ali au pays des mirages» de Rachedi, «Le premier pas» de Bouammari, «Morte la longue nuit» commenté par Mammeri, et «les moineaux de novembre» de Mefi.

29 Seule l'année 1986 a connu la réalisation de «Houria», de Sid Ali Mazif, ainsi que 2 autres films : le premier de Mehdi Charef «Thé ou Harem d'Archimède», qui, d'ailleurs, ne peut pas être comptabilisé au palmarès du cinéma algérien puisque son réalisateur est un français issu de l'émigration. Le film de Merzak Allouache, «Amour à Paris», est de production française

la compétence des ressources humaines, le modèle de gestion et, surtout le chômage technique des cinéastes, étaient à l'origine de cette léthargie.

La période 1990- 2006 : le début des années 90 a été le point de départ d'un certain nombre de maux en Algérie. La victoire, légitime ou non, des Islamistes aux élections a déclenché une véritable crise³⁰ marquée, essentiellement par une vague d'assassinats, dont les intellectuels ont été la cible. La majorité des cinéastes ont choisi le chemin de l'exil, 3 films seulement ont été produits de 1991 à 1993. C'est à partir de 1994 que le relais sera assuré par des réalisateurs algériens, réfugiés en France, et des réalisateurs français, dont certains originaires d'Afrique du Nord. Mais la période la plus riche en production est sans aucun doute, celle située entre 1990 et 2006. Au moins 65 films ont été produits, dont 34 films algériens, 15 coproduits entre la France et l'Algérie, 14 productions françaises et 2 par d'autres nationalités.

Production des cinéastes algériens par origine - nombre des films de 1990 à 2006



Source : Graphique constitué sur la base de données de Djamilia.com 2006

En résumé, le cinéma algérien, qui a démarré sous forme d'une petite cellule, a évolué à travers le temps. D'excellents films ont pu être réalisés durant les années 70, où le cinéma a été hautement subventionné. Néanmoins, les années 80 ont connu le début d'une crise qui a paralysé la production cinématographique. La crise des années 90 a obligé les cinéastes à l'exil, où la coopération avec les réalisateurs français a donné un ensemble de films. A partir de 1986, le cinéma issu de réalisateurs français d'origine algérienne a donné au cinéma un autre goût. Sur le plan thématique, le cinéma algérien a, pendant longtemps, été lié à la guerre de libération, à l'intolérance ou à la situation de la femme. Au début des années 2000, un espoir est né, vu l'amélioration de la situation sécuritaire en Algérie.

2.2. Les composants de la filière cinématographique

L'Algérie a hérité, en 1962, un réseau de salles de projection qui couvre pratiquement l'essentiel des quartiers des grandes villes comme Alger, Oran ou Constantine. Le cinéma est resté, pendant longtemps, le moyen de divertissement le plus privilégié. Avant la conquête du public par la télévision, le ticket de cinéma était le meilleur cadeau qu'on puisse faire à une personne. En terme d'audience, le cinéma a connu des hauts et des bas. Une période florissante, en 1982, au cours de laquelle le nombre de spectateurs a atteint 23 800 000, suivie, en 1990, d'une période de régression avec 11 340 000 de spectateurs³¹.

30 L'arrêt du processus électoral et la démission du Président Chadli vont accélérer le rythme de la crise. Un conseil d'Etat, installé pour tenter de sortir l'Algérie de sa crise, n'a rien pu faire l'annonce d'une véritable situation de guerre, où l'insécurité était totale. Aujourd'hui, on parle de 100 à 200 000 morts, selon diverses sources.

31 Base de données de djamilia.com

Cette période marque le début d'une véritable crise. Au niveau des salles de cinéma, leur nombre est en chute libre.

En effet, mis à part quelques salles réparties dans les grandes villes, la presque totalité a changé de vocation et s'est transformée en espaces commerciaux ou salles d'exposition. Certes, ce réseau a été renforcé, durant les années 70, par la construction de salles de projection dans les ensembles appelés « maisons de culture » et « centres culturels »³². Néanmoins, si les salles de cinéma étaient convenablement gérées après l'indépendance, leur nationalisation³³ ne les a pas protégées contre d'éventuelles dégradations.

Une enquête réalisée, en 1977, par le journal El Moudjahid et reprise par Révolution Africaine, souligne que peu de salles sont restées fonctionnelles. Le journaliste d'El Moudjahid livre, dans le tableau qui suit, des données significatives sur 7 salles de cinéma à Alger.

Tableau n° 8 : Situation des fauteuils de 7 salles de cinéma en 1977.

Salles	Nombre de places	Fauteuils éventrés
Volontaire	724	110
Mondial	600	60
Caméra	670	130
Sierra Maestra	941	200
Aurès	864	366
Tamgout	890	100
Musset	670	130
Total	5359	1096 soit 20.45%

Source : El Moudjahid culturel, 1977 repris par Révolution Africaine, 1980.

Durant les années 90, mis à part une ou 2 salles à Alger, toutes les autres étaient fermées. En réalité, ce constat n'est pas étonnant puisque les gestionnaires des salles de cinéma sont des fonctionnaires, payés selon une grille de salaire et non selon leurs résultats, ce qui contribue à l'instauration d'une culture de laisser aller.

Au début de ce siècle, le « cinéma maison » se trouve comme alternative à cette crise. En effet, l'Algérie, compte, selon des estimations non officielles, une douzaine de producteurs privés de films sur CD. Tous les propriétaires de magasins de vente et de location de films sur cassette vidéo et CD confirment que le film sur CD commence à prendre un élan sans précédent et que la cassette vidéo commence à disparaître de la circulation. Ainsi, le « cinéma maison » semble, donc, prendre une dimension réelle en Algérie. La fermeture des salles de cinéma a orienté les consommateurs vers d'autres produits.

³² La construction de maisons de culture et des centres culturels n'a pas couvert toute l'Algérie mais l'essentiel des villes telles que Médéa, Sétif, Batne, Blida, Annaba, Constantine, Oran, etc. En plus il y a lieu de comptabiliser les cinémathèques d'Alger, Annaba, Oran et Constantine.

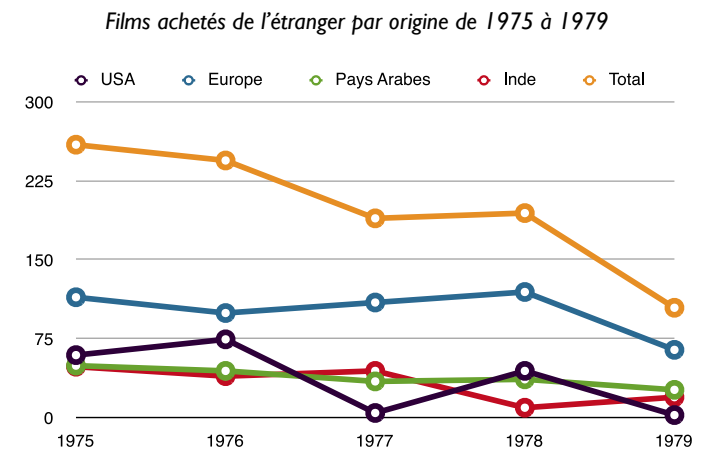
³³ Il y a lieu de noter que la gestion des salles était confiée aux APC (Assemblée populaire nationale), c'est-à-dire les mairies.

Cette tendance est encouragée par un ensemble de facteurs dont, essentiellement, le coût du matériel de visionnage³⁴ le prix du CD, le coût de location³⁵, l'émergence de producteurs de matériel audiovisuel en Algérie³⁶ en plus de l'importation libre et, enfin, le verrouillage de toute une série de chaînes telles que TPS, Canal+, M6, TF1, opéré en juin 2006.

Au niveau de la ventilation des choix du public, les films étalés chez les revendeurs et locataires de films laisse penser que les films les plus prisés sont, en premier lieu, les films d'action et d'aventures, américains et européens, ensuite, les films arabes, essentiellement égyptiens, suivis par les films hindous et, enfin, les films religieux. Ceci confirme que la tendance n'a pas changé par rapport aux décennies précédentes.

2.3. La concurrence étrangère de la filière cinématographique

La production nationale ne peut être appréciée uniquement selon des indicateurs quantitatifs de films produits. Les films étrangers renseignent également sur le genre de produits cinématographiques consommés.



Source : graphique illustré selon Révolution africaine, 1980.

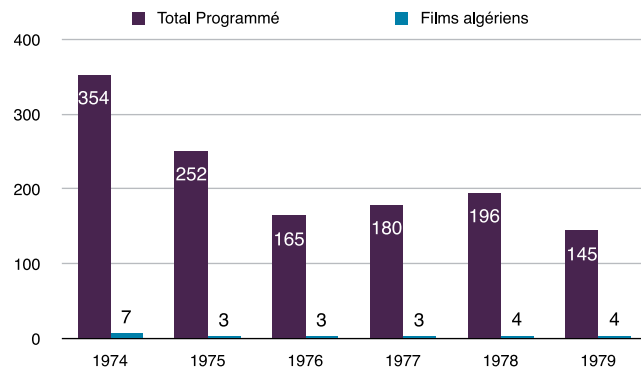
Le nombre de films algériens entre 1975 et 1979 a régressé, par rapport au nombre de films étrangers achetés. Le graphique fait ressortir une certaine stabilité des films arabes et hindous. A cette époque, les westerns américains, les films d'action et d'humour européen, ainsi que les films de mélodie, arabes et hindous, ont marqué la tendance globale.

³⁴ Les prix des lecteurs CD, DVD et DVX varient 31,25 USD pour un lecteur CD, et jusqu'à 206,25 USD pour un lecteur DVD et DVX.

³⁵ Le marché offre des films sur CD pour 0,86 USD à 205 USD, quant à la location d'un film, elle est pour 0,25 USD.

³⁶ Notamment à Bordj Bouarerdj, cité à 240 Km d'Alger, devenue ville de l'électronique, vu le nombre de sociétés qui s'y sont installées.

Evolution de la part des films algériens dans la programmation globale de 1974 à 1979



Source : graphique illustré selon Révolution africaine, 1980.

En effet, entre 1974 et 1979, la part des films algériens, par rapport à la programmation globale est insignifiante. Selon une enquête de « Révolution africaine » publiée en 1980, les films algériens n'ont pas réellement convaincu le public des salles, à l'exception de quelques films qui ont drainé une foule importante de spectateurs.

Ce constat explique l'attitude des responsables de salles qui demandaient avec insistance les films westerns, hindous, policiers et les mélodrames égyptiens auprès de l'Office National pour le Commerce et l'Industrie Cinématographique (ONCIC) qui jouissait du monopole de la commercialisation et de la production, monopole qu'elle a légué à l'Entreprise Nationale de Production Audiovisuelle (ENPA). Cette situation a duré jusqu'à la fin des années 80. Avec la crise des années 90, le cinéma algérien est en régression constante. La cassette vidéo, puis le CD, ont remplacé la salle de cinéma. Il s'agit d'ailleurs, d'un phénomène qui n'est pas spécifique à l'Algérie, mais partagé par tous les pays du Maghreb, où le DVD et le CD constituent un marché complet.

3. LES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

L'Algérie, dont certains responsables ont mis l'accent, solennellement sur la nécessité d'acquérir les technologies de l'information et de la communication, vit une réalité qui est loin de confirmer les ambitions affichées de ses dirigeants. D'ailleurs, les données sur l'état des lieux des technologies de l'information et de la communication en Algérie à travers les 3 branches (l'informatique, la téléphonie, et l'Internet) démontrent cette distorsion.

3.1. L'informatique

L'Algérie accuse, au début de ce siècle un retard considérable par rapport à ses potentialités économiques. L'introduction de l'informatique remonte aux années 70, avec les grosses machines utilisant les cartes perforées. Mais, ce n'est qu'à partir de 1994 que le marché algérien a commencé à importer massivement les produits informatiques. La course des administrations pour acquérir cette nouvelle « merveille » était clairement affichée à travers les crédits alloués, à cet effet, dans leurs lignes budgétaires.

Malgré cet engouement, le nombre d'ordinateurs acquis reste en deçà des ambitions affichées par les pouvoirs publics, sachant par ailleurs, que l'indicateur quantitatif (nombre d'ordinateurs) ne renseigne nullement sur l'utilisation de l'ordinateur. Dans ce sens, une recherche menée en 1997³⁷, a montré que l'acquisition de l'ordinateur

³⁷ Le bilan présenté au Président de la République, le 22/10/2006, fait état de 700 000 ordinateurs vendus (El Moudjahid, 23 octobre 2006, n° 12802). A ce rythme, l'Algérie n'atteindra pas ses objectifs en 2009, date à laquelle le gouvernement avait prévu l'achèvement de l'équipement de 6 000 000 de familles. Par ailleurs,

n'améliore pas, totalement la qualité des services offerts par l'administration. Au contraire, même si cela paraît contradictoire, il en retarde le rendement à cause de la période de fascination et de découverte de l'outil au cours des premiers mois. De même, la moyenne d'utilisation de l'ordinateur dépasse rarement 20 minutes par jour.

Le parc des ordinateurs acquis à fin 2004 est de l'ordre de 2 millions, soit 62,5 ordinateurs pour 1000 habitants. Cette situation a interpellé le Président de la République, qui a ordonné le lancement d'une opération, appelée « OUSRATIC », pour doter 6 millions de familles d'ordinateurs, à travers un prêt bancaire et des prix estimés raisonnables. L'échec de l'opération³⁸ est attribué par le Ministre de la Poste et des technologies de l'information et de la communication au comportement des banques, qu'il n'a cessé de dénoncer.

Cette volonté politique est confrontée à une lourdeur bureaucratique adossée à la mentalité des algériens, habitués à la gratuité, et qui pensent que l'Etat va, tôt ou tard, offrir gratuitement des ordinateurs.

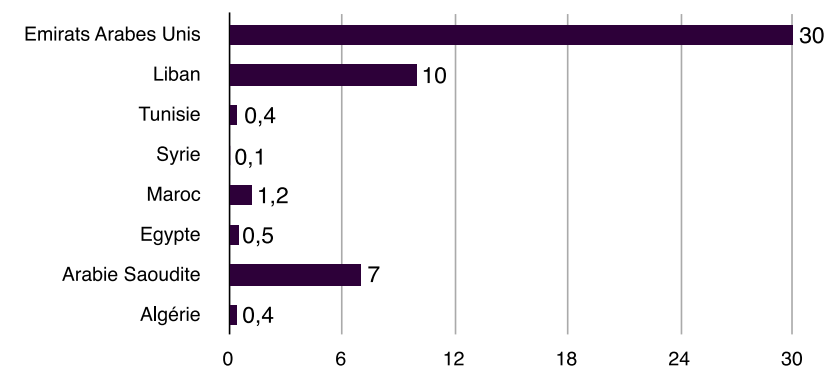
Aujourd'hui, les produits informatiques sont disponibles sur le marché algérien. Le prix d'un ordinateur de marque varie entre 750 USD et 1000 USD. Il reste, cependant, que le chiffre de 3 millions d'ordinateurs de 2006 donne un indicateur de 90,90 ordinateurs pour 1000 habitants, jugé en deçà des ambitions affichées.

3.2. L'Internet

L'Internet a fait son apparition en Algérie en 1991, avec une première liaison avec l'Italie. En 1993, le Centre de Recherche et d'Information Scientifique (CERIST), devient l'unique fournisseur public. En 1995, l'Internet commence à se démocratiser timidement jusqu'en 1998, où l'Etat ouvre le marché pour le privé. Entre 1999 et 2000, 28 fournisseurs privés ont eu l'agrément. En 2003, 80 fournisseurs sont agréés dont 15 étaient réellement fonctionnels. En 2006, leur nombre a baissé à 37 opérateurs³⁹.

Pour présenter le degré de pénétration de l'Internet en Algérie, sa comparaison avec d'autres pays arabes semble utile⁴⁰.

Serveurs Internet pour 1000 habitants en 2005



Source : Microsoft Encarta 2006, Le Liban et les Emirats, rapport arabe sur le développement humain, 2003.

si, dans les meilleures des conditions, le chiffre annuel de 700 000 ordinateurs était maintenu en 2009, il n'y aurait que 2 800 000 ordinateurs, soit moins de 50% de ce qui a été prévu.

³⁸ Maziz, M. 1980, Les Comédiens : Quand joueront-ils leur rôle ? . In « Révolution Africaine », n° 828. Alger

³⁹ Abdelkrim Benarab « utilisation de l'informatique dans l'administration » étude réalisée dans le cadre de l'Université de Constantine en 1997.

⁴⁰ Les chiffres du Liban et Emirats Arabes Unis concernent l'année 2000.

Les pays du Golf sont ceux qui ont le mieux investi dans l'Internet. Dans le classement du nombre d'internautes pour 1000 habitants, en 2003, l'Algérie se situe à la 83ème place mondiale, derrière le Maroc 80ème, l'Égypte 79ème et la Tunisie 64ème. En 2006, les données du Ministère de la Poste et des Technologies de l'information et de la communication situent le nombre d'internautes à quelques 3 millions, soit 90 internautes pour 1000 habitants. Le nombre de cybercafés a atteint 5900 unités.

3.3. La téléphonie

L'Algérie qui s'est souvent ouverte aux nouvelles technologies, très tôt au cours du siècle dernier a eu du mal à garantir un accès convenable des algériens au téléphone. En effet, ce service est resté longtemps inaccessible. Le raccordement au réseau nécessitait, jusqu'aux années 80, beaucoup de patience voire, dans certains cas, des interventions solides. On estime à 700 000, les demandes qui ne ont pas satisfaites. Néanmoins, depuis l'ouverture sur le marché international et l'attribution de licences et d'autorisations aux opérateurs privés, la téléphonie en Algérie a pris des dimensions spectaculaires.

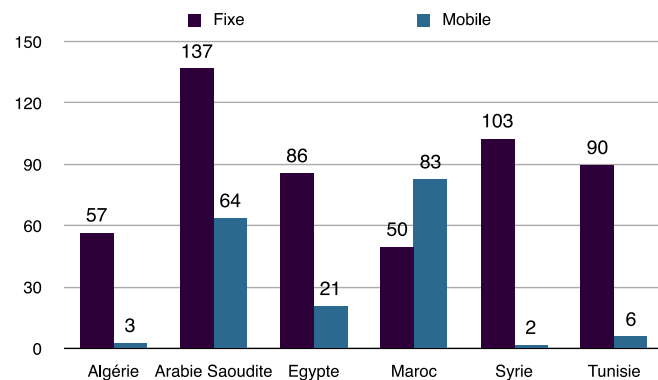
Tableau n° 9 : Evolution du nombre d'abonnés au téléphone entre 2000 et 2006

Année	2000	2006	Multiplicateur 2006/2000
Abonnés au réseau fixe	1 800 000	2 860 000	7.5
Abonnés réseau mobile	54 000	18 600 000	944.44

Source : El Moudjahid, 23 octobre 2006, n° 12802.

L'arrivée sur le marché d'opérateurs privés, en l'occurrence Djezji et Nedjma⁴¹ a donné un réel coup de pouce au rythme d'évolution du nombre d'abonnés au téléphone mobile. De 3 abonnés pour 1000 habitants en 2000 à 562,5 pour 1000 habitants en 2006. Comparé à celui d'autres pays de la région arabe, le parc du mobile en Algérie, en 2000, ne pesait effectivement pas lourd.

Comparaison des abonnés au téléphone fixe et mobile en 2000 par 1000 habitants



Source : Rapport de développement humain arabe ; 2003 ; PNUD ; New York.

⁴¹ Les abonnés se répartissent comme suit : Djezji : 10 000 000 abonnés, Nedjma : 5 000 000 abonnés et Mobilis (public) : 3 000 000. La concurrence entre les 3 opérateurs a atteint des niveaux de folie. La baisse du coût du mobile le place, aujourd'hui, à la portée de toutes les bourses.

Parallèlement à la téléphonie mobile, la téléphonie fixe connaît le début d'un processus de privatisation et de mise en place d'un ambitieux programme. La licence attribuée à l'opérateur privé LACOM est entrée en service en 2006, et commence à annoncer un début de concurrence avec le secteur public⁴². Depuis 2004, l'Algérie a créé 2 organismes autonomes, à savoir Algérie Telecom et Algérie Poste. Avant cette date, il n'y avait qu'un seul organisme appelé « Poste et télécommunication ».

Par ailleurs, en 2006, l'Algérie comptait 38 000 kiosques multiservices et 5 000 taxiphones installés sur la voie publique. Les retards accusés par l'Algérie en matière de connexion téléphonique et de qualité des services ont eu comme impact, le retard accusé en matière de connexion à l'Internet.

Face à la bataille que se livrent les opérateurs public et privés, l'intérêt du citoyen, en terme de garantie de services à moindre coût et de qualité, ne peut venir que de la concurrence. Or, l'opérateur public ne veut pas perdre ses clients et continue à jouir du monopole en mettant la pression sur l'instance de régulation. Néanmoins, le mouvement de réformes en cours, notamment l'arrivée d'opérateurs privés et la généralisation d'Internet sont des facteurs qui peuvent imposer une accélération du processus de privatisation.

3.4. L'e-stratégie de l'Algérie

L'Algérie, qui dispose désormais d'un ministère dédié aux technologies de l'information et de la communication, entend exécuter un programme ambitieux. Ce programme prévoit la construction d'un cyber parc à la nouvelle ville de Sisi Abdallah, dans le grand Alger, sur une superficie de 100 hectares, pour une enveloppe de 125 millions d'USD. Par ailleurs, un projet d'intranet est en cours pour relier les différents services du gouvernement. Dans ce sens, un programme de coopération avec l'Union Européenne est en cours d'exécution et concerne l'e-Ecole et l'e-Commune. Ce programme, qui arrive à échéance, fin 2007, connaît des retards dans sa réalisation.

4. LA FILIERE MUSICALE

L'Algérie possède un patrimoine musical riche et diversifié. Sa musique est étroitement liée à son histoire, dont elle s'est nourrie. Différentes cultures et religions ont vécu ensemble durant de longues années.

4.1. La typologie de la musique algérienne

La richesse et la variété du patrimoine musical en Algérie tiennent de la diversité de la population (les touaregs, les amazighs, les arabes) de l'espace géographique et enfin des langues utilisées. Les types de musique pourraient être classés en plusieurs catégories :

- les musiques berbères, qui englobent les musiques kabyles, Chaoui, et Mzabi ;
- les musiques andalouses, qui varient selon les grandes écoles d'Alger, Constantine, Tlemcen et Mostaganem ;
- les musiques du grand sud : la musique Tergui, celle de la région de Bechar, et la musique folklorique d'El Oued. Les musiques contemporaines : le Rai, le Sétifien et les musiques modernes ;
- les musiques algériennes peuvent être classées en fonction des instruments qu'elles utilisent. Les musiques utilisant des instruments anciens, celles utilisant des

⁴² L'opérateur public a lancé un prêt obligatoire au courant du mois de septembre 2006, pour la récolte de 25 Milliards de dinars afin d'exécuter son programme de modernisation de son réseau en introduisant le numérique et les fibres optiques et la densité de l'ADSL (voir interviewe du DG Telecom Algérie (octobre; 2006) et compte rendu de presse (octobre; 2006).



instruments à corde et les musiques utilisant les instruments à vents. Des musiques contemporaines utilisent un mélange d'instruments.

En Algérie, la musique a été transmise de génération en génération par voie orale. La seule musique, qui a probablement connu de véritables écoles, c'est la musique andalouse. Cette musique, dont les origines remontent au 9^{ème} siècle, du temps de Haroun Errachid, connu pour ses encouragements aux musiciens⁴³. La musique andalouse est arrivée en Algérie après l'exode des «mauresques» juste après leur révolte en 1609. Aujourd'hui, de grands maîtres de la musique andalouse⁴⁴, sont connus. Le melhoun est considéré comme une poésie du terroir. Ce type de musique se base sur la Quassida, le poème, ainsi que sur des instruments très simples. Le répertoire melhoun regroupe des chansons religieuses, des chansons d'amour, des hymnes au prophète ...etc.

La musique Chaabi, autre genre qui a évolué à Alger est adossée à l'un de ses grands maîtres incontestés qui est El Anka. L'interaction entre différentes musiques a contribué à l'émergence d'un nouveau type de musique, dit moderne. Variée et diversifiée elle est considérée comme une évolution du Chaabi. Les musiques folkloriques, quand à elles, constituent un répertoire où chaque région a sa propre empreinte. Elle est constituée de chansons d'amour, de douleurs et de comportements sociaux. La musique Kabyle est un style, régionale et ethnique où la chanson engagée et populaire est très présente.

Le rai, qui a réalisé des succès à travers le monde, présente un cas de figure particulier. Il trouve ses origines dans les chansons considérées comme vulgaires. Le rai qui se chantait à l'époque dans les bars, a connu un succès dès la sortie des premiers disques en 1966. L'émigration en France de certains chanteurs du rai a permis à quelques uns d'entre eux, de devenir des stars internationales⁴⁵.

4.2. La production et la promotion musicale

L'Algérie n'a connu que des producteurs de musique privés. Les studios d'enregistrement, les éditeurs de disques, de cassettes puis de CD sont devenus de véritables barons dans la discipline⁴⁶. Généralement, tous les chanteurs algériens doivent passer par cette filière. Au nombre d'une douzaine, répartis, essentiellement, entre Alger et Oran, les producteurs de musique sont les maîtres incontestables et incontestés de cette activité.

Si, dans les pays développés, voire même certains en voie de développement, comme l'Égypte, des espaces appropriés et des établissements célèbres sont dédiés à la musique, cela n'a pas été le cas en Algérie, où plusieurs tentatives ont eu lieu depuis 1962, sans résultat. Toute une série de festivals pour tous types de musique, ont été organisés à Alger, Oran, Constantine, Tizi Ouzou, Mostaganem et Médéa, sans qu'on puisse leur garantir une certaine régularité.

Aussi, des initiatives sporadiques visant la sélection de jeunes talents ont-elles donné à l'Algérie toute une génération de chanteurs. Reste néanmoins le problème de la pérennité de ces initiatives. Cette situation donne aux artistes le sentiment que la réussite passe inévitablement par le Caire, Beyrouth, ou Paris⁴⁷.

43 Les Mossili (Ibrahim (742-804) et Issac (767-850) (Larousse, 1989) donnaient de véritables cours de musique aux élèves. Ziriab, élève des Mossili, a été un phénomène musical. La rivalité et les intrigues de cours lui avaient valu la menace de mort et l'obligèrent à fuir Bagdad pour s'installer à la cour de Abderrahmane III, à Cordoue. Dans cette ville, Ziriab a créé des écoles, formé des disciples. On lui attribue plus de 10 000 pièces musicales, et la création de la musique andalouse, un phénomène du 9ème siècle (Benkhalfat D. 1976).

44 Citons Cheikh Larbi Bensari et Sadek Bedjaoui.

45 Il y a lieu de rappeler que la chanson Rai a évolué dans les bars et boîtes parce qu'elle était interdite sur les ondes jusqu'au grand succès populaire enregistré, plus tard, par ce style de chanson.

46 Sévèrement critiqués dans un film intitulé «les marchands de rêves», les producteurs n'ont jamais été découragés. Bien au contraire, ils sont fiers aujourd'hui de parler de leur palmarès.

47 Les exemples ne manquent pas, il suffit de citer quelques noms comme Zakia Mohammed, Fella Ababasa, Amal Wahbi, Khaled, Mami et d'autres chanteurs.

4.3. Les ressources humaines

La musique en Algérie a été intégrée pendant longtemps dans le programme officiel de l'éducation nationale. Des professeurs de musique étaient recrutés en France, en Irak, en Égypte, dans le cadre de la coopération, pour assurer les cours de solfège et l'entraînement sur instruments.

L'Institut de musique d'Alger, les conservatoires de Constantine, de Annaba, d'Oran, le ballet national de Sidi Belabbes, le ballet national de la RTA, l'orchestre de la RTA, les ensembles vocaux de la RTA et des lycées, constituaient le tissu d'apprentissage et d'enseignement de la musique en Algérie, en plus des associations de la musique andalouse d'Alger, de Tlemcen, de Koléa, de Constantine et de Annaba.

Aujourd'hui, l'enseignement de la musique ne fait plus partie du programme officiel, même si quelques établissements donnent le choix aux élèves entre le dessin et la musique.



2. LE CADRE JURIDIQUE ET INSTITUTIONNEL

1. LA RÉGLEMENTATION DE LA RADIO ET DE LA TÉLÉVISION

La naissance de la radio et télévision algérienne remonte au 1er août 1963. En 1986, il y a eu éclatement de la RTA en 4 organismes à savoir : la radio (ENRS), la télédiffusion (TDA), la production audiovisuelle (ENPA) et enfin la télévision (ENTV).

La filière de la radio et de la télévision, à la différence du cinéma a connu une stabilité à travers le temps. Cette stabilité s'est soldée par une évolution normale et une expansion en conformité avec l'évolution des besoins.

En 1986, l'ENT a été créée par le décret n° 86-151 du 1er juillet 1986 portant sur la création de l'ENT. En 1991, le décret n° 91-98 du 20 avril 1991 l'érige en établissement public de télédiffusion d'Algérie (TDA). En 1992, le présent décret est abrogé par le décret n° 92-136 du 7 avril 1992 qui lui confie d'assurer, dans le cadre de conventions, la diffusion et la transmission des programmes de radio diffuseurs privés en Algérie et vers l'étranger. Le décret n° 92-137 du 7 avril 1992 portant sur l'approbation du cahier général des charges définissant les conditions techniques relatives à l'usage des fréquences radioélectriques pour la diffusion par ondes hertziennes de programmes radiophoniques et télévisuels ainsi que la distribution par câble d'émissions sonores et/ou télévisuelles. L'arrêté du 5 mai 2001 portant sur l'organisation interne de l'établissement public de TDA. Au fait, le secteur de la radio, la télévision et la télédiffusion n'ont pas subi de changements contrairement aux textes juridiques publiés en conformité de l'évolution de la société algérienne.

2. LA RÉGLEMENTATION CINÉMATOGRAPHIQUE

Au lendemain de l'indépendance l'une des premières structures créées était l'Office des Actualités Algériennes (OAA) par le décret n° 63-15 du 9 janvier 1963 portant sur la création et organisation de l'OAA. L'ONCIC a été créé par l'ordonnance n°67-51 du 17 mars 1967 portant sur la création de ce dernier. Cet office a produit les premiers films d'après la guerre de libération, financé uniquement par des fonds publics et doté de tous les moyens techniques. La même année, le législateur voulait réglementer les questions de l'art et de l'industrie cinématographique. L'ordonnance n°67-52 du 17 mars 1967 portant sur la réglementation de l'art et de l'industrie cinématographique a été publiée, modifiée et complétée par l'ordonnance n° 68-612 du 15 novembre 1968.

Toujours en 1967, la décision était prise pour confier l'exploitation et la gestion des salles de cinéma aux communes par décret n° 67-53 du 17 mars 1967 relatif à la concession aux communes de l'exploitation des fonds de commerce des spectacles cinématographiques. Vingt années après l'ordonnance n° 68-611 du 15 novembre 1968 portant sur la réorganisation du Centre Algérien de la Cinématographique (CAA), l'arrêté du 25 juillet 1987 portant sur l'organisation interne du centre est venu définir son organisation interne. En 1968 une autre structure a été lancée par le décret n° 68-623 du 15 novembre 1968 portant sur la création du Centre de Diffusion Cinématographique (CDC). L'arrêté du 25 février 1969 est venu définir son organisation interne. En 1974 lors du lancement du

deuxième plan quadriennal, période de gigantisme, du dirigisme et de l'interventionnisme de l'Etat, l'ONCIC monopolisait la totalité des activités du secteur. L'ordonnance n° 74-19 du 1er février 1974 modifiant et complétant l'ordonnance n°67-51 du 17 mars 1967 portant sur la création de l'Office National pour le Commerce et l'Industrie Cinématographique (ONCIC) a ajouté l'alinéa 5 qui donne à l'office l'exclusivité de la production et la distribution des magazines et documentaires d'information. Par ailleurs, l'OAA a été enterré par le décret n° 74-47 du 21 janvier 1974 et son patrimoine transféré à l'ONCIC. La multitude de structures de gestion cinématographique créées et la tendance vers le monopôle de l'ONCIC qui a regroupé beaucoup d'activités traduit la lourdeur qui émergera du poids des structures rassemblées dans cet office.

Dix ans plus tard, suite à l'adoption des pouvoirs publics d'une stratégie de déconcentration des sociétés et organismes nationaux, l'ONCIC a été éclaté en 2 entreprises. Le décret n°84-349 du 24 novembre 1984 portant sur la création de l'Entreprise Nationale de Production Cinématographique et Audiovisuelle (ENAPROC). Le décret n° 84-351 du 24 novembre 1984 lui a transféré des structures, biens, moyens, activités et personnels détenus ou gérés par l'ONCIC. L'ENAPROC assure les activités dans le domaine de la production de films et programmes audiovisuels. Cette institution n'a vécu que 3 ans, en 1987 elle a été dissoute par décret n°87-255 du 24 novembre 1987. Le Décret n°84-350 du 24 septembre 1984 portant sur la création de l'Entreprise Nationale de Distribution et d'Exploitation Cinématographique (ENADEC). Le décret n° 84-352 du 24 novembre 1984 lui a transféré des structures, moyens et personnels gérés par l'ONCIC. L'ENADEC assure les activités de distribution des produits cinématographiques et audiovisuels ainsi que l'exploitation des salles de spectacles cinématographiques et autres structures de diffusion. Cette structure n'a vécu que 3 ans, en 1987 elle a été dissoute par décret n° 87-254 du 24 novembre 1987.

La dissolution des 2 entreprises a donné naissance à un Centre Algérien pour l'Art et l'Industrie Cinématographique (CAAIC) créé par décret n° 87-253 du 24 novembre 1987. Ce centre a pour objet la planification de la production de films, la promotion ainsi que la diffusion et la distribution du film algérien en Algérie et à l'étranger. La gestion et l'exploitation des structures de diffusion lui ont été confiées.

L'Entreprise Nationale de Production Audiovisuelle (ENPA) créée par le Décret n° 86-149 du 1er juillet 1986, a fait l'objet d'un amendement par le décret exécutif n° 92-181 du 5 mai 1992. Ce décret définit les champs d'action de cette entreprise à l'échelle nationale et internationale. L'arrêté du 16 juin 1993 portant sur la nomination des membres du conseil d'administration de l'ENPA, les membres désignés sont des représentants de ministères et/ou organismes publics. Parmi les membres du conseil de l'administration de l'ENPA aucun professionnel du monde de l'audiovisuel ne figure. Cette entreprise a été dissoute par Décret n° 98-62 du 11 février 1998 portant sur la dissolution de l'ENPA.

Le CDC, créé en 1968, a été abrogé par le décret n°88-08 du 26 janvier 1988. Sa mission consistait à gérer la filmothèque à caractère non commercial. En 2004, ce centre change de nom en application du décret exécutif n° 04-236 du 23 août 2004. Il devient un établissement public à caractère administratif et porte le nom du « Centre National de la Cinématographie et de l'Audiovisuel » (CNCA). Sa mission consiste à réglementer les activités cinématographiques, de la vidéo, des vidéodisques et des DVD. Ses missions seront précisées par l'arrêté du 18 juillet 2005. Cet arrêté permet au centre de fournir des prestations de service en matière de location du matériel technique de production et de projection, des prestations de service et de maintenance ainsi que la réalisation des études et de recherche. L'arrêté interministériel du 16 août 2005 fixant l'organisation interne du CNCA. Il est évident que la vitesse de restructuration des entreprises de cinématographie a agit négativement sur la production audiovisuelle. Ceci permet de conclure que la crise du cinéma algérien a commencé durant les années 80 qui n'ont pas vu une production consistante à l'encontre des années 60 et 70. La déstabilisation des structures selon un



modèle d'ascenseur de création et de dissolution puis récréation pèse lourdement sur la stabilité et la pérennité de l'œuvre cinématographique surtout qu'à chaque changement de nouveaux responsables et de nouvelles méthodes de travail.

En 1987, un fond pour le cinéma a été prévu par le décret n° 87-279 du 15 décembre 1987 portant sur la répartition des ressources du fond de développement de l'art, de la technique et de l'industrie cinématographique. Ce décret prévoit, dans le cadre de la répartition des ressources :

- 80% destinée à encourager et à financer la production cinématographique nationale;
- 12% destinée à l'enrichissement et la conservation des archives filmées de la cinémathèque et à la construction d'un musée du cinéma et à l'extension de sa cinémathèque;
- 8% destinée à subventionner des publications culturelles et des manifestations culturelles cinématographiques folkloriques ou autres donnés par le Ministère de la Culture et du Tourisme.

Le décret exécutif n° 91-03 du 19 janvier 1991 fixant les modalités de fonctionnement du fonds de développement de l'art, de la technique et de l'industrie cinématographique et précisant les conditions d'attribution des prêts et subventions alloués par le fonds. L'arrêté interministériel du 2 juillet 2006 fixant la nomenclature des recettes et des dépenses du compte d'affectation spéciale n° 302-014 intitulé «fonds de développement de l'art, de la technique et de l'industrie cinématographiques».

Les recettes de ce fonds proviennent, comme le précise l'arrêté du 2 juillet 2006, d'abord du produit des redevances applicables aux billets d'entrée aux salles de spectacles cinématographiques; ensuite, du produit des taxes perçues des visas d'exploitation ; puis, du produit des amendes infligées en application de la réglementation audiovisuelle en vigueur ; du remboursement des prêts et enfin des subventions éventuelles du budget de l'Etat. Les dépenses du compte d'affectation se subdivisent en 2 parties : la première concerne les prêts et la deuxième concerne les subventions.

Concernant les prêts, ils sont destinés :

- lancement de la production et de la distribution audiovisuelles algériennes;
- à l'aide des entreprises de réalisation, de réfection ou d'amélioration d'infrastructures des salles de cinéma.

Les subventions sont destinées :

- production et à la distribution de films algériens supérieure à 70 minutes ;
- au financement de l'équipement et modernisation des industries, des techniques et des structures du cinéma et de la télévision ;
- à la préparation de réalisation des œuvres audiovisuelles ;
- à la promotion et à la diffusion de la production nationale en Algérie et à l'étranger ;
- à l'encouragement et au soutien des actions de production de films inférieure à 70 minutes, de documentaires, de films de recherche d'art et d'essai.

En 1988 le décret n° 88-190 du 4 octobre 1988 modifié fixant les modalités de fonctionnement du compte d'affectation spéciale n° 302-051 intitulée «fonds d'affectation des taxes destinées aux entreprises audiovisuelles». L'arrêté interministériel du 20 décembre 2002 fixant la nomenclature des recettes et des dépenses du compte d'affectation spéciale n° 302-051. Ce compte est alimenté en recettes par le produit des taxes perçues sur les appareils de radiodiffusion et télévision et sur leur usage ainsi que les redevances sur les antennes paraboliques.

Ce décret divise les dépenses en 2 grands domaines : la télédiffusion et la production audiovisuelle. En 1990, un autre fonds spécial est né par décret exécutif n° 90-325 du 20 octobre 1990 fixant les modalités de fonctionnement du compte d'affectation spéciale n° 302-059 «fonds de la promotion de la presse écrite et audiovisuelle». Ce décret a été abrogé par le décret n°91-323 du 16 septembre 1991. Le décret exécutif n°91-03 du 19 janvier 1991 fixant les modalités de fonctionnement du fonds de développement de l'art, de la technique et de l'industrie cinématographique et précisant les conditions d'attribution des prêts et subventions alloués par le fonds. En 1992 ce décret a été modifié par le décret exécutif n° 92-108 du 14 mars 1992.

Malgré les réformes qui ont visé à sortir cette filiale de sa léthargie, l'activité cinématographique est restée sous le monopole de l'Etat et par conséquent, tributaire de ses subventions inconstamment variables. Ainsi d'une filière épanouit au cours des premières années de l'indépendance, à une activité menacée par une paralysie totale.

Ainsi, l'Arrêté du 29 septembre 1992 relatif au fonds d'encouragement de la production audiovisuelle donne les prérogatives au Ministre de la Culture d'arrêter le montant de la subvention à allouer à la société productrice dont l'œuvre audiovisuelle a été agréée. En plus du monopole exercé par le Ministère de la Culture sur la production cinématographique, l'instabilité de ce département et ses fluctuations successives entre différentes appellations et la simple suspension, expliquent en partie la crise du cinéma algérien.

Il semble que les décisions, prises à ce jour, visant à restructurer la filière cinématographique n'ont pas abouti à des résultats concluants. Ceci n'est pas spécifique au cinéma c'est plutôt le cas de plusieurs secteurs qui, malgré le nombre de réformes qu'ils ont connu, n'ont pas connu un développement conséquent.

3. LA RÉGLEMENTATION DES TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

Afin de toucher l'ensemble des secteurs concernés par cette étude, il est important de rappeler quelques références juridiques utiles. Le code des postes et télécommunications a été prévu dans l'ordonnance n° 75-89 du 30 décembre 1975. Et, afin d'élargir l'offre, notamment téléphonique et se rapprocher davantage du citoyen, les directions des wilayas (délégations) ont été créées par le décret exécutif n° 92-129 du 28 mars 1992.

En 2000, des réformes importantes sont constatées dans cette filière. En effet, la loi n° 2000-03 du 5 août 2000 portant sur la poste et les télécommunications prévoit dans son article 10 la création de l'autorité de régulation et dans son article 28 elle prévoit l'ouverture au secteur privé selon des conditions préalables, sur la base d'équité et de concurrence. En plus de la création d'Algérie Telecoms et d'Algérie poste, l'autorité de régulation, a mis ces 2 entreprises autonome sous la tutelle d'un ministère appelé «Ministère des Postes et des Technologies de l'information et de la communication». Suite à cela, le champ des télécommunications a été ouvert au secteur privé. L'Algérie compte



actuellement 3 opérateurs dans la téléphonie mobile dont 2 opérateurs privés et 3 dans la téléphonie fixe dont 2 opérateurs privés.

4. LA RÉGLEMENTATION DE LA MUSIQUE

La musique constitue un volet à part. Il s'agit d'un secteur qui est resté entre les mains du secteur privé. La réglementation adoptée concerne les structures de formation. La production et la distribution obéissent aux règles de l'Office National du Droit d'Auteur (ONDA) et des entreprises privées. Sauf l'importation des instruments de musique qui a été confiée à l'Entreprise Nationale des Fournitures Educatives et Culturelles (ENAFEC) créée par décret n°83-302 du 30 avril 1983 portant sur la création de l'ENAFEC. La dite entreprise s'est confiée l'opération d'importation et de distribution des instruments de musique.

5. LES DROITS D'AUTEUR ET LES DROITS VOISINS

5.1. Le cadre législatif des droits d'auteurs

Les droits d'auteur en Algérie remontent à l'année 1973 dates à laquelle, l'ordonnance n° 73 - 14 du 3 avril 1973, était publiée relative au droit d'auteur. Cette ordonnance a été abrogée par l'ordonnance n° 97-10 du 6 mars 1997 relative aux droits d'auteurs et droits voisins. Cette ordonnance a apporté quelques rectificatifs concernant les droits voisins et a pris en considération l'évolution de ces droits et les différentes mutations socio-économiques. Le mois de juin de la même année, l'ordonnance n°73-26 du 5 juin 1973 fut promulgué et portant adhésion de l'Algérie à la convention universelle sur le droit d'auteur de 1952, révisée à Paris le 24 juillet 1971. Après cette adhésion il a fallu créer un organisme approprié. La même année, et un mois après, l'office du droit d'auteur fut créé par ordonnance n° 73-46 du 25 juillet 1973 portant création de l'ONDA.

Réaménagée par le décret exécutif n° 05-356 du 21 septembre 2005 qui en fixe les statuts de l'ONDA de par les textes qui le régissent est chargé de la sauvegarde de la protection des droits moraux et patrimoniaux des créateurs d'œuvres de l'esprit ou de leurs ayants droit et des titulaires de droits voisins. Il assure une gestion collective de l'ensemble des catégories d'œuvres de l'esprit et des prestations quel qu'en soit le genre.

En plus des droits d'auteur, l'ONDA veille sur les droits voisins. Les droits voisins sont consacrés par la convention internationale de Rome en 1961 (ONDA, 2006). Institués en Algérie par l'ordonnance no 97-10 du 06 mars 1997, réaménagée par l'ordonnance no 03-05 du 19 juillet 2003, cette protection permet aux nouveaux titulaires de droits de conserver un contrôle sur l'utilisation et l'exploitation de leurs prestations et de compenser le préjudice subi du fait des reproductions et des diffusions massives qui sont et qui peuvent en être faites⁴⁸.

En 1997 l'Algérie adhère à la convention de Berne comme le stipule le décret présidentiel n° 97-341 du 13 septembre 1997 portant sur l'adhésion de la République Algérienne Démocratique et Populaire, avec réserve, à la convention de Berne pour la protection des œuvres littéraires et artistiques du 9 septembre 1886, complétée à Paris le 4 mai 1896, révisée à Berlin le 13 novembre 1908, complétée à Berne le 20 mars 1914 et révisée à Rome le 2 juin 1928, à Bruxelles le 26 juin 1948, à Stockholm le 14 juillet 1967 à Paris le 24 juillet 1971 et modifiée le 28 septembre 1979.

5.2. L'organisation de l'Office National des Droits d'Auteurs et Droits Voisins

L'ONDA conformément aux textes le régissant, se compose de la direction générale et ses six directions centrales à Alger, de 3 directions régionales implantées à Alger, Oran,

48 L'ONDA, 2006

et Constantine ainsi que 15 agences sises à Alger, Oran, Constantine, Tizi Ouzou, Blida, Batna, Bejaia, Annaba, Sétif, Ghardaïa, Ourgla, Chlef, Mostaganem, Saida et Tlemcen. L'effectif total de l'ONDA est composé de 219 agents (109 au niveau central et 110 au niveau décentralisé). Le fichier des auteurs adhérents de l'office compte 6047 auteurs répartis comme suit:

- 60% auteurs d'œuvres musicales ;
- 20% auteurs d'œuvres littéraires en émission ;
- 10% auteurs d'œuvres dramatiques ;
- 7% auteurs d'œuvres artistiques ;
- 3% auteurs d'œuvres en édition.

Le fichier des œuvres gérées par l'office représente un répertoire de 428 804 œuvres réparties de la manière suivante :

- 90.74% œuvres musicales ;
- 3.91% œuvres cinématographiques ;
- 2.81% œuvres littéraires en émission ;
- 2.32% œuvres dramatiques ;
- 0.19% œuvres littéraires en édition.

L'ONDA, assure une protection sociale des auteurs sous forme de 2 types de prestations tels que le tableau suivant les représente.

	2001	2002	2003	2004
Retraite complémentaire	2.506.024	2.504.322	2.800.110	2.778.475
N° d'auteurs bénéficiaires	54	226	62	61
Allocation individuelle moyenne	46.408	11081	45.163	45549
Allocation individuelle en \$	600	139	583	632
Aide sociale de secours pour auteurs en difficultés	1.610.000	855.000	4.975.000	1.000.000
N° d'auteurs bénéficiaires	43	28	117	29
Allocation individuelle moyenne	37442	30536	42521	34482
Allocation individuelle en \$	485	383	549	479

Source : tableau constitué sur la base des données ONDA, 2006, Alger.

Ce tableau illustre les difficultés rencontrées par les auteurs qui recourent à l'aide de l'office. Les montants accordés aux auteurs sont dérisoires et expriment peut être la détresse des auteurs. En plus de ces actions, l'office accorde des aides pour la promotion culturelle. Les montants accordés entre 2001 et 2004 représentent 791 125 USD et a attribué des aides à la réalisation de 5 films algériens⁴⁹.

⁴⁹ Il s'agit des films suivants : Le vent de l'oubli (de B. HADJAJ), Si Mohand UM' Hand (de L. KHODJA), Le Japonais de In Belbel (de Nadia CHERABI), Hameau de femme (de M. CHOUIKH), La voisine (de G. BENDEDDOUCH).



3. LES CONDITIONS DE DEVELOPPEMENT DU SECTEUR

1. CONDITIONS SPÉCIFIQUES DE LA FILIÈRE AUDIOVISUELLE

En dépit des efforts déployés par les pouvoirs publics pour moderniser et restructurer la radio et la télévision algérienne, la production nationale, et plus particulièrement télévisée⁵⁰, est restée majoritairement tributaire de la production étrangère, essentiellement américaine (doublée en langue française) et égyptienne. Car, la part de la production nationale dans la grille des programmes ne représente que 30%. Les programmes nationaux se limitent à l'information, la météo, les chants, les documentaires, les sketches, et de temps à autre, la diffusion d'un film algérien.

Ceci est aggravé par une concurrence des chaînes satellitaires qui façonnent largement les habitudes des algériens en matière d'exposition à la télévision. C'est pourquoi, sans mesures adéquates, la télévision algérienne risque de souffrir encore longtemps de la concurrence des chaînes satellitaires, françaises et arabes, plus particulièrement.

Plusieurs conditions sont à même de donner à la télévision algérienne un bon positionnement dans le paysage local et régional, il s'agit de :

- la libéralisation du secteur de l'audiovisuel pour créer une dynamique concurrentielle avec un secteur privé national capable de répondre aux attentes des algériens en matière d'images de soi;
- la création d'un modèle économique et de gestion permettant au service public de passer de la logique du producteur/diffuseur à une logique de diffuseur par l'externalisation de ses programmes;
- la mise en place d'instances indépendantes de régulation et de réglementation pour garantir aux médias audiovisuels, qu'ils soient publics ou privés, une véritable autonomie du pouvoir politique.

Pour ce qui est de la radio, 3 conditions sont nécessaires pour renforcer son positionnement en tant que média populaire, il s'agit essentiellement de :

- l'élargissement de la couverture pour atteindre les zones les plus éloignées du pays;

⁵⁰ Les responsables ont défini un programme ambitieux pour la radio, ses actions, qui devront être réalisées d'ici à 2011, ont pour objectif de conforter la position de la radio comme média populaire et concerne, essentiellement : la numérisation de 14 chaînes régionales et de la création d'une chaîne internationale et de chaînes thématiques, la formation du personnel technique et de journalistes dans le cadre d'un programme de coopération avec les canadiens, la construction d'un nouveau siège pour la radio, l'amélioration de la couverture, la création de nouvelles chaînes régionales.

- l'élaboration de programmes de proximité pour répondre aux attentes des citoyens les plus diversifiées et les plus hétéroclites;
- l'externalisation de certains programmes pour garantir une originalité et diversité.

2. CONDITIONS SPÉCIFIQUES À LA FILIÈRE CINÉMATOGRAPHIQUE

Depuis plus de décennie, le cinéma algérien connaît une léthargie due, essentiellement à des dysfonctionnements et des problèmes liés au modèle de gestion d'une part, et d'autre part son attachement sur le plan thématique, à la guerre de libération, sans oublier, bien évidemment la crise d'intolérance des années 90.

Plusieurs conditions doivent se réunir pour donner au cinéma algérien une nouvelle chance pour renaître :

- un cadre juridique adapté ;
- le regroupement des différentes structures gestionnaires du cinéma (CDC, ONCIC, etc.) en un seul et unique organisme dont les attributions seront à caractère réglementaire ;
- l'encouragement de l'initiative privée par des mesures fiscales, des facilités bancaires ;
- la création de passerelle entre la télévision et le cinéma, en vue de coproduire des œuvres algériennes ;
- l'encouragement des réalisateurs d'origine algérienne pour produire leurs œuvres en Algérie ;
- la mise en place de fonds de soutien à la rédaction de scénarios et à la production ;
- la création d'une véritable école de cinéma pour la formation des ressources humaines nécessaires à la rescousse de cette filière ;
- la mise en place d'actions de promotion, dont les festivals, pour ramener les spectateurs dans les salles de cinéma ;
- la délégation de gestion ou privation des salles de cinéma, à fin de les soumettre à une logique d'entrepreneur qui fait appel aux méthodes marketing ;
- la restructuration du secteur informel, existant, qui assure aujourd'hui la production et la distribution des VCD et DVD pour créer une industrie de l'audiovisuel et du cinéma.

3. MESURES SPÉCIFIQUES AUX TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION

Face à l'inaccessibilité des moyens informatiques, malgré le nombre d'opérateurs d'accès à l'Internet et malgré l'existence sur le marché algérien d'équipement informatique, les pouvoirs publics sont appelés à prendre des mesures pour stimuler le marché des technologies de l'information et de la communication, il s'agit par exemple de :

- mettre en place des cyber parcs publics ;



- implanter dans les écoles et les universités des espaces dédiés aux nouvelles technologies de l'information et aux multimédias;
- imposer aux établissements publics l'adoption de service tout numérique;
- former des ressources humaines capables de produire des contenus locaux pour stimuler l'appétit des utilisateurs;
- adopter une politique de prix qui encourage l'acquisition d'équipements et de matériel informatique.

En matière de téléphonie 2 mesures sont indispensables pour garantir aux usagers des prix et des services concurrentiels, il s'agit de :

- l'indépendance de l'instance de régulation vis-à-vis des opérateurs publics ;
- l'accélération du processus de privatisation.

4. ACTIONS À ENTREPRENDRE POUR LA FILIÈRE MUSICALE

La filière musicale contrairement aux autres filières a de belles perspectives devant elle. En matière de production, les jeunes talents évoluent, actuellement, dans l'espace artistique algérien grâce à la multiplication des radios régionales et aux succès des musiques du terroir qui renaissent de leur cendre grâce à des arrangements plus modernes. Néanmoins, selon les responsables de l'ONDA, les artistes algériens appellent les responsables à une réorganisation de la filière afin de :

- renforcer le rôle et revoir le statut de l'ONDA;
- mettre à jour les textes de l'ONDA;
- se concentrer sur un seul rôle et déléguer les rôles à caractère culturel aux départements concernés;
- définir le métier d'artiste;
- mettre fin au plagia;
- organiser de véritables rencontres et festivals dédiés à la musique algérienne;
- sauvegarder le patrimoine musical oral algérien;
- encourager la recherche en vue de tracer les origines de la musique algérienne

4. CONCLUSION

Le diagnostic du secteur algérien de l'audiovisuel, du cinéma, des technologies de l'information et de la communication et de la musique a révélé que la radio, vu la qualité de ses programmes, et la liberté d'expression dont elle dispose, est devenue le média populaire par excellence. Néanmoins, en dépit de tous les efforts déployés, la radio ne couvre pas l'ensemble du territoire national.

Toutefois, l'étude de la télévision a révélé que cette entreprise est toujours sous le monopole de l'Etat et le contrôle des politiques. La volonté de la réformer ne manque pas, preuve s'il en est, les différents statuts accolés à la télévision algérienne qui est passée du statut d'établissement public à 4 entités autonomes, pour passer, enfin à un établissement à caractère industriel et commercial. L'ouverture de l'Algérie sur le monde extérieur, et l'abandon du model socialiste a permis, certes l'émergence d'un secteur privé dans différents activités économiques, sauf dans celui de la communication audiovisuelle⁵¹.

Malgré la diversification de son offre, la télévision algérienne n'arrive pas toujours à répondre aux attentes de ses téléspectateurs. Les programmes proposés sur les 3 chaînes nationales restent en majorité d'origine étrangère. La télévision publique n'arrive à retenir les téléspectateurs que sur les programmes d'information, de feuilletons et de météo.

Paradoxalement à cette situation, la publicité télévisée présente un marché estimé à 7,5 millions de USD, ce qui n'explique pas la qualité et la quantité des programmes diffusés par ces chaînes. Ceci dit il y a un problème de crédibilité de la télévision publique aggravé par l'absence d'une politique de production nationale.

Par ailleurs le cinéma algérien, après ses années lumières sombre dans une léthargie du fait du contexte politique non favorable à la créativité, en plus de l'absence d'une politique de soutien au cinéma nationale. Cet état de chose a accentué au cours de 2 dernières décennies l'émigration des réalisateurs qui se sont installés dans des pays européens ce qui permet encore que quelques films portent encore la nationalité algérienne⁵². Aussi, la nouvelle génération de réalisateurs «Beurs» donne t-il au cinéma algérien un nouveau souffle quoique la classification de leur filmographie pose problème⁵³.

Le réseau de salles de cinéma en Algérie connaît aussi une régression vertigineuse qui a provoqué la fermeture pure et simple de l'ensemble des salles de cinéma, gérés par un organisme public. La programmation des salles est inondée par les films d'origine étrangère dont les films américains, égyptiens et hindous. Cette situation est amplifiée par le cinéma de maison qui semble supplanter de plus en plus le grand écran à cause de la production locale, par une douzaine de producteurs privés qui se partagent le marché algérien des CD.

⁵¹ La chaîne privée «Khalifa News», de droit français installée à Paris, n'a pas pu survivre et a été liquidée dans le cadre de la liquidation totale de ce qui est connu sous le nom d'«affaire El Khalifa». La télévision algérienne publique n'est donc pas concurrencée par d'autres chaînes privées en Algérie. En 1994, elle a lancé une deuxième chaîne «CANAL Algérie», qui diffuse sur satellite en direction de la communauté émigrée.

⁵² C'est le cas du dernier film de Rachid Bouchareb «Indigènes» qui était présenté au nom de la France, mais dans certains festivals arabes comme film algérien.

⁵³ Les films réalisés par les beurs ou autres réalisateurs naturalisés sont classés, par les autorités françaises comme films français.



La filière musicale algérienne, ambassadrice de son pays, est sans aucun doute celle qui se comporte bien. Malgré l'émergence de nouvelles musiques, le patrimoine musical a pu être sauvegardé grâce à des écoles de musique particulièrement dynamiques. Et contrairement aux autres filières sous tutelle étatique, la production musicale est restée la spécificité du secteur privé. Aujourd'hui, le CD constitue l'élément essentiel de cette industrie avec l'émergence des MP3 et l'intégration de la musique dans le téléphone mobile.

Pour ce qui est des technologies de l'information et de la communication, et plus particulièrement la téléphonie, l'Algérie a enregistré un véritable bond grâce à la cession de licences d'exploitation au secteur privé. Cette dynamique concurrentielle a permis à 7 algériens sur 10 de disposer d'une connexion téléphonique. Néanmoins l'équipement informatique reste en deçà des ambitions des algériens. En matière de pénétration de l'Internet en Algérie, bien que disposant de moyens financiers importants, les responsables n'ont pas tiré profit, de cette technologique.

En somme, le secteur de l'audiovisuel en Algérie a des potentialités humaines et financières mais reste freiné par le monopole de l'Etat en matière de radio, de télévision et de cinéma. L'absence d'initiative privée handicape ces différentes filières. Contrairement à cela, la filière musicale et celle des technologies de l'information et de la communication se portent bien grâce à la dynamique que le secteur privé a créée.

5. BIBLIOGRAPHIE

1. LIVRES

- Brent, R. 1984. Communication and Human behaviour, Macmillan Publishing Company, New York, London.

2. MÉMOIRES

- Benarab, A. 2003. (sous la direction) La communication dans l'entreprise, cas de Sonelgaz. Mémoire de Magister de Aimer S. Université de Constantine, Algérie.
- Benarab, A. 2005. (sous la direction). La communication dans l'entreprise, cas de Eriad des Zibans. Mémoire de Magister de Berkane D. Université de Biskra, Algérie.
- Daroui, N. 2005. Le rôle de la télévision dans le mouvement culturel. Mémoire de DPGS, Université d'Alger, Algérie.

3. ARTICLES

- Akezouh, T. 1989. Un passé à recomposer. In « Révolution Africaine », n° 1299, Alger, Algérie.
- Akoun, A. 1995. De la communication. In « Médias et communications », revue NAQD, n° 9, SEASC, Alger et Paris.
- Amara, R. 1979. La formation à la RTA. In « Revue 2 Ecrans », RTA, Alger, Algérie.
- Afrique Asie; 1979. N°27. Paris, France.
- Azzat, H. 1992. L'impact des médias sur la société arabe contemporaine, étude des recherches arabes réalisées entre 1985 et 1990. In « Revue algérienne de Communication », n°9, Alger, Algérie.
- Bensadi, M. 1992. Rendez-vous des mélomanes. In « Révolution Africaine », n° 1466, Alger, Algérie.
- Boujlal, A. 1992. Les enfants et la télévision en Algérie. In « Revue algérienne de Communication », n°9, Alger, Algérie.
- Casas, A. 1985. La méditerranée à Montpellier. In « Afrique Asie », n°363, France.
- Hamouda, D. 1994. Musique châabi, In « Révolution Africaine », n°1574. Alger, Algérie.
- Hennebelle, G. 1976. Cannes : scandaleuse discrimination. In « Afrique Asie », n° 110, France.



- Hennebelle, M. Panorama du cinéma Arabe et Africain en 1975-76. . In «Afrique Asie», n° 117, France.
- Himoud, B. 1996. Plongée dans l'andalou. In «Révolution Africaine», n°1706. Alger, Algérie.
- Journaux : « Echourouk » ; « El Watan » ; « El Khabar » ; « El Moudjahid ».
- Journal Spécialisé « lalam Net » n°03 et 04 ; 2006, Alger, Algérie.
- Le nouvel Afrique Asie. 1989. Cassidy et les Kids, n° 1. France.
- Libaert, T. 1998. La communication d'entreprise, Economica, Paris, France.
- Madani, L. 1995. Modalités et usages de la réception télévisée par satellite en Algérie. In « Médias et communications », revue NAQD, n° 9, SEASC, Alger et Paris.
- Mattelart, A. 2004. L'invention de la communication, CASBAH Editions, Alger, Algérie.
- Maziz, M. 1976. Le cinéma, un art national. . In « Révolution Africaine », n°656, Alger Algérie.
- Maziz, N. 1979. A chaque vie sa chanson, in revue « Révolution Africaine », n°796, Alger, Algérie.
- Maziz, M. 1984, Une bouffée d'oxygène. In « Révolution Africaine », Alger,
- Maziz, M. 1980, Les Comédiens : Quand joueront-ils leur rôle ? In « Révolution Africaine », n°828. Alger, Algérie.
- Mostfaoui, B. 1995. Les sociétés maghrébines sous influence : aires de diffusion, audience et concurrence dans l'espace télévisuel. In « Médias et communications », revue NAQD, n° 9, SEASC, Alger et Paris, France.
- Pateyron, E.A. et Salmon, R. 1996. Les nouvelles technologies de l'information et l'entreprise, Economica, Paris, France.
- PNUD, 2003. Rapport sur le développement humain arabe, New York, USA.
- Rabia, A. La formation de cadres de la RTA, in « Revue algérienne de Communication », n°9, Alger, Algérie.
- Révolution Africaine. 1976. L'andalou par la Gharnata de Tlemcen. n°647. Alger, Algérie.
- Révolution Africaine. 1980. Production et diffusion. N°829. Alger, Algérie.
- Révolution Africaine. 1980. Regards sur le cinéma Algérien. n°.830. Alger Algérie.
- Révolution Africaine. 1980. n°867, UNESCO, Le nouvel ordre de l'information, Une nécessité historique. Alger Algérie.
- Révolution Africaine. 1996. La relance espérée. n°1707. Alger, Algérie.
- Révolution Africaine ; plusieurs numéros de 1970 à 1996. Alger, Algérie.
- Revue « El Djaich » N°230 ; 1983. Alger, Algérie.
- Sahali, A. 2003, Bobines de Beur. In « Salama », n°31. France.
- Sidhoum, N. 1995. La démonopolisation du secteur audiovisuel des pays du Maghreb. In « Médias et communications », revue NAQD, n° 9, Editions SEASC, Alger et Paris.
- Traoré, I. 1976. Itinéraire d'un cinéaste. In « Afrique Asie », n° 114 France.
- Vauthier, R. 1975. L'image doit être libre. In « Révolution Africaine », n°609. Alger, Algérie.
- Zentar, A. 1984. Le carrefour du 7ème art. . In « Révolution Africaine », n°1076. Alger, Algérie.
- Zentar, A. 1985. Au-delà du rai, in « Révolution Africaine », n°1093, Alger, Algérie.

4. DICTIONNAIRES ET ENCYCLOPÉDIES

- Dictionnaire Quillet de la langue française, 1975, Librairie Quillet, A. Paris, France.
- L'encyclopédie Bordas, 1990, Bordas, Paris, France.

