

QUELLES PERSPECTIVES

POUR L'INVESTISSEMENT DANS LES INDUSTRIES CULTURELLES ET CRÉATIVES EN AFRIQUE ?



En partenariat avec

Africalia
CREATIVITY IS LIFE

AFRIQUE CREATIVE

Tous droits réservés

Agence française de développement /
Afrique Créative - 2025

Auteure

Yarri Kamara (consultante)

Équipe éditoriale

Gaëlle Mareuge (AFD)
Dorine Rurashitse (Africalia)
Sam Wijnants (Africalia)
Marine Berginiat (Africalia)

Graphiste

Christine Ivanov

Remerciements

Ce livret a bénéficié des contributions des personnes suivantes : Ludivine Houssin, Julie Rouxel, Yacine Simporé, Alexandre Tremblay, les membres du consortium Afrique Créative et les entrepreneurs de la promotion 2023-2025 d'Afrique Créative. De manière plus globale, l'équipe d'Afrique Créative souhaite remercier l'ensemble des parties prenantes qui ont contribué au succès de cette troisième édition du programme Afrique Créative.

Crédits photo

Toutes les images présentées dans ce livret, à l'exception de l'image des pages 4 et 5, proviennent soit d'activités menées dans le cadre du programme Afrique Créative, soit d'activités mises en œuvre par les organisations partenaires d'Africalia dans le cadre de ses programmes pluriannuels. Toute reproduction, diffusion, modification ou utilisation non autorisée de ces images est strictement interdite.

SCANNEZ & PARTAGEZ





RÉMY RIOUX

Directeur général de l'Agence française
de développement (AFD)

Selon l'UNESCO, le secteur des industries culturelles et créatives (ICC) représente plus de 3 % du PIB mondial et plus de 6 % du total des emplois dans le monde. Puisqu'elles constituent un formidable potentiel économique et un vecteur d'inclusion sociale, le groupe AFD se mobilise en faveur des ICC, dans leur diversité, pour répondre aux besoins en matière d'infrastructures, de formation professionnelle, de politiques publiques culturelles ou encore d'entrepreneuriat. Le président de la République française l'a rappelé dès 2017 : l'innovation et la culture sont des axes fondamentaux sur lesquels investir pour renouveler le partenariat entre l'Afrique et la France. Soutenir les entrepreneurs culturels, c'est miser sur la créativité, la vitalité et la jeunesse du continent. Alors, avec l'ensemble des acteurs du financement du développement, mobilisons-nous pour faire des ICC en Afrique un tremplin pour toute une génération !

06 INTRODUCTION

08 SECTION 1 ÉTAT DES LIEUX

20 SECTION 2 ORCHESTRER LES INVESTISSEMENTS

Les ICC en Afrique : une réussite économique en devenir	11
Les ICC africaines gagnent en capacité d'action	13
Le numérique stimule (de plus en plus) la créativité africaine	16
Les ICC, moteurs de cohésion sociale en Afrique	18

Comprendre les filières des ICC	23
Quel financement mixte pour les ICC ?	26
Enseignements pour investir dans les ICC	29
Lectures complémentaires	30



Initié et financé par l'Agence française de développement (AFD), Afrique Créative est un programme d'accélération destiné aux entreprises culturelles et créatives africaines, mis en œuvre par Africalia, I&P Ecosystèmes, Zhu Culture, Tshimologong et la Bayimba Foundation. Actuellement dans sa troisième édition (2023-2025), Afrique Créative accélère le développement de 15 entreprises du secteur des ICC originaires du Bénin, de la Côte d'Ivoire, du Cameroun, du Ghana, du Kenya, du Maroc, du Sénégal, de l'Afrique du Sud, de la Tunisie et de l'Ouganda.

La vision d'Afrique Créative repose sur le potentiel humain ainsi que sur la capacité des individus à puiser dans leur créativité pour favoriser le changement. Les ICC constituent un puissant levier pour la transformation du continent, à condition qu'elles soient dotées des moyens financiers, des compétences et des infrastructures nécessaires. Convaincu de ce potentiel, Afrique Créative espère inciter une communauté plus large d'investisseurs et de partenaires commerciaux à s'engager dans ce secteur stratégique.

Alors que le soutien aux ICC africaines prend de l'ampleur, il est opportun de faire le point sur la situation actuelle et de réfléchir aux perspectives et aux défis à venir afin de garantir l'accès des ICC africaines aux investissements nécessaires pour réaliser leur plein potentiel. Ce livret s'adresse principalement aux décideurs politiques et aux investisseurs du secteur privé intéressés par les ICC. Le terme « investissement » est employé au sens large et couvre les subventions, les financements, ainsi que les investissements provenant d'acteurs publics et privés. Les professionnels des ICC trouveront également dans ce livret des informations utiles pour plaider en faveur d'un soutien accru à leur secteur.



Que sont les industries culturelles et créatives (ICC) ?

Les industries culturelles et créatives regroupent des activités dont l'objectif principal est la production ou la reproduction, la promotion, la distribution ou la commercialisation de biens, de services et d'activités à caractère culturel, artistique ou patrimonial. Bien que les définitions varient d'un pays à l'autre, le secteur des ICC comprend généralement les filières suivantes : cinéma et vidéo ; radio et télévision ; édition ; arts du spectacle ; arts visuels ; multimédia et jeux vidéo ; design et mode ; patrimoine et musées. Certaines définitions des ICC incluent également la publicité, l'architecture et la gastronomie. Le terme ICC est parfois distingué de l'expression plus large « secteurs culturels et créatifs » (SCC), qui englobe aussi les activités non marchandes.

ÉTAT DES LIEUX

A woman with dark hair tied back is sitting in a black chair with blue cushions. She is wearing a light blue t-shirt and red shorts. A professional microphone on a stand is positioned in front of her. The background features vertical blinds and a bookshelf. The lighting is warm and focused on the woman.

SECTION 1





LES ICC EN AFRIQUE : UNE RÉUSSITE ÉCONOMIQUE EN DEVENIR

Depuis plus de dix ans, le potentiel des industries culturelles et créatives pour stimuler la croissance économique et la création d'emplois en Afrique est au cœur des débats. Aujourd'hui, ce potentiel se concrétise. Portée par une jeunesse nombreuse, de plus en plus urbaine et connectée, la demande de contenus créatifs s'est fortement accrue, favorisant leur production et leur diffusion à travers le continent et au-delà.

Les stars de la musique, en particulier celles originaires d'Afrique du Sud, du Maroc, du Nigéria et de la République démocratique du Congo fédèrent un public considérable en Afrique comme à l'échelle internationale. Reconnaisant l'engouement mondial pour la musique africaine, les Grammy Awards ont introduit, en 2024, le prix « Meilleure performance musicale africaine ».

Les années 2020 se distinguent déjà comme la décennie la plus active pour le cinéma africain au Festival de Cannes, où un nombre record de 15 films africains a été projeté en 2023¹. Sur le continent, des séries à succès telles que *Maîtresse d'un homme marié*, série sénégalaise, attirent des millions de téléspectateurs par épisode. Au Nigéria, le nombre d'écrans de cinéma a augmenté de plus de 80 % entre 2018 et 2024. Le pays a enregistré une hausse de 2 % entre 2023 et 2024, malgré la baisse globale de la fréquentation des salles de cinéma et les difficultés liées à l'inflation².

Les auteurs africains remportent des prix littéraires internationaux, du prix Nobel (en 2021) au prix Goncourt, en passant par le Booker Prize et l'International Booker Prize, le prix Camões et le prix Neustadt. De plus en plus d'auteurs sont publiés par des éditeurs africains, et l'édition de livres en langues vernaculaires est en plein essor.

Dans le domaine des arts du spectacle, la chorégraphe Germaine Acogny a reçu le Lion d'or pour l'ensemble de sa carrière lors de la Biennale de Venise en 2021. Le spectacle à succès *Kalakuta Republik* du chorégraphe burkinabè Serge Aimé Coulibaly, très demandé à l'échelle internationale, a généré un chiffre d'affaires annuel de 1,2 million d'euros en 2019³. Par ailleurs, les spectacles d'humour et le stand-up occupent désormais une place majeure dans de nombreux pays africains, au point que des blogs spéculent sur la valeur nette des humoristes africains.

Le marché de l'art africain a connu une croissance de 46 % en dix ans et était estimé à 1,8 milliard de dollars en 2022⁴. Les observateurs du secteur notent que la majorité des collectionneurs privés d'œuvres d'art africaines sont établis sur le continent⁵. Dans le secteur du patrimoine, la dynamique de restitution des objets d'art africains s'accélère et des musées prestigieux ouvrent leurs portes ou sont en construction au Bénin, en Éthiopie et au Nigéria.



**Les artistes africains les plus cotés
en termes de ventes totales d'œuvres
d'art et de ventes en 2023**

Source – Yinka Adegoke, SEMAFOR/Artnet Price Database

LES ARTISTES AFRICAINS LES PLUS CÔTÉS EN TERME DE VENTES TOTALES D'ŒUVRES D'ART ET DE VENTES EN 2023

(en millions de dollars)

SOURCE : YINKA ADEGOKE, SEMAFOR/ARTNET PRICE DATABASE

Marlene Dumas (Afrique du Sud)

80

14.3

Irma Stern / décédée (Afrique du Sud)

59.2

5.6

El Anatsui (Ghana)

43.8

8.7

William Kentridge (Afrique du Sud)

42

3.9

Aboudia (Côte d'Ivoire/US)

32.9

4.1

Amoako Boafo (Ghana)

32.7

2.7

Jacob Hendrik Pierneef / décédé (Afrique du Sud)

30.3

2.6

Ben Enwonwu / décédé (Nigéria)

26.5

2.1

Nijdeka Akunyili Crosby (Nigéria)

25.6

1.4

Alexis Preller / décédé (Afrique du Sud)

19.9

0.7

Les créateurs africains de haute couture figurent désormais régulièrement parmi les finalistes et lauréats du prestigieux prix LVMH. Dans le domaine du prêt-à-porter, la marque de vêtements kenyane Vivo, qui fabrique l'ensemble de ses pièces sur le continent et compte 27 magasins au Kenya, au Rwanda et en Ouganda, a généré 6,5 millions de dollars en 2023.

Dans le domaine du jeu vidéo, *Aurion*, développé par le studio camerounais Kiro'o Games, est devenu en 2024 le premier jeu de type action-RPG africain à être intégré à la plateforme Xbox à l'échelle mondiale⁶. Cela fait suite au succès surprise du jeu *The President* de la société kenyane Mekan Games, qui a été téléchargé plus de 10 millions de fois en moins d'un an en 2022⁷. L'éditeur de jeux sud-africain Carry1st, le plus important du continent, figure, pour la deuxième année consécutive, dans le classement Forbes Fintech 50⁸.

Le succès de la créativité africaine se reflète dans les indicateurs macroéconomiques des pays pour lesquels des données fiables sont disponibles. Prenons l'exemple du Nigéria : en 2019, selon les statistiques gouvernementales, le secteur des ICC représentait 6 % des emplois, soit 3,2 millions d'emplois. Cinq ans plus tard, en 2023, certaines filières des ICC telles que la « musique, radio et podcast » et les « jeux vidéo et sport » ont plus que doublé en valeur, tandis que la « vidéo à la demande » a quadruplé⁹. Sur la même période, la filière « cinéma » a affiché une croissance nulle. Ce dernier résultat constitue en réalité une véritable réussite, alors que les salles du monde entier peinent encore à retrouver leur niveau d'avant la pandémie. De plus, les films de Nollywood ont accru leur part des recettes au box-office, notamment face aux superproductions hollywoodiennes.

Le marché nigérian du divertissement et des médias a connu une croissance de 15 % en 2022-2023, soit un rythme trois fois supérieur à la moyenne mondiale. L'Afrique du Sud et le Kenya ont eux aussi affiché des performances supérieures aux tendances mondiales et devraient maintenir un rythme de croissance plus soutenu au cours des cinq prochaines années.



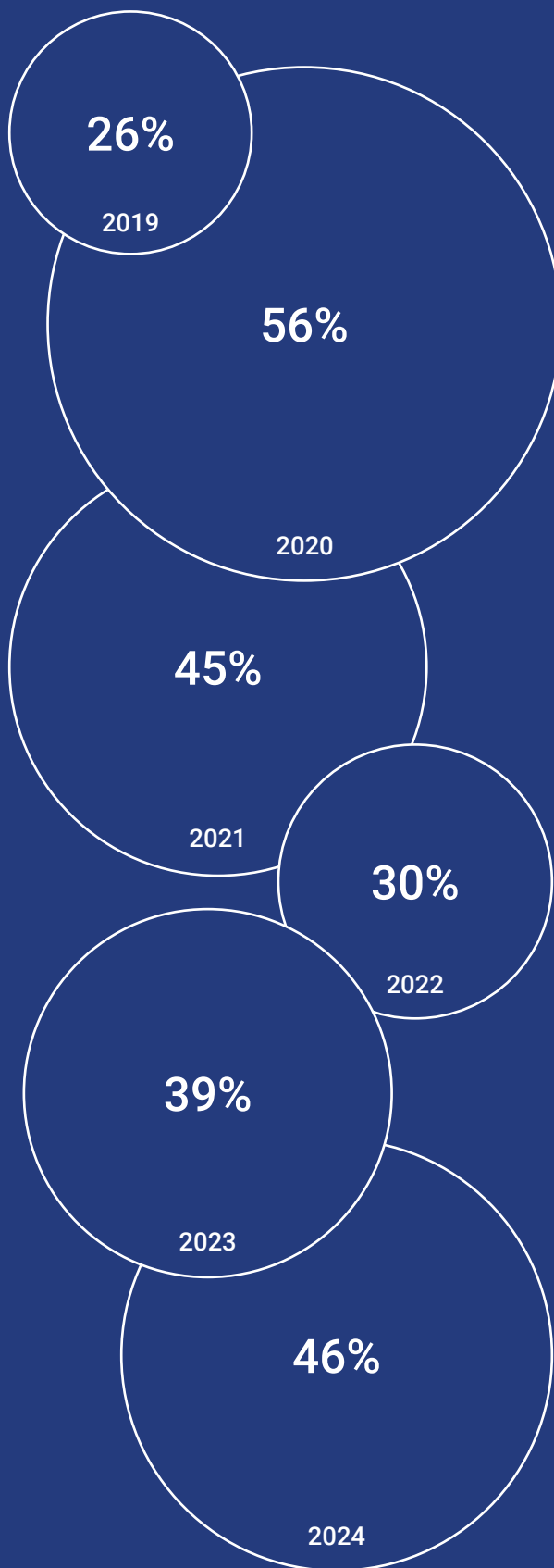
Part des films de Nollywood au box-office nigérian

Source: Nigeria Box Office Yearbook 2024

Ainsi, l'enthousiasme suscité par les ICC africaines est justifié. Il reste toutefois beaucoup à faire. Par exemple, le secteur africain du jeu vidéo, dont la valeur est évaluée à 1 milliard de dollars en 2024, voit la majeure partie des revenus captée par des studios situés hors du continent. Les développeurs locaux peinent encore à trouver les modèles de distribution adéquats afin de tirer parti des dépenses importantes des consommateurs africains. La distribution demeure un goulot d'étranglement pour de nombreuses filières des ICC, et un appui est indispensable pour les aider à surmonter cet obstacle.

PART DES FILMS DE NOLLYWOOD AU BOX-OFFICE NIGÉRIAN

SOURCE : NIGERIA BOX OFFICE YEARBOOK 2024



LES ICC AFRICAINES GAGNENT EN CAPACITÉ D'ACTION

La performance impressionnante des ICC africaines n'est pas uniquement due au talent ; elle résulte aussi du travail acharné d'entreprises structurées. Proparco, la filiale d'investissement privé du groupe AFD, a présenté, en 2024, les réussites de 12 entreprises des ICC africaines¹⁰. Parmi celles-ci figuraient des entreprises ayant préparé le terrain pour l'essor de la musique africaine – telles que Chocolate City et Mavin Records au Nigéria et Africori en Afrique du Sud – de même que Marodi TV, la société sénégalaise à l'origine de la série à succès *Maîtresse d'un homme marié*. Certaines des entreprises présentées existent depuis plus de 15 ans et ont atteint leur statut actuel grâce à leur détermination et à leur persévérance. Leur parcours a parfois exigé plusieurs années avant d'obtenir les financements nécessaires à l'atteinte de la rentabilité. Quelques-unes ont toutefois bénéficié d'un soutien gouvernemental : la maison d'animation Triggerfish Studios a financé son premier film, en partie, grâce à des fonds publics de production cinématographique sud-africains. En revanche, Filmhouse Group, qui exploite aujourd'hui 57 cinémas en Afrique de l'Ouest, a ouvert son premier cinéma grâce à un prêt accordé en 2012 par le Fonds pour les Industries Créatives de la Banque de l'Industrie du Nigéria.

Un changement, bien qu'encore modeste, se dessine dans le paysage du soutien public aux ICC africaines. L'attention politique accordée aux ICC s'est accrue, ce qui laisse espérer que la prochaine génération de réussites émergera plus rapidement. 60 % des pays africains disposent d'un document¹¹ récent concernant leur politique ou leur stratégie culturelle, et au moins 20 pays ont mis en place des fonds pour le cinéma, y compris de nouveaux venus tels que le Botswana, l'Eswatini et le Rwanda¹².

Dans le domaine des arts visuels, plusieurs projets muséaux illustrent cette dynamique. Ainsi, l'État d'Edo (Nigéria) s'est associé au secteur privé pour construire l'ambitieux Musée d'art ouest-africain et le Bénin prévoit d'ouvrir le Musée d'art contemporain de Cotonou (voir encadré). Le soutien public à la participation aux événements artistiques de haut niveau progresse également : la Biennale de Venise 2024 a enregistré un nombre record de 13 pays africains dotés d'un pavillon national¹³.

Des programmes soutenus par les pouvoirs publics visant à industrialiser ou réindustrialiser le secteur textile sont en cours dans de nombreux pays, notamment au Bénin, en Éthiopie, au Kenya et au Sénégal. Par ailleurs, l'optimisation de la production artisanale de textiles traditionnels est en cours, par exemple au Burkina Faso. Ces dynamiques posent ainsi les bases de la croissance du secteur de la mode.



Investissements du gouvernement béninois pour une nouvelle ère culturelle et touristique¹⁴

Le Plan stratégique de développement 2025-2029 du ministère béninois du Tourisme, de la Culture et des Arts s'appuie sur un budget ambitieux de 1,2 milliard d'euros. Outre le Musée d'art contemporain de Cotonou, qui sera situé à proximité d'un quartier culturel et créatif, trois musées de grande envergure sont en cours de construction : le Musée des Rois et Amazones du Danhomè, le Musée international du Vodun et le Musée international de la mémoire et de l'esclavage à Ouidah. La rénovation et la construction de bibliothèques publiques dans tout le pays sont également en cours pour promouvoir la lecture. Un programme d'éducation artistique est mis en place dans les écoles secondaires du pays afin d'inspirer la prochaine génération d'artistes. Les créateurs peuvent aujourd'hui bénéficier d'un large éventail de soutiens à Sèmè City, un pôle d'innovation, lancé par le gouvernement, qui comprend le Sèmè City Film Lab, le programme Future of Film Africa, l'incubateur Fashion Led by Youth, IncubIMA Animation et le programme Digital Artisans. Le pôle accueille même l'Africa Design School, dont les laboratoires bien équipés sont ouverts à tous les jeunes créateurs béninois. Le gouvernement a aussi lancé le parc industriel Glo-Djigbé, constitué de deux usines textiles et de deux usines de confection, fournissant ainsi des ressources dont le secteur de la mode en pleine croissance peut tirer parti.



Au-delà des aides gouvernementales émergentes, les financements régionaux et internationaux connaissent une hausse continue. Le programme Creative Africa Nexus (CANEX), lancé en 2020 avec un engagement initial de 500 millions de dollars, a désormais quadruplé son engagement pour atteindre 2 milliards de dollars, dont 1 milliard destiné à l'Africa Film Fund, appelé à fonctionner comme fonds de capital-investissement¹⁵. L'Union économique et monétaire ouest-africaine (UEMOA) a annoncé la création du *Fonds Crédit Culture-UEMOA*, doté de 30 millions d'euros. La Société financière internationale (SFI) s'est associée à Sony Group Corporation pour lancer le *Sony Innovation Fund for Africa*, doté de 10 millions de dollars. Une part importante du financement CreatiFI de l'Union européenne est destinée à l'Afrique. Proparco contribue à ce déploiement grâce au mécanisme CREA Fund, doté de 6,5 millions d'euros.

Le volume d'information disponible sur les ICC africaines s'est lui aussi accru. La mise en avant de portraits et de récits d'entreprises des ICC démystifie le secteur et présente des modèles économiques viables. Ainsi, la chaîne de télévision panafricaine Africa 24 Infinity se consacre entièrement aux parcours d'artistes et d'entreprises des ICC. L'émission populaire spécialisée dans l'économie *How We made It in Africa* met de plus en plus en lumière les entreprises créatives. Des newsletters, telles que *Hustle & Flow* ou *Akoroko*, facilitent la circulation de l'information et proposent des analyses pertinentes et opportunes. Les forums permettant aux professionnels, aux décideurs politiques et aux investisseurs de réseauter et de partager des informations se multiplient également.



Forums africains sur les ICC (liste non exhaustive)

Pour reprendre l'analogie « qui est apparu le premier, l'œuf ou la poule ? », par le passé, l'œuf – les entreprises et les artistes individuels – venait en premier, s'épanouissant malgré les obstacles. Aujourd'hui se dessine un scénario où la poule vient en premier, offrant un cadre propice à l'incubation des œufs. Il est nécessaire d'intensifier les investissements publics et privés et d'apporter des améliorations structurelles à cet environnement afin de consolider cette réalité émergente. Pour les nouveaux arrivants, c'est le moment idéal pour se lancer.

FORUMS AFRICAINS SUR LES ICC

FORUMS SUR LA THÉMATIQUE DES ICC

Week-end du Salon et Foire de la CANEX (ALGÉRIE)

Forum Création Africa (EN ROTATION)

Sommet africain sur le soft power (EN ROTATION)

Forum sur l'économie créative en Afrique (PREMIÈRE ÉDITION AU RWANDA)

ForAFRICC (SÉNÉGAL) FORUM AFRICAIN SUR LES INDUSTRIES CULTURELLES ET CRÉATIVES

Omniverse Africa Summit (NIGÉRIA)

Forum sur l'économie créative en Afrique (ROYAUME-UNI)

Forum sur le financement du cinéma africain (NIGÉRIA)

AUTRES FORUMS D'AFFAIRES METTANT EN AVANT LES ICC

Forum africain sur l'investissement

Africa CEO Forum

Gitex Africa (FORUM TECH)

Moonshot Tech Caba (FORUM TECH)

African Business Angels Network RÉSEAU D'INVESTISSEURS POUR LES JEUNES ENTREPRISES DES INDUSTRIES DU SPORT & ICC

LE NUMÉRIQUE STIMULE (DE PLUS EN PLUS) LA CRÉATIVITÉ AFRICAINE

Dans le cadre de ce bilan, il est important, aussi, de comprendre comment le numérique et les technologies ont transformé et continueront de transformer les ICC africaines. Dans l'ensemble, le numérique a constitué une aubaine permettant à de nombreux acteurs des ICC de passer à de nouvelles solutions de distribution. Bien entendu, ses bénéfices sont plus visibles dans les pays les plus connectés.

L'expansion du marché africain du commerce en ligne a considérablement profité à la mode, à l'artisanat et au design. Par exemple, la célèbre marque de mode ghanéenne Christie Brown a été l'une des premières à se lancer dans l'e-commerce, créant sa plateforme en 2015 ; aujourd'hui, son chiffre d'affaires annuel avoisine un million de dollars grâce à une clientèle internationale¹⁹.

Accès à Internet en Afrique (2024)

Source : ITU¹⁶



34%

des Africains

53%

de jeunes Africains

Connexions mobiles en Afrique subsaharienne en 2030

Source : GSMA¹⁷



518M

connexions mobiles
à Internet

247M

connexions mobiles 5G
à Internet

La musique et les films en streaming ont apporté les avancées les plus marquantes. Mais le numérique a également ouvert de nouvelles perspectives dans d'autres secteurs. Par exemple, en Afrique du Sud, les ventes de livres numériques de titres locaux ont augmenté de 92 % entre 2022 et 2023¹⁸. La start-up numérique ghanéenne AkooBooks développe des livres audio afin d'élargir son public, notamment auprès des personnes peu alphabétisées.

Redevances versées par Spotify aux artistes nigériens

Source : InterSpace Music 2024



26

US\$ million
2022

39.6

US\$ million
2024

Plus de 1,1 million d'heures
de musique nigérienne
diffusées en streaming sur
Spotify, dans le monde entier.



Chiffre d'affaires du commerce en ligne en Afrique

Source : TechCabal Insights

L'animation, les jeux vidéo et la réalité virtuelle reposent sur les technologies numériques et la vitesse et le coût des connexions Internet sont des facteurs déterminants de leur essor. Il faut veiller à ce que la fracture numérique ne se transforme pas en fracture des ICC, au risque de voir les investissements du secteur privé s'orienter exclusivement vers les pays « attrayants sur le plan numérique ».

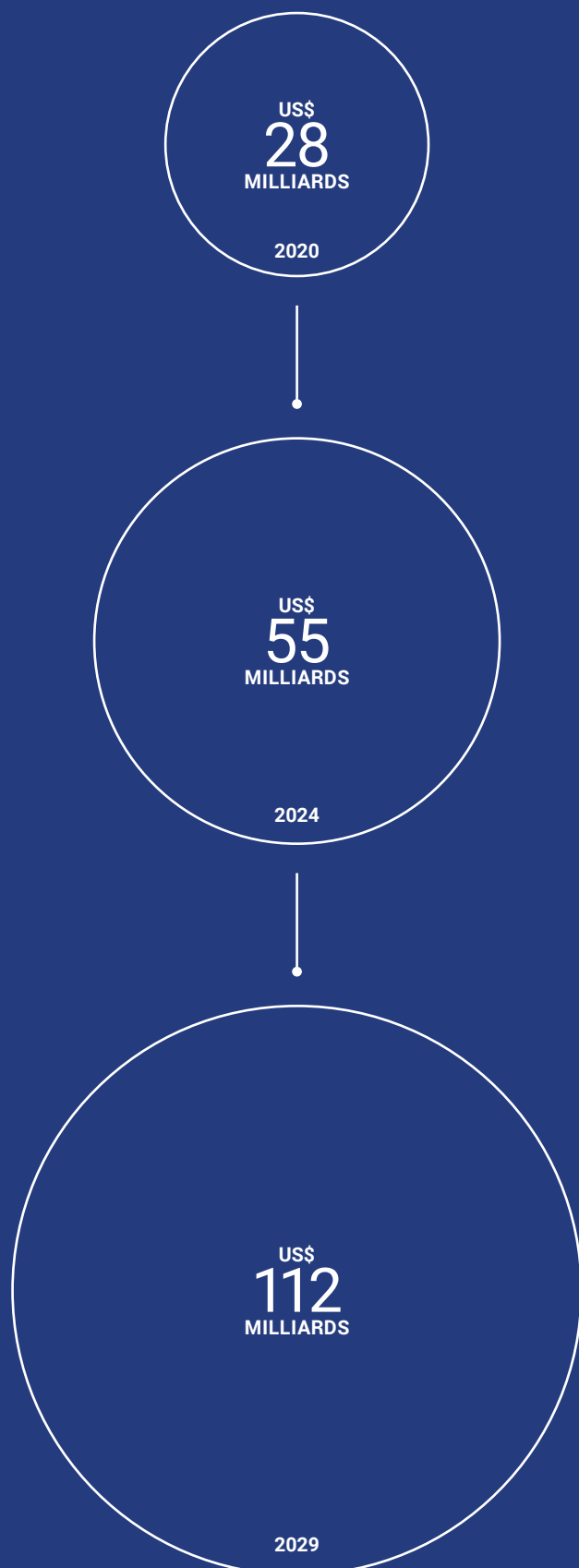
Tous les marchés nationaux et les acteurs individuels n'ont pas les mêmes capacités à tirer pleinement profit des possibilités offertes par le numérique. Les revenus générés par le streaming musical, les jeux vidéo et l'économie des créateurs sont étroitement liés au volume de publicité en ligne que capte un pays, ce qui désavantage les acteurs de certains marchés. De plus, la publicité en ligne demeure un domaine peu familier à de nombreux décideurs politiques du secteur des ICC et peut donc passer sous leur radar.

Le numérique a également conduit à l'émergence d'une nouvelle catégorie d'acteurs, les entreprises « createch », c'est-à-dire des plateformes numériques qui connectent des vendeurs et des acheteurs, ou des artistes et leur public. Les géants mondiaux du streaming et des réseaux sociaux sont des intervenants majeurs dans ce domaine. Cependant, des opérateurs locaux émergent. Les plateformes de streaming musical telles que Mdundo, Colorfol ou WAW Muzik se taillent une place sur un marché fortement concurrentiel. ANKA, un influent marché en ligne dédié à la mode et à l'artisanat, fondé en Côte d'Ivoire sous le nom d'Afrikrea, a déclaré avoir facilité, en sept ans, de transactions d'une valeur de 50 millions de dollars²¹. La plateforme nigérienne Selar, indépendante de tout produit ou service spécifique, offre un espace pour vendre aussi bien des ebooks que des cours de musique en ligne, et a reversé 44 millions de dollars aux créateurs en 2023²². De nombreux responsables de politiques liées aux ICC ne sont pas encore habitués à travailler avec ce nouveau profil d'intervenants.

Avec l'essor du numérique au sein des ICC, il devient impératif pour les politiques culturelles et les politiques d'économie numérique de collaborer étroitement pour renforcer les ICC. De manière encourageante, plusieurs pays placent désormais le secteur créatif au cœur de leurs stratégies de transformation numérique, et inversement. Par exemple, la Tunisie, pionnière en la matière, a créé dès 2018 le Centre international de Tunis pour l'économie culturelle numérique. Plus récemment, le programme Cabo Verde Digital et le New Deal Technologique du Sénégal affichent des ambitions marquées pour les industries culturelles et créatives, notamment dans les domaines du gaming et de l'esport, ainsi que dans celui des expériences immersives.

CHIFFRE D'AFFAIRES DU COMMERCE EN LIGNE EN AFRIQUE

SOURCE : TECHCABAL INSIGHTS²⁰



**Afrique Créative
et digital**

Bon nombre d'entreprises soutenues par Afrique Créative sont issues de la création numérique. La promotion 2024 des entreprises incubées comprend deux acteurs de réalité virtuelle qui promeuvent le patrimoine grâce au numérique – DCX en Tunisie et DOBILSON au Ghana – ainsi que deux studios de jeux vidéo – Jiwe Games au Kenya et Kayfo Games au Sénégal. Il n'est pas surprenant que ces entreprises soient issues de pays ayant consenti d'importants investissements dans le numérique.

L'imbrication entre culture et technologie devrait encore s'accroître avec les progrès rapides de l'intelligence artificielle. L'IA peut être mise à profit pour améliorer la productivité de la création de contenu, optimiser les flux de travail et alimenter l'analyse de données dans de nombreux domaines des ICC. Par exemple, les entreprises d'artisanat et de design peuvent tirer parti de l'IA pour améliorer la précision de leurs réalisations, réduire leurs déchets et générer des descriptions de produits. Dans le domaine du cinéma, l'IA peut rédiger des scénarios, ajouter des effets spéciaux et restaurer d'anciens contenus. En musique, elle offre l'opportunité de produire de nouvelles compositions à partir de vastes bases de données d'œuvres musicales existantes ; elle est aussi fréquemment utilisée pour l'analyse approfondie des données. Une enquête menée auprès de professionnels sud-africains des ICC a révélé que 70 % d'entre eux utilisent déjà des outils d'IA dans leur travail créatif²³.

Puisqu'elle laisse présager d'importants bouleversements, l'IA suscite de vives inquiétudes à l'échelle mondiale quant à l'exploitation abusive d'œuvres protégées par le droit d'auteur, aux suppressions d'emplois et aux menaces pesant sur l'authenticité de la création humaine²⁴. Des investissements sont nécessaires pour que les ICC africaines ne soient pas laissées pour compte quant aux gains de productivité liés à l'IA. Des innovations politiques sont indispensables pour orienter le déploiement de l'IA dans un sens bénéfique. En 2024, l'Union africaine a élaboré une Stratégie Continentale de l'IA afin de développer un usage sûr et responsable de l'IA²⁵. L'action de l'Afrique en matière d'IA se manifeste également par le lancement prévu d'une assistante IA nommée Maya, créée par Cludoor, entreprise de la Silicon Valley fondée par un Sénégalais²⁶.

LES ICC, MOTEURS DE COHÉSION SOCIALE EN AFRIQUE

Le succès économique croissant des ICC africaines suscite naturellement un vif enthousiasme. Il ne faut toutefois pas perdre de vue les transformations plus vastes et plus profondes que ces industries apportent aux sociétés africaines.

Le secteur des ICC développe et diffuse des produits qui véhiculent des symboles et des valeurs et qui, par conséquent, ont le pouvoir de façonner les sociétés africaines. Les éléments artistiques et patrimoniaux de ces produits sont des vecteurs de pérennité culturelle car ils célèbrent, revitalisent et réinterprètent le patrimoine culturel local et régional. Dans un monde où les échanges sont mondialisés, ces produits offrent une représentation essentielle, en particulier pour un continent longtemps marginalisé dans le discours mondial. Grâce aux ICC, les jeunes Africains peuvent se reconnaître dans les histoires, les images et les esthétiques qui circulent sur le continent et au-delà. L'art agit aussi comme un miroir tendu à nos sociétés : il révèle, interroge et met en lumière le meilleur comme le pire. À l'image des griots des anciens royaumes d'Afrique de l'Ouest, l'art, par sa franchise et sa lucidité, offre aux sociétés un exutoire et un reflet salutaire. Il permet de libérer les tensions et d'engager, par la prise de conscience, une forme d'autorégulation collective. Enfin, l'art nous relie aux autres et nous donne un aperçu d'une humanité commune, base nécessaire au dialogue interculturel.

L'accès à des expériences culturelles partagées et abordables dans des lieux tels que les théâtres, les salles de concert, les cinémas, les bibliothèques et les musées est essentiel pour créer un sentiment d'appartenance à une communauté. Dans les pays où la population jeune est conséquente, un tel accès offre des alternatives vitales aux activités à risque et peut considérablement réduire la délinquance juvénile. Un rapport de l'OMS sur les bienfaits des pratiques et de la participation culturelles pour la santé et le bien-être a montré des effets tels que l'accroissement de la confiance en soi, le renforcement des capacités d'adaptation et de concentration, ainsi que de l'expression émotionnelle²⁷. Des études scientifiques ont montré que le simple fait de lire des romans permet aux lecteurs de mieux anticiper les réactions émotionnelles des autres²⁸.

Dans le domaine de l'éducation, de nombreux travaux ont établi un lien entre l'exposition aux arts tout au long de la scolarité et l'amélioration des capacités cognitives et des taux de persévérance scolaire. Ces améliorations sont plus marquées chez les apprenants issus de milieux marginalisés, ce qui témoigne du rôle que la culture peut jouer dans la réduction des inégalités²⁹. De plus, la Déclaration MONDIACULT 2022 a souligné l'importance d'une éducation adaptée au contexte, qui englobe le patrimoine culturel, l'histoire et les savoirs traditionnels. Les entreprises des ICC qui produisent des livres, des séries animées, des films et des jeux pour enfants peuvent ainsi apporter une contribution essentielle à l'amélioration de la qualité de l'éducation dans leur pays respectif.

L'« edutainment » – terme désignant les divertissements conçus pour avoir un impact social positif – constitue un autre levier par lequel les ICC influencent leur société. Le succès de l'émission kényane *Shamba Shape Up*, destinée à former les agriculteurs de manière ludique, en est un bon exemple. Une étude révèle que 77 % des téléspectateurs ont déclaré avoir augmenté leurs revenus agricoles grâce aux connaissances acquises dans l'émission³⁰. De nombreux autres produits culturels, tels que les films, les chansons et les pièces de théâtre sont également mobilisés pour faire évoluer les stéréotypes de genre et sensibiliser le public aux changements climatiques et à l'environnement.

En ce qui concerne la formation au sein des ICC, il ne faut pas sous-estimer l'importance des investissements réalisés par la première génération d'entreprises du secteur dans la qualification des travailleurs actuels et futurs, en l'absence de programmes adéquats.

À proprement parler, cette section aurait dû employer le terme « secteurs culturels et créatifs » (SCC) plutôt que celui d'« industries », afin de souligner que bon nombre des bénéficiaires non marchands de la culture émanent d'acteurs à but non lucratif. Un équilibre entre les structures non lucratives et les entreprises est en effet indispensable à la vitalité du secteur créatif. C'est d'ailleurs lorsque la diversité de l'offre culturelle est garantie – en termes de genres, de perspectives et d'accessibilité économique – que le secteur contribue le plus efficacement à la cohésion sociale, au bien-être et à l'épanouissement intellectuel.

Le tableau ci-dessous offre un aperçu des différentes façons dont les entreprises accompagnées par Afrique Créative contribuent au lien social. Si nous sommes convaincus de leur excellence, elles ne constituent qu'une illustration parmi d'autres : une multitude d'entités d'ICC intègrent des objectifs sociaux dans leur modèle économique ou en font même leur raison d'être. Les investissements futurs devront soutenir cette double vocation, économique et sociétale, afin de maximiser leur contribution au bien commun.

● Créer des sociétés pensantes

INSTANT2VIE STUDIO (CÔTE D'IVOIRE)	KAYFO GAMES (SÉNÉGAL)	LES BONNES ONDES (MAROC)
Instant2Vie met en avant, dans son émission de télé-réalité <i>Des idées et des génies</i> , des entrepreneurs à impact social.	Kayfo Games a conçu le jeu <i>Clean my Beach</i> , qui incite les enfants à réfléchir aux déchets polluant les plages sénégalaises.	Les Bonnes Ondes a produit une série de podcasts sur les enjeux liés au changement climatique en Afrique du Nord.

● Améliorer l'éducation des jeunes

FREEHAND MOVEMENT (KENYA)	KER IMAGINATION (SÉNÉGAL)
Freehand Movement a rassemblé des comptines africaines traditionnelles tombées dans l'oubli afin de créer une série animée intitulée <i>Uli & Tata's African Nursery Rhymes</i> .	Ker Imagination fournit des outils aux enseignants et aux parents pour développer l'esprit critique et la créativité des enfants. Son studio audiovisuel, Playmakers, produit des supports pédagogiques, notamment sa série phare <i>Rama & Aïcha</i> .

● Former la jeune génération d'acteurs ICC

FUNKÈ FASHION HOUSE (BÉNIN)	JIWE STUDIOS (KENYA)	SPRINT ART (TUNISIE)
Funkè Fashion House est une maison de couture qui se consacre à la revitalisation des textiles tissés traditionnels béninois. La transmission des techniques de tissage à la jeune génération est assurée par des maîtres tisserands.	Jiwe Studios offre une plateforme communautaire où les développeurs de jeux africains peuvent partager leurs retours sur les jeux du moment et apprendre les uns des autres.	Sprint Art , une initiative de Cloud Visual Art, forme les artistes visuels africains à se positionner sur le marché international de l'art. Le projet organise également des ateliers à l'intention des commissaires d'exposition.

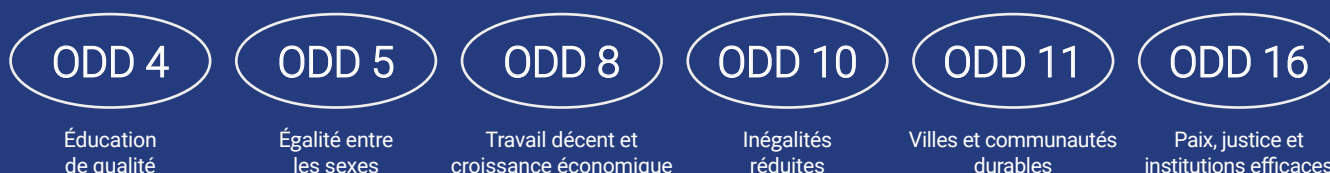
● Rendre le patrimoine accessible à tous

DIGITAL CULTURAL EXPERIENCE (TUNISIE)	DOBIISON VR (GHANA)
Digital Cultural eXperience collabore avec des historiens et des conteurs pour développer des expériences immersives de réalité virtuelle permettant aux apprenants de découvrir l'histoire et le patrimoine tunisiens sous un angle nouveau.	Dobiison VR a développé un musée en réalité virtuelle permettant aux jeunes comme aux adultes de mieux connaître leur patrimoine, dans un pays où la visite de musées n'est pas une habitude bien ancrée.

● Favoriser l'égalité des genres et l'inclusion sociale

SARTORIA GAECY (CAMEROUN)	STUDIO SANKARA (SÉNÉGAL)	WEAR GHANA (GHANA)
Sartoria Gaecy est une entreprise de mode qui forme des prisonniers et des jeunes mères aux techniques de tissage pour leur donner les moyens d'acquérir un savoir-faire et de reconstruire leur vie.	Studio Sankara a produit <i>Gor Dong</i> , un court-métrage mettant en scène une chauffeuse de taxi qui pratique la polyandrie, afin de bousculer les stéréotypes de genre. Le studio produit également un podcast qui met en lumière l'histoire des femmes qui se sont immolées pour protester contre la colonisation du Sénégal au XIX ^e siècle.	Wear Ghana est une marque de vêtements qui place la création d'opportunités économiques pour les femmes au cœur de sa mission. Son personnel est composé à 70-80 % de femmes, et l'entreprise propose des formations gratuites en couture et en gestion financière à des femmes marginalisées, notamment les <i>kayaye</i> (porteuses).

▶▶▶▶ LES SECTEURS CULTURELS ET CRÉATIFS (SCC) CONTRIBUENT AU DÉVELOPPEMENT DURABLE





ORCHESTRER LES INVESTISSEMENTS



SECTION 2



COMPRENDRE LES FILIÈRES DES ICC

Nous entrons dans une ère prometteuse pour l'avenir des ICC africaines : de plus en plus d'acteurs sont prêts à y investir. Jusqu'à présent, le soutien aux ICC africaines reposait principalement sur des acteurs partageant un langage commun : les ministères de la Culture, les structures de diplomatie culturelle et les ONG artistiques et culturelles. Aujourd'hui, de nouveaux acteurs s'impliquent : les ministères du Numérique, les banques de développement, les banques traditionnelles, les cabinets de conseil internationaux et les investisseurs du secteur privé. Par exemple, la SFI, l'institution du Groupe de la Banque mondiale consacrée au secteur privé, a intégré les industries créatives à son portefeuille ; l'Aspen Network of Development Entrepreneurs a créé, en 2024, le groupe de travail CCI Access to Capital Working Group for Africa ; et le groupe de réflexion américain Brookings Institution a publié deux notes de politique publique sur les ICC africaines depuis 2023³¹.

La diversité accrue des acteurs apporte une variété de perspectives, d'attentes et de langages – du secteur du divertissement et des médias à l'économie orange³², en passant par l'économie des start-ups – et promet d'apporter un éventail stimulant d'instruments de soutien au secteur. Bien que toutes les filières des ICC aient en commun la créativité, elles fonctionnent toutefois différemment, et comprendre ces différences est nécessaire pour s'assurer que les formes de soutien adaptées soient proposées à chaque filière. L'infographie ci-dessous tente de schématiser les principales filières des ICC en fonction de leurs modes de production et de fonctionnement dominants. La télévision diffusée par voie hertzienne a été distinguée des autres types de créations audiovisuelles afin de souligner le rôle de service public que ce segment doit remplir, un rôle qui ne peut être confié aux seules forces du marché.

Les coûts marginaux – c'est-à-dire le coût de production d'une copie supplémentaire d'un produit ou d'un service au-delà du coût initial de production – sont souvent considérés, lorsqu'ils sont peu élevés, comme une caractéristique déterminante des ICC. C'est également ce qui rend certaines de ces industries facilement évolutives, en particulier avec la diffusion numérique. En musique, dès qu'une chanson ou un album est créé, sa reproduction sur des plateformes numériques coûte peu par rapport à son coût

de production initial. Mais ce n'est pas le cas pour toutes les filières. Lorsqu'une pièce de théâtre ou un spectacle de danse est monté, chaque nouvelle représentation génère des coûts pour les artistes et les techniciens. Après les premières représentations, si le spectacle est reprogrammé, la compagnie devra de nouveau engager des frais de répétition.

Le recours à un modèle à but lucratif varie d'une filière à l'autre. Dans les arts de la scène, les structures associatives prédominent, mais certaines adoptent d'autres modèles. Par exemple, le Cirque du Soleil a été fondé en 1984 grâce à une subvention gouvernementale destinée aux artistes de rue. La compagnie canadienne est aujourd'hui une entreprise mondiale qui réalise un chiffre d'affaires d'un milliard de dollars et emploie des milliers de personnes. On trouve aussi, dans les filières plus commerciales, de nombreuses associations poursuivant des missions spécifiques. Cependant, dans toutes les filières des ICC, les considérations commerciales doivent trouver un équilibre avec les considérations artistiques.

*Si tout est commercial,
vos talents vous quitteront.
Si tout est créatif, vous ferez
faillite.*

JEAN-MICHEL KOENIG
TRIGGERFISH ANIMATION STUDIOS
(AFRIQUE DU SUD)³⁰

Les fonctions de l'écosystème présentées dans le tableau (page suivante) mettent en évidence certains bénéfices non marchands générés par les filières qui, souvent, nécessitent un soutien sous forme de subventions. On observe également une forte pollinisation croisée entre les filières, ce qui souligne qu'un secteur ICC dans lequel toutes les filières prospèrent est plus solide. Idéalement, les gouvernements, avec le soutien des institutions publiques et privées, devraient jouer le rôle de chef d'orchestre pour veiller à ce qu'aucune filière ne soit laissée pour compte.

►►►► LE CONTINUUM ICC

FILIÈRE	 PATRIMOINE	 ARTS DE LA SCÈNE	 ARTS VISUELS	 MODE, ARTISANAT & DESIGN
MODE DE PRODUCTION	Non industriel Souvent lié aux biens patrimoniaux publics	Non industriel	Non industriel (œuvres d'art uniques) Industriel (produits dérivés)	Mélange d'artisanat et d'industrie
COÛT MARGINAL	Faible (mais avec des coûts fixes très élevés)	Élevé (plus faible pour les spectacles d'humour et les prestations en solo)	Élevé à normal (pour les produits dérivés)	Normal (peuvent être optimisés avec la technologie)
MODE DE FONCTIONNEMENT DOMINANT	Forte prépondérance d'entités à but non lucratif Néanmoins, les musées les plus prestigieux peuvent générer d'importants revenus	Prévalence d'entités à but non lucratif Les comedy clubs et certains théâtres (Broadway à New York, West End à Londres) fonctionnent de manière plus commerciale	Mélange de commercial et de non lucratif Les musées d'art tendent à être des entités à but non lucratif	Commercial
RÔLE DANS L'ÉCOSYSTÈME	• Pierre angulaire de la formation des futurs artistes ; fournit un terreau d'inspiration pour tous les secteurs ICC • Contribue fortement au marketing territorial et au tourisme culturel	• Contribue fortement à la vie sociale locale • Les festivals contribuent au marketing territorial et au tourisme culturel • Favorise l'émergence de talents dans le domaine du cinéma et de la télévision (comédiens) et de la danse	• Les musées d'art contribuent à la vie sociale locale et au tourisme culturel • Favorise l'émergence de talents dans les domaines de l'animation, de la mode et du design	• Les talents issus de ce secteur sont souvent mobilisés dans la production cinématographique et musicale • Peut redynamiser le patrimoine textile et artisanal
	 CREATECH			

 LIVRES & ÉDITION	 DIFFUSION (TÉLÉVISION & RADIO)	 FILM, ANIMATION & VIDÉO	 MUSIQUE	 JEUX VIDÉO
Industriel	Industriel	Industriel	Industriel	Industriel
Faible à très faible (pour les livres électroniques)	Très faible	Très faible	Très faible	Très faible
Commercial Cependant, le secteur de la presse bénéficie souvent de subventions	Mélange de médias publics commerciaux et à but non lucratif	Commercial Bien que les festivals, essentiels pour soutenir les talents émergents, soient souvent des entités à but non lucratif	Commercial Bien que les festivals, essentiels pour soutenir les talents émergents, soient souvent des entités à but non lucratif	Commercial
• Rôle essentiel dans la promotion de l'alphabétisation et dans le soutien au système éducatif • La littérature est souvent une source d'inspiration pour le secteur du cinéma • Traditionnellement, un vecteur principal de diffusion des informations nécessaires à des sociétés pluralistes et démocratiques	• Les médias publics sont essentiels pour soutenir l'émergence de la production cinématographique locale • Traditionnellement, un canal principal de diffusion des informations nécessaires à des sociétés pluralistes et démocratiques	• Peut mettre en valeur la musique, l'art et le patrimoine locaux • La capacité du cinéma à mettre en valeur des lieux est souvent la raison pour laquelle les villes ou les régions subventionnent des films	• Les concerts dans les petites salles et les festivals de quartier contribuent fortement à la vie sociale locale	• Peuvent mettre en valeur le patrimoine local • Les jeux vidéo sont parfois adaptés en bandes dessinées, en livres ou en films
Facilite les transactions et/ou élargit la diffusion				
		 PUBLICITÉ EN LIGNE Les modèles économiques basés sur le streaming sont très dépendants de la publicité en ligne		

QUEL FINANCEMENT MIXTE POUR LES ICC ?

Jusqu'ici, ce livret a présenté de nombreuses raisons pour lesquelles investir dans les ICC est particulièrement intéressant, telles que la création d'emplois, l'élaboration de récits et l'inclusion sociale. Les institutions qui financent les ICC doivent être conscientes de plusieurs spécificités de ce secteur par rapport aux secteurs classiques³⁴. De nombreuses entreprises du secteur des ICC détiennent des actifs importants sous forme de propriété intellectuelle (PI) plutôt que de biens physiques. Or, faute de références sectorielles, rares sont les acteurs capables d'évaluer la PI en Afrique. Le secteur se caractérise aussi par la primauté de l'offre sur la demande, c'est-à-dire que presque tous les produits des ICC sont des innovations pour lesquelles la demande n'est pas encore exprimée. Pour obtenir un produit « à succès », les entreprises des ICC doivent généralement essayer plusieurs échecs. Il est important qu'elles disposent des moyens financiers nécessaires pour développer des portefeuilles suffisamment vastes afin de diversifier les risques. La mise en place de modèles de distribution et de monétisation numériques efficaces prend également du temps. Pour les entreprises des segments numérisés des ICC, plusieurs années d'activité sont souvent nécessaires avant d'atteindre la rentabilité, d'où l'importance d'un capital patient.

Par ailleurs, pour que les ICC atteignent leur potentiel artistique, social et économique, le financement du secteur doit tenir compte des caractéristiques de chaque filière ainsi que de la coexistence d'acteurs à but non lucratif et d'acteurs commerciaux. Au sein du secteur commercial, on observe aussi une diversité de modèles économiques, allant des PME traditionnelles aux start-ups, dont les besoins de financement évoluent au fil du cycle de vie des entreprises. Dès lors, une variété d'instruments et d'acteurs, tant publics que privés, est nécessaire pour soutenir au mieux la croissance des ICC.

Besoins de financement selon le cycle de vie d'une entreprise

Source : I&P Ecosystèmes



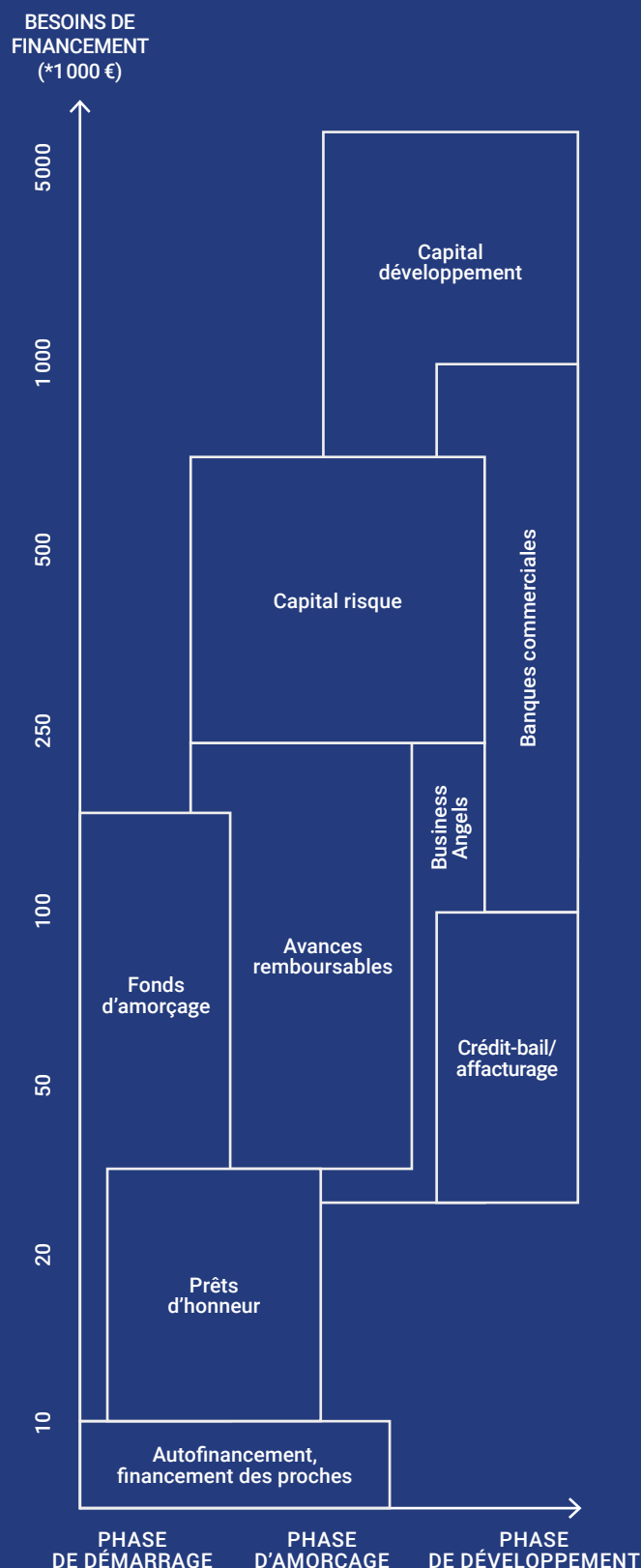
Les instruments

LES SUBVENTIONS constituent un instrument essentiel pour les filières des ICC, en particulier celles à forte composante d'innovation et d'expérimentation. Elles doivent être envisagées comme un levier permettant de stimuler la créativité, de soutenir les modèles fragiles dans leurs phases initiales et de faciliter leur transition vers des financements commerciaux et vers l'investissement privé. Trop souvent, les subventions accordées aux ICC africaines prennent la forme d'un financement à court terme fondé sur des projets ; il est toutefois nécessaire de mettre en place des financements favorisant un développement stratégique à long terme. Ce type de soutien peut encourager les entités à but non lucratif à élargir l'accès à des services d'intérêt public, tout en optimisant leur capacité à générer des revenus. Encore sous-exploitées sur le continent, ces aides demeurent pourtant un outil puissant pour fournir un capital d'amorçage et accompagner les entreprises créatives et innovantes vers la viabilité financière ainsi que les préparer à l'investissement. Le programme Afrique Créative, par exemple, accorde des subventions à quinze entreprises en phase d'incubation afin de structurer et de consolider leurs projets.

LES SUBVENTIONS REMBOURSABLES, LES AVANCES REMBOURSABLES OU LES PRÊTS À FAIBLE TAUX D'INTÉRÊT constituent également une part importante du financement des entreprises culturelles et créatives, en particulier pendant les

BESOINS DE FINANCEMENT SELON LE CYCLE DE VIE D'UNE ENTREPRISE

SOURCE: I&P ECOSYSTÈMES. 2024. GUIDE, LE FINANCEMENT DES ENTREPRISES EN CROISSANCE EN AFRIQUE FRANCOPHONE.



phases d'incubation ou d'accélération. Souvent structurés sous forme de prêts à taux zéro, sans garantie, pour des montants relativement modestes (de 10 000 à 200 000 euros), ces dispositifs offrent un financement à faible coût pour soutenir la croissance et peuvent aider les entreprises des ICC à couvrir des dépenses importantes de production, d'exploitation ou de logistique. Ils conviennent également aux structures associatives. Ce type de financement peut notamment être utile aux théâtres, festivals ou sociétés de production cinématographique disposant d'une audience établie et ayant besoin d'avances sur billetterie pour financer leurs productions. Massaka, une société de production audiovisuelle au Burkina Faso, a bénéficié d'une avance remboursable dans le cadre du programme I&P Accélération au Sahel. Ce soutien a permis à l'entreprise de renforcer la structure de sa plateforme Agribusiness TV, de lancer de nouveaux projets éditoriaux et d'acquérir du matériel de production de qualité. L'avance a joué un rôle clé dans la stabilisation et l'expansion de ses activités créatives et économiques. Élargir l'accès aux avances remboursables est essentiel au développement du secteur des ICC à l'échelle du continent. Cependant, il convient de noter que, pour de nombreuses organisations, les recettes de billetterie ne suffisent pas à couvrir l'ensemble des coûts de production ou d'exploitation. Le musée du Louvre, par exemple, a généré 100 millions d'euros de recettes de billetterie, mais ses coûts d'exploitation ont dépassé 300 millions d'euros³⁵. Les avances sur billetterie peuvent néanmoins constituer une option viable pour les compagnies de spectacle qui multiplient les dates de tournée ou encore pour soutenir le développement du merchandising. En outre, investir dans des infrastructures permettant aux spectacles à succès d'accéder à de grandes salles renforce la viabilité de ce type de financement.

La disponibilité du **FINANCEMENT PAR LA DETTE** – c'est-à-dire des prêts – pour les entreprises des ICC constitue également un élément clé, mais davantage pour les structures matures et bien organisées, capables de contracter des prêts garantis et porteurs d'intérêt. On observe déjà quelques exemples concrets dans l'écosystème des ICC en Afrique, qui mériteraient d'être développés à plus grande échelle. Par exemple, MBO Capital Management, au Nigéria, a accordé un prêt d'un million de dollars à des sociétés de production cinématographique ayant conclu un contrat avec une plateforme de streaming. Autre cas, toujours au Nigéria, l'Artist Advance Fund d'Ejoya, qui a octroyé des prêts de 500 à 15 000 dollars, en utilisant les revenus de redevances futures comme garantie : les artistes et créateurs de contenu lient leurs comptes de redevances de streaming musical au compte du financier, et les remboursements du prêt sont automatiquement prélevés avant que les redevances ne soient versées aux créateurs³⁶. Des questions peuvent toutefois se poser quant aux garanties exigées des entreprises des ICC – par exemple l'utilisation des droits de propriété intellectuelle ou des contrats de distribution –. Il demeure essentiel de s'assurer en amont de la solidité et de la maturité de ces entreprises.

L'**INVESTISSEMENT EN CAPITAL** consiste à lever des fonds en vendant des parts d'une entreprise. Les investisseurs en capital partagent les bénéfices comme les pertes. Ce mode de financement est particulièrement adapté à certaines filières des ICC sur le continent, telles que la mode ou l'audiovisuel, où la rentabilité nécessite du temps. L'investissement en capital offre un financement patient (5 à 7 ans) et une grande flexibilité, souvent assortis d'un accompagnement rapproché de la part des investisseurs, ainsi que de conseils en gouvernance d'entreprise. L'investissement en capital se développe progressivement sur le continent, notamment par l'intermédiaire des fonds d'investissement, mais demeure relativement prudent à l'égard du secteur des ICC. Cette réserve s'explique en grande partie par le manque de données sectorielles, qui freine l'évaluation du marché

et la valorisation des entreprises, ainsi que par un vivier de projets encore très jeune dans certains pays, avec peu d'entreprises suffisamment structurées pour absorber un investissement. Néanmoins, l'investissement en capital a montré toute sa valeur lorsqu'il est déployé dans des entreprises des ICC, toutes filières confondues. L'exemple de l'investissement en capital du fonds IPAE (I&P) dans la plateforme médiatique StarNews, dédiée à la distribution de contenus vidéo sur mobiles et permettant aux créateurs africains de partager et de monétiser leurs œuvres, réalisé en 2020, illustre bien le potentiel de ce type d'investissement pour accompagner le changement d'échelle.

LE CAPITAL-RISQUE (VENTURE CAPITAL), forme particulière de financement en capitaux propres, à la fois plus risquée mais porteuse de perspectives potentiellement plus élevées, est couramment utilisé dans les secteurs des technologies et les start-ups. Le capital-risque peut être pertinent pour certaines filières des ICC, notamment celles qui évoluent dans des environnements à forte composante technologique, telles que le jeu vidéo, la musique ou l'animation. Le capital-risque vise généralement des trajectoires de croissance très rapides, en un à deux ans, avec des jeunes entreprises capables de décoller et d'opérer un changement d'échelle rapide.

Tous ces instruments peuvent être mobilisés par les investisseurs dits « à impact », qui les sélectionnent en fonction de leur thèse d'investissement et des entreprises qu'ils ciblent. **L'INVESTISSEMENT À IMPACT** ne renvoie pas à un instrument de financement spécifique en tant que tel, mais à une philosophie d'investissement : fournir du capital afin de générer à la fois un rendement financier et un impact social et environnemental. Compte tenu de l'ampleur des retombées sociales que peuvent produire les ICC, il s'agit d'une forme d'investissement particulièrement adaptée à ce secteur. Alors que le marché mondial de l'investissement à impact est en croissance et était estimé à 1 164 milliards de dollars US en 2022, contre 715 milliards en 2020³⁷, il existe actuellement peu d'investisseurs à impact actifs dans le secteur des ICC en Afrique. Il est important de noter que les investisseurs à impact eux-mêmes rencontrent d'importants défis sur le continent : difficultés de levée de fonds, obstacles réglementaires, enjeux de création de valeur et difficultés liées aux sorties (désinvestissement). Soutenir l'émergence de nouveaux fonds d'investissement et de fonds d'impact et leur permettre d'investir dans des secteurs à haut risque comme les ICC, tout en accédant au marché et en créant de la valeur, constitue également un facteur clé du développement global du secteur des ICC.

Les investisseurs à impact qui négligent les secteurs culturels et créatifs dans leur univers d'investissement pourraient commencer à constater que leurs portefeuilles manquent d'un élément porteur en soi – par exemple le lien social ou le bien-être général de la population – et qui peut aussi contribuer à des résultats souvent distincts, comme le niveau d'éducation, la santé mentale, la santé physique, la croissance économique ou le développement.

Les structures de **FINANCEMENT MIXTE (BLENDED FINANCE)** peuvent s'avérer particulièrement utiles pour mettre en place des fonds d'investissement capables de déployer un capital patient au profit des entreprises des ICC et de créer de la valeur. Le financement mixte, parfois aussi appelé « capital catalytique », est un mécanisme qui permet de mobiliser du capital concessionnel (fourni par l'État, des institutions de développement, des fondations, etc.) afin d'attirer des capitaux commerciaux. En réduisant le risque pour les investisseurs, ce capital concessionnel peut jouer un rôle de catalyseur en incitant davantage d'investisseurs traditionnels à s'engager et, ainsi, accroître le capital disponible pour financer les entreprises.

Les acteurs

Outre les gouvernements, les institutions de développement, les banques et les fonds d'investissement privés, deux catégories d'acteurs apparaissent, encore prudemment, dans l'écosystème africain de financement des ICC.

LES INVESTISSEURS PROVIDENTIELS (BUSINESS ANGELS) sont généralement des particuliers fortunés qui investissent leurs fonds propres dans des entreprises en phase de démarrage, en échange d'un retour sur investissement. Ils peuvent mobiliser des instruments de financement hybrides. L'investissement providentiel repose en grande partie sur les relations personnelles, et ces investisseurs servent souvent de mentors auprès des fondateurs d'entreprise. En 2024, l'African Business Angels Network (ABAN) a lancé son réseau d'investisseurs de phase d'amorçage dans les domaines du sport et de la création, ce qui pourrait annoncer une hausse de ce type de financement.

LES INCUBATEURS ET LES ACCÉLÉRATEURS ne sont pas des acteurs financiers à proprement parler, mais ils jouent un rôle essentiel dans la préparation des entreprises à l'investissement. Les incubateurs aident les entrepreneurs au stade initial à transformer leurs idées en modèles économiques viables et les accompagnent dans leurs débuts en leur proposant de l'encadrement, des formations, du mentorat et, dans certains cas, un capital d'amorçage. Tshimologong, partenaire d'Afrique Créative, est par exemple un incubateur numérique basé à Johannesburg qui, depuis 2017, a soutenu plus de 100 start-ups créatives dans toute l'Afrique³⁸. Les accélérateurs, tels que le programme Afrique Créative, offrent un soutien plus intensif pour aider les start-ups à se développer et à devenir des entreprises établies.

Les exemples de réussite présentés dans l'étude de Proparco soulignent le temps nécessaire aux entreprises des ICC pour atteindre la rentabilité. On ne saurait trop insister sur la nécessité de faire preuve de patience pour tout instrument de financement mis en œuvre. Parmi ces succès, de nombreuses entreprises ont cédé leurs parts à de grandes sociétés plus tôt qu'elles ne l'auraient souhaité (par exemple, Africori a vendu la majorité de ses parts à Warner Music), car l'environnement de financement en place ne pouvait pas répondre à leurs besoins d'investissement. Des opportunités ont ainsi été manquées par le passé pour aider les ICC africaines à réaliser leur plein potentiel et à générer une valeur maximale localement. Cette situation peut et doit être inversée.



ENSEIGNEMENTS POUR INVESTIR DANS LES ICC

Alors que nous entrons – espérons-le – dans une phase d'intensification des investissements en faveur des ICC africaines, certaines leçons peuvent fournir des orientations utiles pour les approches futures.

DES APPROCHES SUR MESURE SONT ESSENTIELLES. Une attention particulière doit être accordée à deux niveaux. Premièrement, la filière dans laquelle l'entreprise opère : par exemple, les entreprises de la mode ont généralement une plus grande capacité d'autofinancement et auront principalement besoin d'investissements pour leur passage à l'échelle. En revanche, une entreprise de jeux vidéo, qui doit consacrer beaucoup de temps et de ressources au développement de ses produits avant de les commercialiser, risque de ne pas pouvoir démarrer sans un capital initial. Par ailleurs, les « investisseurs » du secteur public doivent veiller à ce que des approches sur mesure soient également proposées aux entités à but non lucratif. Comme mentionné précédemment, le capital patient (sur une période de cinq à sept ans) est un élément clé des approches sur mesure en matière d'investissement dans les ICC, si l'on veut que les entreprises, mais aussi les structures à but non lucratif, dépassent le stade de la survie. Deuxièmement, les approches doivent être adaptées au modèle économique et au degré de maturité de l'entreprise, dont dépendra souvent le choix entre subvention, emprunt ou capitaux propres. Il existe fréquemment, pour les entreprises dont les besoins dépassent le montant maximal des subventions disponibles, un écart entre ce plafond et le seuil minimal d'accès à un financement par emprunt ou par capitaux propres. Les investisseurs doivent rester ouverts à la possibilité que des modèles commerciaux viables émergent de filières où prédominent les structures à but non lucratif, comme l'illustre le succès commercial du Cirque du Soleil.

LA RÉDUCTION DES RISQUES LIÉS À L'INVESTISSEMENT, grâce au financement diversifié ou à d'autres approches, est essentielle pour atteindre une masse critique de soutien et permettre aux différentes filières des ICC de passer au niveau supérieur. Cela peut prendre plusieurs formes. Il peut s'agir d'une banque centrale qui accorde des lignes de crédit subventionnées au secteur bancaire privé afin de lui permettre d'offrir aux ICC des prêts à faible taux d'intérêt. Par exemple, dans le cadre de l'Initiative de financement des industries créatives lancée en 2019 par la Banque centrale du Nigéria, les entreprises pouvaient obtenir des prêts à faible taux d'intérêt auprès de toutes les banques commerciales et des institutions de microfinance agréées par la Banque centrale³⁹. Il peut s'agir d'un fonds commun mutualisant des subventions qui permet d'offrir une combinaison de financements plus diversifiée et innovante aux entreprises des ICC. Par exemple, le Heva Fund en Afrique de l'Est a obtenu des résultats importants grâce à cette approche. Enfin, il pourrait s'agir d'un fonds d'investissement privé mettant à disposition des capitaux catalytiques afin d'attirer davantage de capitaux provenant d'investisseurs commerciaux – un exemple d'approche mise en œuvre par Investisseurs & Partenaires (I&P).

D'autre part, il est nécessaire d'aider **LES ENTREPRISES DES ICC À SE PRÉPARER À L'INVESTISSEMENT** afin de leur permettre de tirer parti de la diversité des possibilités de financement. Dans plusieurs pays, le nombre d'entreprises disposant de modèles économiques et de résultats financiers suffisamment solides pour accéder aux instruments d'investissement du secteur privé reste limité. Des formations en gestion, un accompagnement et un mentorat, ainsi qu'un financement de démarrage sous forme de subventions, seront souvent nécessaires pour garantir une meilleure préparation à l'investissement. L'écosystème des acteurs capables d'apporter un tel soutien aux entreprises

des ICC – qu'il s'agisse d'incubateurs, d'accélérateurs ou d'autres structures d'appui aux entreprises – est en pleine expansion. Toutefois, il reste nécessaire de renforcer leurs capacités afin qu'ils disposent à la fois d'une compréhension approfondie des enjeux liés à l'investissement et d'une connaissance fine des spécificités des filières des ICC, pour avoir in fine un impact systémique. Compte tenu du déploiement croissant d'instruments en fonds propres et en dette, par exemple par Afreximbank et le CREA Fund, les programmes d'accélération sont particulièrement stratégiques pour aider les entreprises à combler l'écart entre les seuils d'octroi de subventions et ceux du financement par fonds propres ou par dette.

Le lancement en 2024 de l'Africa Creatives Alliance, un réseau d'incubateurs, d'accélérateurs et de pôles dédiés aux ICC, visant à faciliter l'apprentissage et la croissance dans le domaine du soutien aux ICC, constitue une avancée significative.

Les bailleurs de fonds pourraient mettre en place un programme destiné aux structures d'appui aux entreprises afin de renforcer leurs capacités dans le secteur des ICC et de préparer les entreprises de ce secteur à lever des fonds.

JULIE ROUXEL
INVESTISSEURS & PARTENAIRES (I&P).

GÉNÉRER D'AVANTAGE DE DONNÉES POUR ORIENTER LES DÉCISIONS D'INVESTISSEMENT. Quelques grands marchés des ICC commencent à disposer d'une quantité intéressante de données sectorielles : par exemple, l'Association des éditeurs d'Afrique du Sud publie régulièrement une enquête⁴⁰ sur le secteur de l'édition de livres, et FilmOne Entertainment, au Nigéria, publie les chiffres annuels du box-office. Ces statistiques ont joué un rôle clé dans la stimulation des investissements. Cependant, de nombreuses filières des ICC et nombre de pays souffrent d'un manque de données sectorielles structurées et récurrentes. Davantage de pays doivent produire régulièrement des données sur le box-office, le streaming, les ventes et l'édition de livres, le taux de fréquentation des spectacles, etc., afin d'aider les entreprises et les investisseurs à mieux comprendre ces secteurs. Le secteur public doit aider les associations émergentes à développer leur capacité à produire régulièrement des informations sur leurs filières. Les gouvernements doivent également progresser dans la collecte et la publication de données ; certaines données recueillies de manière continue, telles que la fréquentation des salles de spectacle publiques, peuvent, en l'absence de données plus précises, donner une indication du potentiel du marché aux investisseurs. Les études de cas sur les succès (et les échecs) des ICC, telles que celles présentées dans l'étude Proparco 2024, sont particulièrement précieuses pour aider les investisseurs à mieux comprendre ce secteur et à développer des repères qui font encore défaut en Afrique.

LECTURES COMPLÉMENTAIRES

Alors que le groupe AFD et ses partenaires du programme Afrique Créative continuent d'enrichir leur expérience et leur expertise dans le soutien aux ICC, cette publication contribue à élargir la base des connaissances sur les ICC en Afrique et invite les lecteurs à consulter les publications précédentes, dont certaines sont référencées dans ce livret.

ÉTUDE STRATÉGIQUE SUR LE SECTEUR DES INDUSTRIES CULTURELLES ET CRÉATIVES : ETAT DES LIEUX. AFD & BEARING POINT. 2025.

ÉTUDE STRATÉGIQUE SUR LE SECTEUR DES INDUSTRIES CULTURELLES ET CRÉATIVES : MONOGRAPHIES. AFD & BEARING POINT. 2025.

RAPPORT - SUCCESS STORIES DES INDUSTRIES CRÉATIVES EN AFRIQUE ET DANS D'AUTRES MARCHÉS ÉMERGENTS. CREA FUND. PROPARCO & PWC & RESTLESS GLOBAL. 2024.

COMMUNAUTÉS IMAGINÉES, IMAGINAIRES POLITIQUES : LES ICC AU PRISME DES TRANSFORMATIONS NUMÉRIQUES. ALLESSANDRO JEDLOWSKI & IRENE BONO. AFD. 2024.

ÉTUDE SUR L'EDUTAINMENT. AFD & OLIVIER VAN BOCKSTAEL. 2023.

UTILISER LE CAPITAL CATALYTIQUE POUR PROMOUVOIR L'ENTREPRENEURIAT AFRICAIN DANS LES MARCHÉS ÉMERGENTS. INVESTISSEURS & PARTENAIRES. 2023.

INVESTIR DANS LES INDUSTRIES AFRICAINES CULTURELLES ET CRÉATIVES. AFD & AFRIQUE CRÉATIVE & YARRI KAMARA. 2021.

Le Campus de l'AFD et ses partenaires ont également développé des formations destinées aux professionnels des ICC et aux décideurs politiques.

KREAFRIKA – DES COURS SUR LA PROFESSIONNALISATION DES ICC ET SUR LE RÔLE DU SECTEUR DANS LES TRANSITIONS SOCIALES. AFD & SENGHOR UNIVERSITY OF ALEXANDRIA & TRACE ACADEMIA.

DJOWAMON – DES COURS DESTINÉS AUX PROFESSIONNELS AFRICAINS DES MUSÉES ET DU PATRIMOINE. AFD & PARIS 1 & ECOLE DU PATRIMOINE AFRICAIN & CENTRE POMPIDOU & FONDATION ZINSOU & AFRICAN WORLD HERITAGE FUND.

- ¹ **Grand Angle : La place de choix du cinéma africain au Festival de Cannes** – Site officiel du Festival de Cannes, 2023.
- ² **The Nigerian Box Office Yearbook 2024** – FilmOne Entertainment, 2024.
- ³ **Interview accordée à la chaîne de télévision BF1**, 2020
- ⁴ **Semafor Africa Newsletter**, 28 avril 2024
- ⁵ **African Contemporary Art: A market on the rise** – Melanie Damani, n.d.
- ⁶ **Xbox welcomes first African Role Playing Game** – TANTV, 29 juin 2024.
- ⁷ **The President rakes in 10 Million Downloads** – Wendi Ndaki, Games Industry Africa, 14 novembre 2022.
- ⁸ **Carry1st named in Forbes Fintech 50 2025** – CRE Venture Capital. 2025.
- ⁹ Ces chiffres et les suivants sont tirés du **PwC Africa Entertainment & Media Outlook 2024-2028**.
- ¹⁰ **Rapport : Success stories des industries créatives en Afrique et dans d'autres marchés émergents** – PwC & Restless Global / Proparco, 2024.
- ¹¹ **Rapport mondial sur les politiques culturelles 2025.** UNESCO. À paraître.
- ¹² D'après une étude effectuée par l'auteur en mai 2025.
- ¹³ **Art Report Africa Sets Its Compass on African Pavilions as the 2024 Venice Biennale Unfolds** – Art Report Africa, 19 avril 2024.
- ¹⁴ **Gouvernance et Planification : Le Plan stratégique de développement du MTCA adopté** – La Nation, juin 2025 et **Bénin : 1,4 milliard \$ pour dynamiser le secteur touristique sur 5 ans** – Agence Ecofin, juin 2025.
- ¹⁵ **Afreximbank launches US\$ 1 Billion Africa Film Fund to transform the continent's creative industry** et **Afreximbank announces aim to double CANEX funding to \$2 billion to boost Africa's creative economy**.
- ¹⁶ **Measuring Digital Development. Facts and Figures 2024** – International Telecommunication Union, 2024.
- ¹⁷ **The Mobile Economy Sub-Saharan Africa 2024** – GSMA, 2024.
- ¹⁸ **Publishing Futures: A study of the publishing landscapes in Ghana, Kenya, Nigeria, South Africa, Uganda and Zimbabwe** – British Council, 2024.
- ¹⁹ **Success Stories** – Proparco.
- ²⁰ Cité dans **Africa's E-Commerce Market Expected to Double in Five Years (Report)**, 2024.
- ²¹ **Global African Commerce: White Paper Report 2023** – Anka.
- ²² **The startup founder bootstrapping his creator economy business** – Rest of World, 13 février 2024.
- ²³ **Artificial Intelligence - rushed revolution or holy algorithmic grail?** – South African Cultural Observatory, 2024.
- ²⁴ Voir, par exemple, l'étude 2024 de la CISAC : **Study on the economic impact of Generative AI in the Music and Audiovisual Industries**, qui prévoit une baisse de 24 % et 21 % des revenus des créateurs, respectivement dans les secteurs de la musique et de l'audiovisuel.
- ²⁵ **Continental Artificial Intelligence Strategy** – African Union, 2024.
- ²⁶ **DOOR Africa : une révolution du cloud souverain portée par l'IA Maya** – Le Soleil, 16 avril 2025.
- ²⁷ **What is the evidence on the role of the arts in improving health and well-being? A scoping review** – Daisy Fancourt & Saoirse Finn, 2019.
- ²⁸ Djikic et al, 2009 cité dans **Culture and Democracy, the evidence** – Commission européenne, 2023.
- ²⁹ **Shaping Futures: Arts, Culture and Education as Drivers of Sustainable Development** – Yvette Hardie & Yarrri Kamara, ACP-EU Culture, 2024.
- ³⁰ **Étude sur l'edutainment** – Olivier Van Bockstael, AFD, 2023.
- ³¹ Voir le dernier article de 2025 **The outsized potential of the cultural and creative industries in Africa**
- ³² L'économie orange, un terme apparu pour la première fois en Amérique latine pour désigner le secteur des ICC, est parfois également adopté en Afrique et souvent utilisé par des institutions telles que la Banque mondiale.
- ³³ **Success Stories** – Proparco, 2024.
- ³⁴ Ces spécificités des ICC sont présentées plus en détail dans **Investir dans les industries culturelles et créatives africaines** – Afrique Créative, 2021.
- ³⁵ **Le Louvre : les chiffres fous du musée le plus fréquenté au monde** – Le Figaro, 28 janvier 2025.
- ³⁶ **Invest in Africa's Creative Industries: There is a renaissance going on. Nigeria Chapter** – Insights Out Africa / British Council, 2025.
- ³⁷ **Impact Investing in the Cultural and Creative Sectors: Insights from an emerging field** – Francesca Sanderson, Seva Phillips & David Maggs, 2023.
- ³⁸ <https://tshimologong.joburg/>
- ³⁹ **Modalities for the Implementation of the Creative Industry Financing Initiative** – Banque centrale du Nigéria, 1er Juillet 2019.
- ⁴⁰ <https://publishsa.co.za/category/documents/industry-statistics/>



AFRIQUE CRÉATIVE, PARTENAIRES DE TALENTS

Afrique Créative est un programme d'accélération qui vise la structuration du secteur des industries culturelles et créatives (ICC) en Afrique. En accompagnant et en renforçant les capacités des entrepreneur·e·s sélectionné·e·s, le programme soutient une croissance durable porteuse de changement. Il s'adresse aux opérateurs·ices alliant créativité et esprit d'entreprise, afin de maximiser leur potentiel en termes de création d'emplois, de croissance économique et d'innovation sociale.

Initié et financé par l'Agence française de développement (AFD), ce programme est mis en œuvre par un consortium mené par l'organisation belge Africalia avec I&P Ecosystèmes du groupe Investisseurs et Partenaires (France), Zhu Culture (Sénégal), Bayimba Foundation (Ouganda) et Tshimologong (Afrique du Sud).

Depuis 2019, Afrique Créative a accompagné, à travers trois éditions, une trentaine d'entrepreneur·e·s culturels et créatifs, issus de 11 pays : Afrique du Sud, Bénin, Burkina Faso, Cameroun, Côte d'Ivoire, Ghana, Kenya, Maroc, Sénégal, Tunisie et Ouganda.

www.afriquecreative.fr
[@afriquecreative](#)



Pour un monde en commun

L'Agence française de développement (AFD) contribue à mettre en oeuvre la politique de la France en matière d'investissement durable et de solidarité à l'internationale. À travers ses activités de financement du secteur public et des ONG, ses travaux et publications de recherche (Éditions AFD), de formation sur le développement durable (Campus AFD) et de sensibilisation en France, elle finance, accompagne et accélère les transitions vers un monde plus juste et résilient.

Nous construisons avec nos partenaires des solutions durables, avec et pour les populations. Nos équipes sont engagées dans plus de 2 700 projets sur le terrain, dans les Outre-mer, et plus de 115 pays, pour le climat, la biodiversité, la paix, l'égalité femmes-hommes, ou encore la santé mondiale. En complémentarité avec Proparco et Expertise France, l'AFD contribue ainsi à l'engagement de la France et des Français en faveur des Objectifs de développement durable (ODD). Du côté des autres, pour un monde en commun.



www.afd.fr

Twitter : @AFD_France - Facebook : AFDOfficiel - Instagram : afd_france

5, rue Roland-Barthes - 75598 Paris cedex 12 - France

Tél. : +33 1 53 44 31 31