

AS & JB

Livre blanc de la filière audiovisuelle polynésienne

Version décembre 2021

 **APTAC**
ASSOCIATION POLYNÉSIENNE DES TECHNICIENS DE L'AUDIOVISUEL ET DU CINÉMA

 **atpa**

 **SPAPF**
PROFESSORAT DE LA SPAPF - FORMATION PROFESSIONNELLE
DE LA POLYNÉSIE FRANÇAISE

Entreprise AS & JB : RCS PAPEETE TPI 20 53 A
N° TAHITI D56599



Crédit photo: Filmin' Tahiti, Tim McKenna, Julien Carlier, Poema Duprel

Synthèse

La « **filière audiovisuelle polynésienne** » est constituée de professionnels prenant en charge l'écriture, le tournage et la distribution de contenu audiovisuel. L'étape de diffusion (TV, cinéma) étant considérée hors du périmètre de cette étude.

La filière s'est structurée progressivement au cours des 20 dernières années, et compte aujourd'hui environ **200 professionnels** représentant 150 équivalents temps plein. L'enquête en ligne a permis de préciser et de confirmer le profil de la filière audiovisuelle polynésienne, constituée de professionnels généralement polyvalents et expérimentés, exerçant presque exclusivement sous forme d'entreprise unipersonnelle et exerçant pour la moitié d'entre eux d'autres activités à côté.

Pages
5 à 9

Le modèle économique de la filière repose sur la distinction entre **2 types de projets audiovisuels interdépendants** : productions ou co-productions locales d'un côté, et productions extérieures de l'autre. Leur complémentarité fait la solidité de la filière polynésienne. Au global, la filière audiovisuelle représente **1,19 milliard XPF de retombées économiques directes par an**, dont près de **500 millions de XPF de chiffre d'affaires** pour les seuls professionnels de la filière. Cette filière occupe ainsi une place significative dans l'économie du pays, en comparaison avec d'autres filières emblématiques (vanille, monoï, etc.). La particularité de la filière audiovisuelle réside dans ses **différentes retombées directes ou indirectes** pour le territoire, et dans son **caractère éminemment transverse** qui la place à la croisée de nombreux enjeux et parties prenantes publiques ou privées.

Pages
10 à 19

Le SCA est aujourd'hui la principale mesure de soutien financier public à la filière. Doté d'une enveloppe annuelle d'environ **110 m XPF**, il aide les productions locales en faisant bénéficier l'économie du pays d'un **effet de levier moyen de 2,5** (1 XPF d'aide publique permet de générer 2,5 XPF de dépenses locales). Certaines productions extérieures (fictions, télé-réalités) sont, elles, aidées au cas par cas, avec des subventions qui ont généralement un **effet de levier de 3 à 4**.

Pages
20 à 23

La filière a les atouts nécessaires pour **maintenir une activité de production locale significative** principalement destinée au marché de la TV. Il est à noter qu'au niveau mondial, les tendances du secteur font apparaître que ce marché est menacé au regard de l'émergence de nouveaux géants de la diffusion (SMAD) qui se font par ailleurs producteurs de contenu.

Pages
25 à 27

L'activité d'**accueil de productions extérieures présente un réel potentiel** au vu des demandes de contact de la part de producteurs pour 2021. Face à la « guerre des incitatifs » chez nos voisins du Pacifique qui cherchent à attirer les grosses productions extérieures, la filière polynésienne peut jouer sur d'autres critères décisifs (facilité logistique et climat d'affaires notamment).

Pages
28 à 32

Enfin, de manière transverse, la filière audiovisuelle polynésienne a aujourd'hui **l'opportunité de s'organiser** de manière à accroître l'efficacité de son activité et réaliser ainsi son plein potentiel. Elle peut s'inspirer de modèles d'organisation de filières économiques du fenua comme de métropole.

Pages
33 à 36

Ainsi, à la lumière de l'historique de la filière, des tendances du secteur et des bonnes pratiques internationales et locales, les professionnels ont **élaboré et priorisé des actions concrètes** ainsi qu'une **feuille de route** pour permettre de développer l'activité de leur filière et répondre à ses enjeux.

Pages
38 à 42

Dès juin 2021, l'unification de la gouvernance de la filière est lancée via le **projet de fédération des professionnels** de l'audiovisuel, qui permettra de **mettre en œuvre efficacement les autres actions prioritaires en lien avec les parties prenantes**.

Pages
43-44

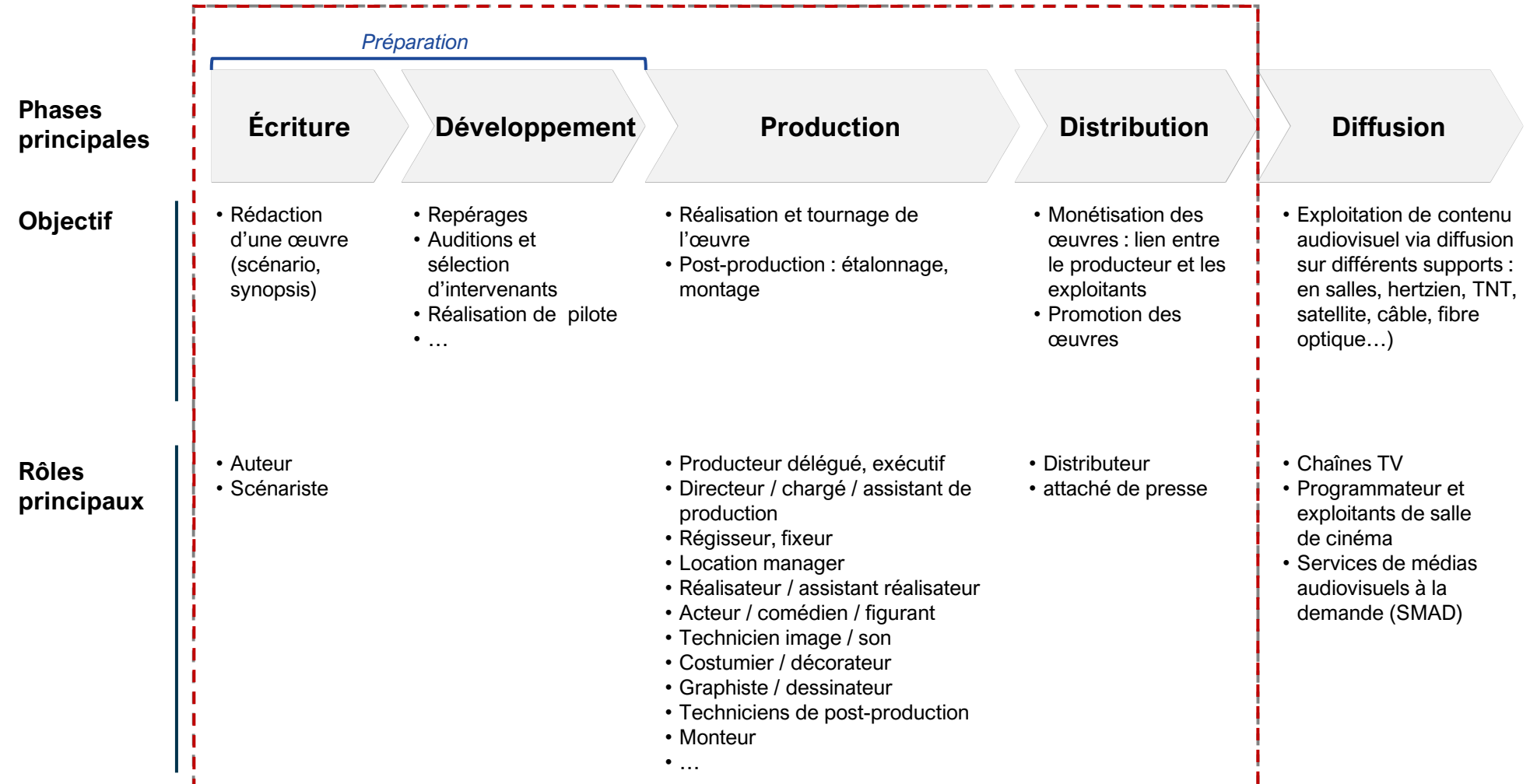
Sommaire

- 1. Panorama de la filière audiovisuelle polynésienne** **p. 3**
2. Quel potentiel pour la filière ? p. 24
3. Axes de développement et feuille de route p. 37

La présente étude se centre sur les activités audiovisuelles en amont de la diffusion

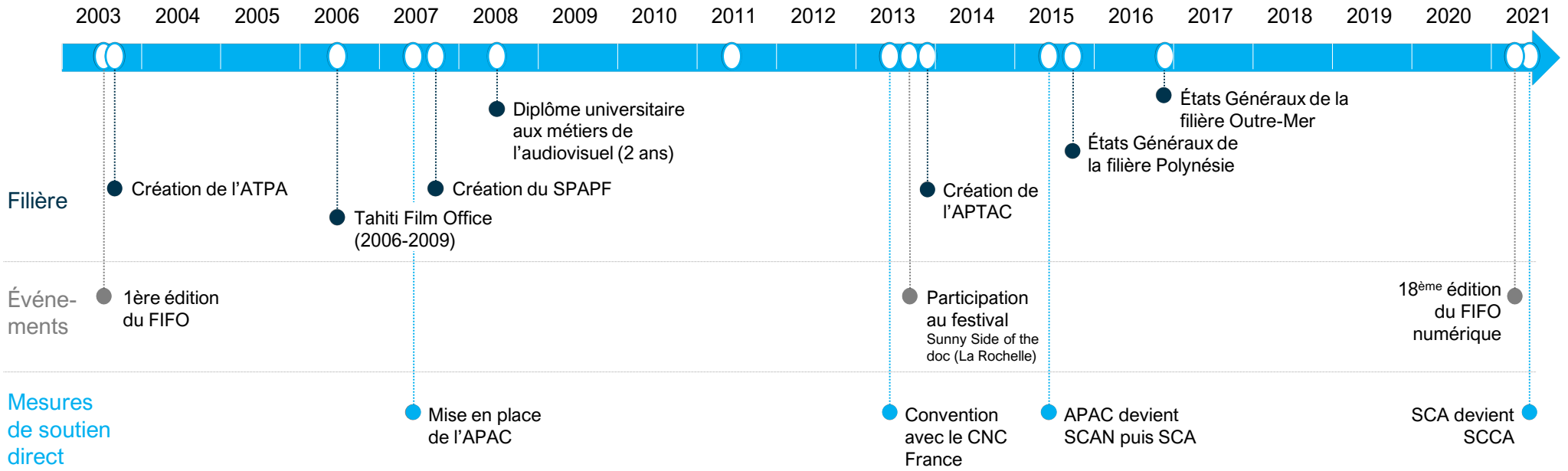
Processus type de création audiovisuelle

Périmètre de la présente étude : « filière audiovisuelle »



La filière polynésienne s'est structurée progressivement ces 20 dernières années

Chronologie de la filière

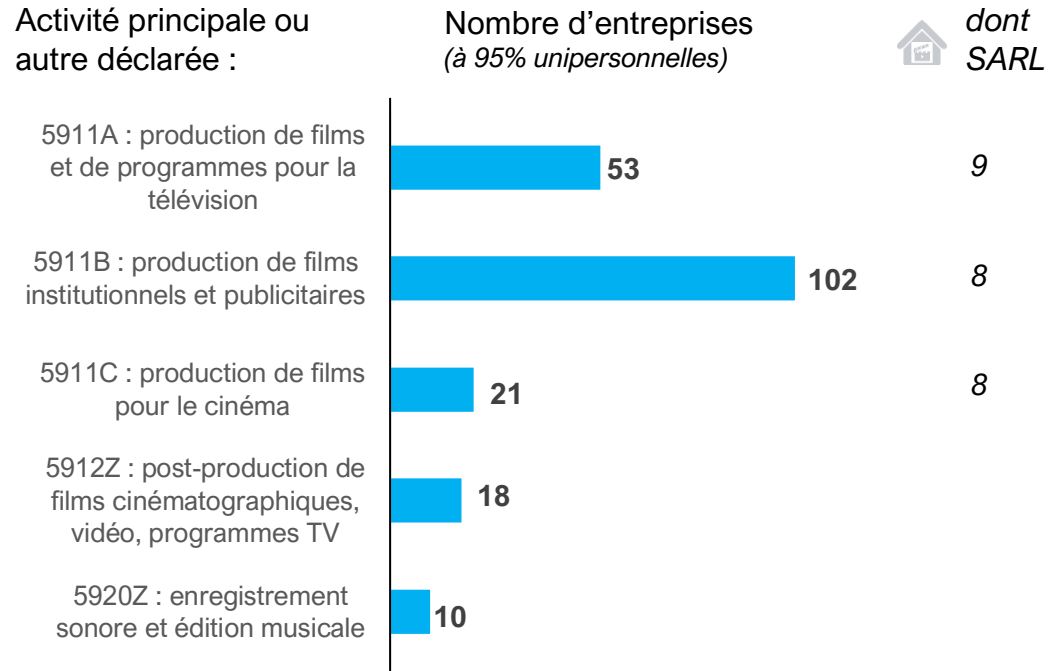


Principaux rapports & études



La filière compte aujourd'hui environ 200 professionnels représentant 150 équivalents temps plein (ETP)

Vision statistique



TOTAL : 204 professionnels soit **150 Équivalents Temps Plein**

Hors périmètre : ~210 salariés des 2 chaînes TV¹⁾

Commentaires

- Source des données : **agrégation de deux bases CCISM et ISPF** contenant des informations sur les différentes activités exercées
- Critères : sélection des entreprises et sociétés enregistrées sous un code NAF éligible, en **activité principale ou activité 2, 3, et suivantes**
- Pour chaque code APE éligible, une hypothèse de proportion de rattachement à la filière audiovisuelle a été appliquée (*voir page d'analyse détaillée*)

Hypothèse :
50% des professionnels à temps plein (soit 100 ETP)
+ 50% à temps partiel (soit 50 ETP)

1) Dont 153 ETP pour Polynésie la 1^{ère} en 2019 - source : rapport d'info Sénat du 9 avril 2019 sur la représentation outremer dans l'audiovisuel public

Déduction statistique du nombre de professionnels

| Code APE (activité principale ou autre) | Nombre d'entités actives | | | Hypothèse d'appartenance à la filière audiovisuelle après analyse du libellé de l'activité exercée | | Nombre retenu |
|---|--------------------------|--------------------------------|----------------------------|---|--|------------------|
| | Total | dont patentés ¹⁾ | dont SARL ¹⁾ | % appartenant à la filière | Explication du % retenu | |
| 5911A : production de films et de programmes pour la télévision | 53 | 34 | 9 | ✓ 100% | Sociétés de productions et de post-production et d'animations | 53 |
| 5911B : production de films institutionnels et publicitaires | 203 | 153 | 17 | ✓ 50% | ~50% sont infographistes, caméraman pour les secteurs touristique ou communication | 102 |
| 5911C : production de films pour le cinéma | 21 | 10 | 8 | ✓ 100% | Sociétés de productions | 21 |
| 5912Z : post-production de films cinématographiques, vidéo, programmes TV | 36 | 34 | 0 | ✓ 50% | ~50% sont des techniciens vidéos, monteurs dédiés à la filière | 18 |
| 5913A : distribution de films cinématographiques | 3 | 1 | 0 | ✗ 0% | Import/export de films, salles de cinéma | 0 |
| 5913B : édition et distribution de vidéos | 8 | 5 | 0 | ✗ 0% | Prises de vues touristiques | 0 |
| 5914Z : projection de films cinématographiques | 15 | 4 | 1 | ✗ 0% | Distribution de films, associations de cinéma amateur, ... | 0 |
| 5920Z : enregistrement sonore et édition musicale | 42 | 30 | 1 | ✓ 25% | ~50% techniciens du son, enregistrement en studio considérés comme dans la filière | 10 |
| 9003B : autre création artistique | 200 | 28 | 1 | ✗ 0% | La presque totalité sont des artisans manuels | 0 |
| TOTAL | 581 | | | | | 204 |

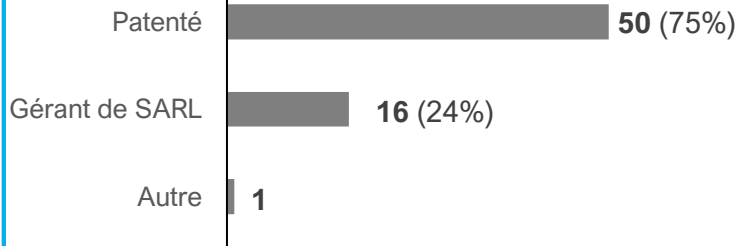
1) Dans les faits, le statut juridique disponible dans les données ne reflète pas la taille de la structure. L'essentiel des acteurs du secteurs sont des « individuels »

L'enquête en ligne a permis de préciser et de confirmer le profil de la filière audiovisuelle polynésienne

Enquête menée auprès des professionnels de la filière – **67 répondants** (soit 54% de taux de réponse)

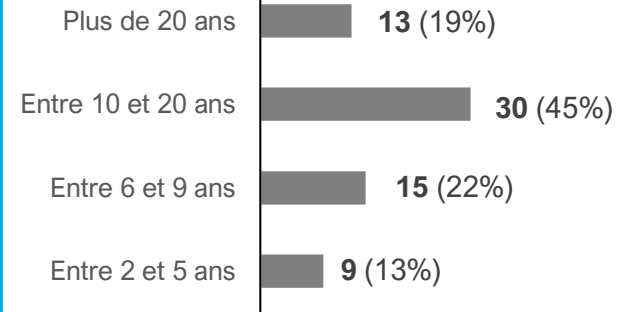
75% des répondants sont patentés

« Tu es : »



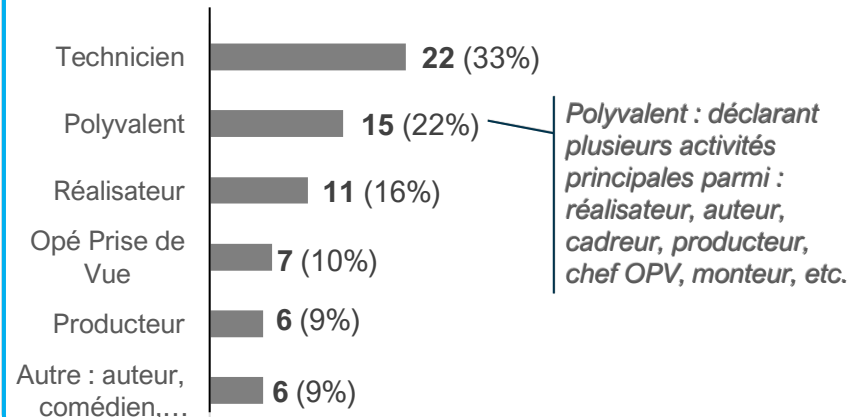
Avec une expérience moyenne de 14 ans

« Depuis combien d'années travailles-tu dans l'audiovisuel ? »



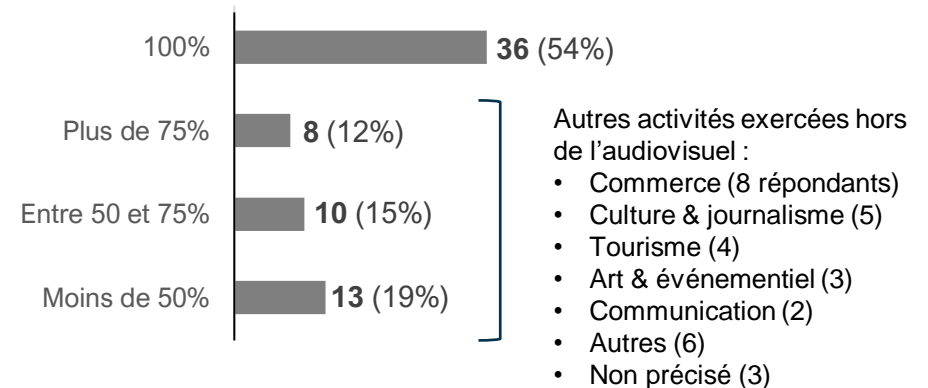
Avec une forte proportion de polyvalents

« Quel est ton métier principal ou ta spécialité dans l'audiovisuel ? »



Seuls 54% exercent cette activité à temps plein

« En temps normal (période spécifique COVID de 2020 mise à part), quelle part de tes revenus représentent tes activités dans l'audiovisuel ? »

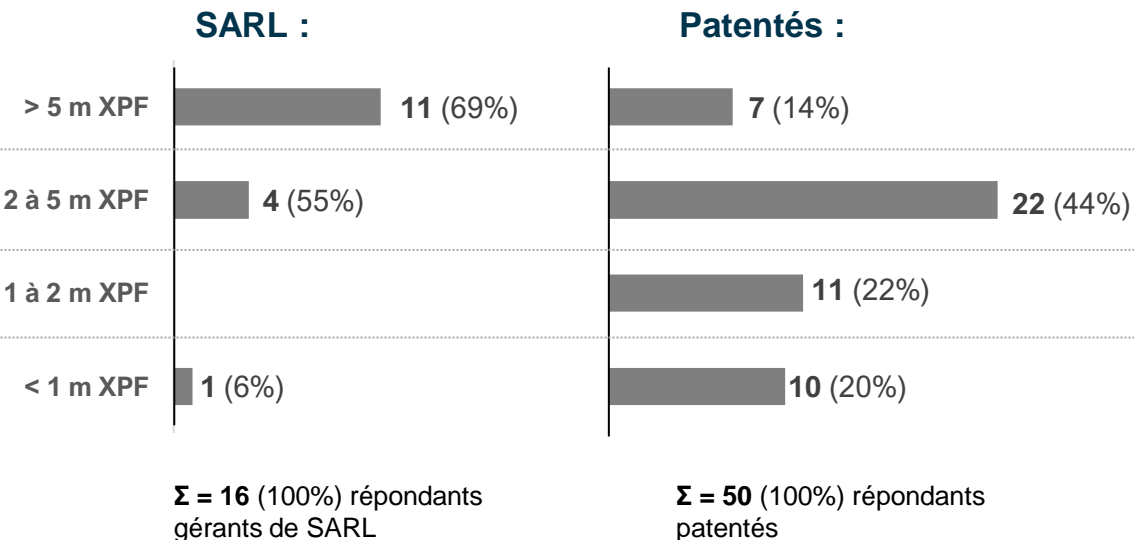


L'enquête en ligne a permis de préciser et de confirmer le profil de la filière audiovisuelle polynésienne (2/2)

Enquête menée auprès des professionnels de la filière – **67 répondants** (soit 54% de taux de réponse)

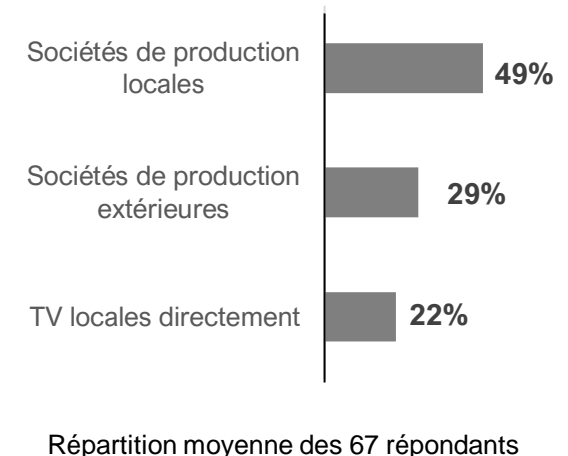
Les sondés réalisent un chiffre d'affaires annuel variable selon le type de structure...

« Quel chiffre d'affaires moyen réalises-tu grâce à ton activité audiovisuelle, sur une année standard ? »

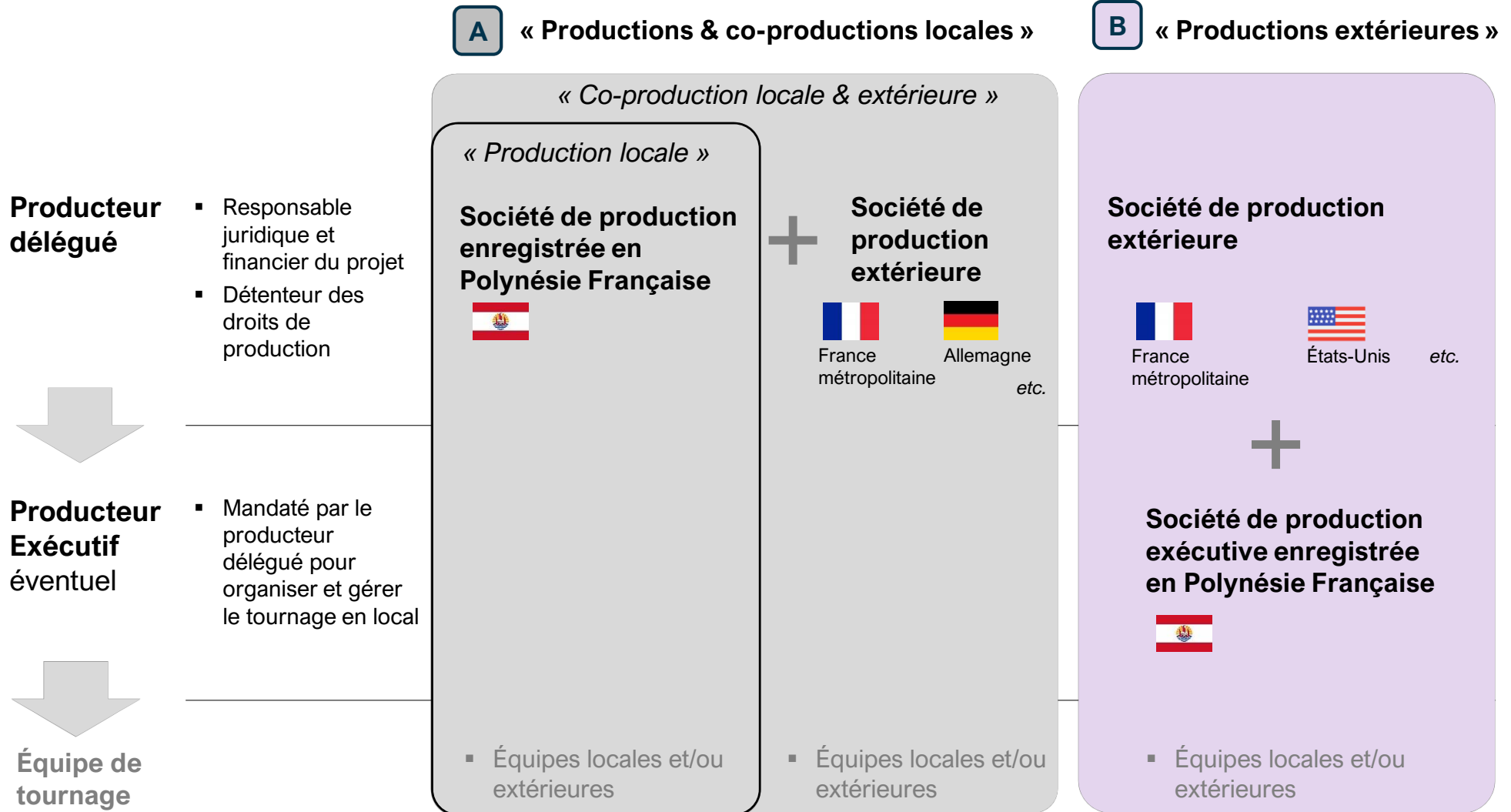


... issu à 49% des projets de production locale

« Pour tes activités audiovisuelles uniquement, quel temps passes-tu sur des projets produits par : »



Le modèle économique de la filière repose sur la distinction entre 2 types de projets audiovisuels



Le dynamisme de la filière repose sur ces deux piliers complémentaires et interdépendants

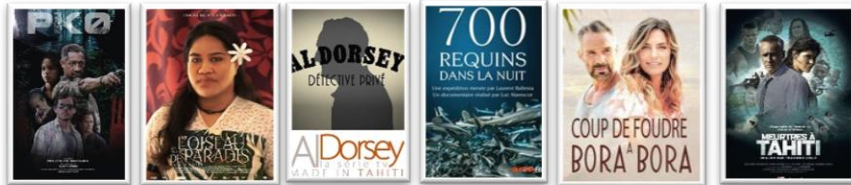
Les productions locales permettent l'accueil de productions extérieures... et vice-versa

A Productions & co-productions locales

Caractéristiques :

- Tournage principalement local avec une **forte proportion de professionnels locaux**
- **Diffusion locale** en grande majorité, parfois **nationale** et plus rarement au-delà (Canada, Allemagne)
- Relative **stabilité de l'activité**, grâce au soutien régulier du SCA

Exemples de tournages 2016-2020



INTÉRÊT POUR LA FILIÈRE :

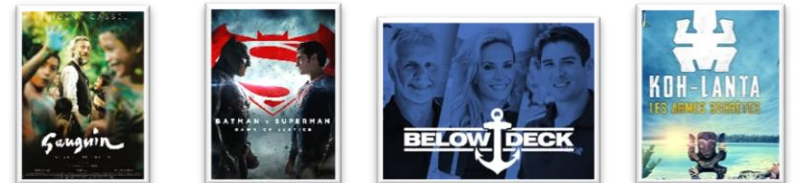
- **Principale source de revenus** pour les professionnels
- Projets permettant l'acquisition de **matériel audiovisuel**

B Accueil de productions extérieures

Caractéristiques :

- Projets à **budget** généralement **significatif**
- Proportion variable de professionnels locaux sur les tournages
- **Fortes retombées économiques locales hors filière** (logement, transport des équipes extérieures)
- **Volumes irréguliers** (destinations de tournage concurrentielles)

Exemples de tournages 2015-2021



INTÉRÊT POUR LA FILIÈRE :

- Contribution significative au **chiffre d'affaires de la filière**
- **Formations sur le terrain** au contact de professionnels venus de l'extérieur le temps du tournage



La particularité de la filière audiovisuelle est qu'elle produit différents types de retombées significatives pour le territoire

Quatre niveaux de retombées

4

Autres retombées indirectes

- Promotion du **patrimoine polynésien** (culturel, humain, historique...)
- Dynamisme de la **création artistique** locale
- Accélérateur de la diffusion et utilisation du numérique en Polynésie

3

Retombées économiques indirectes

- Rayonnement de la destination dans les médias y-compris web (**contre-valeur publicitaire**) bénéfique au **tourisme**
- Consommation locale et export de produits locaux grâce à la visibilité offerte par les **placements de produits** dans les œuvres

2

Retombées économiques directes des tournages

- **Chiffre d'affaires** pour les sociétés et prestataires intervenant à l'occasion des tournages : transports (aérien international et inter-îles, taxis, ...) hébergement, restauration, importation d'équipements, etc.

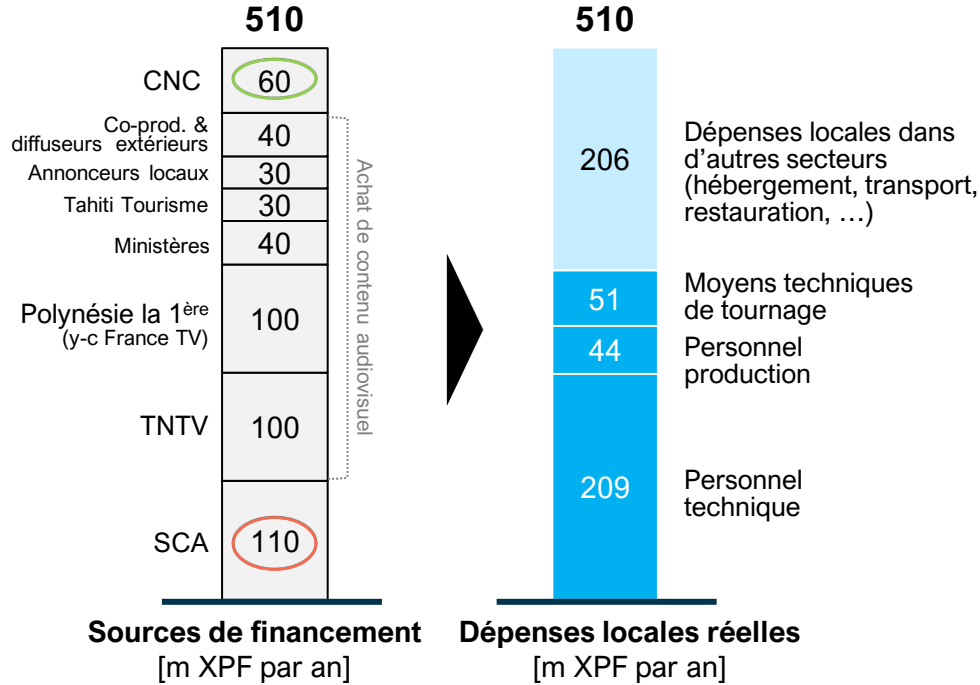
1

Professionnels de la filière

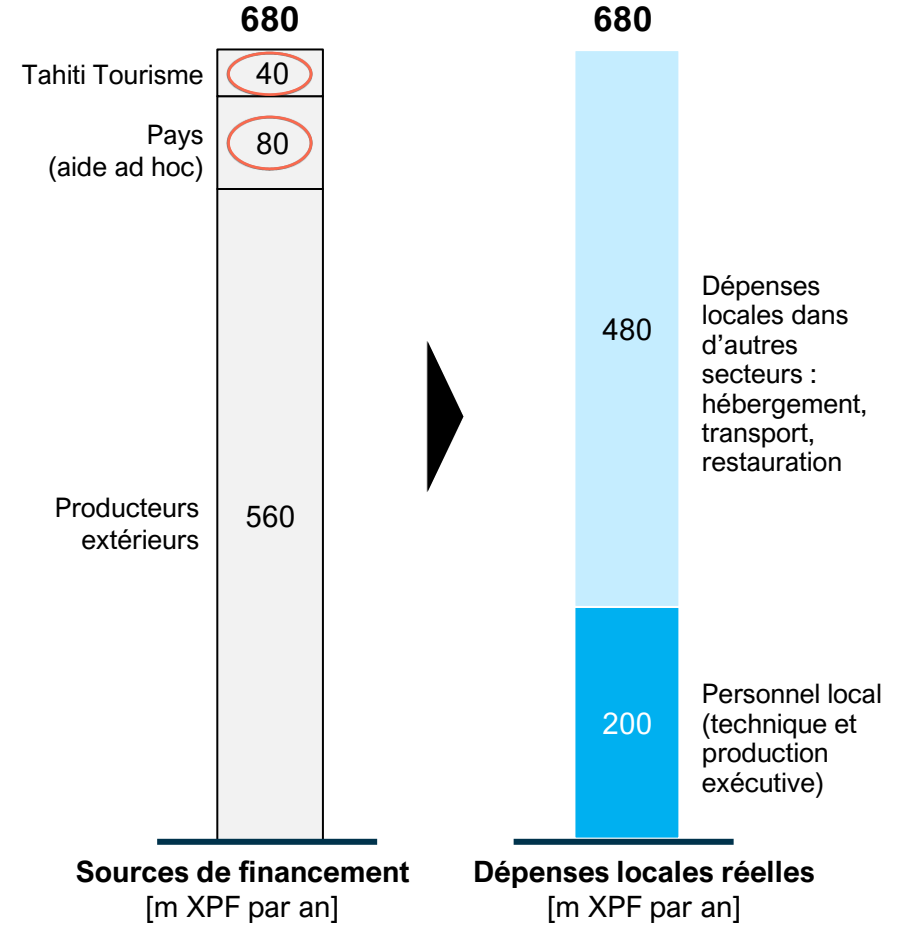
- **Rémunérations** des 200 personnes travaillant dans l'audiovisuel
- **Chiffre d'affaires** des sociétés constituant la filière

La filière audiovisuelle représente 1,19 milliard XPF de retombées économiques directes par an – estimations pour une année « standard »

A Productions & co-productions locales



B Productions extérieures



○ Aides et subventions publiques du Pays ○ Aides et subventions de l'Etat

Au total, les deux types de productions (locales et extérieures) permettent de générer un chiffre d'affaires annuel de ~510 m XPF pour la filière audiovisuelle polynésienne, et ~680 m XPF additionnels pour d'autres secteurs du fenua

Estimation du volume annuel moyen de productions sur le territoire

Estimation du volume annuel moyen de productions tournées sur le territoire

| | <u>Principaux types de productions</u> | <u>Budget local type¹⁾</u> | <u>Nombre de projets par an²⁾</u> |
|---|--|---------------------------------------|--|
| A Productions & co-productions locales | ▪ Fiction TV (série) | ~ 30 | 2 |
| | ▪ Documentaire | ~ 6 à 10 | 25 |
| | ▪ Magazine (série) | ~ 3 | 30 |
| | ▪ Films institutionnels, captations, spots, pubs | ~ 3 | 40 |
| B Accueil de productions extérieures | ▪ Film Cinéma ou TV | 30 à >100 | 2 |
| | ▪ Publicité | 15 à 30 | 4 |
| | ▪ Émission de télé-réalité | 20 à >200 | 2 |
| | ▪ Autres : reportages, influenceurs, ... | <i>hétérogène</i> | |

1) Dépenses locales moyennes décaissées (i.e hors industrie), en millions de XPF

2) Estimation pour une année standard

Source : entretiens, budgets réels de producteurs, DGEN, recoupements et analyses AS & JB

Méthodologie

Le cubage des volumétries de la filière a été obtenu en modélisant les financements d'un côté et les dépenses locales de tournage de l'autre – 3 étapes :

1. Recensement des principales sources de **financements** :
 - > Soit par obtention des chiffres réels (Tahiti Tourisme, chaînes TV, CNC, SCA) et plans de financement d'un échantillon de projets
 - > Soit par recoupement (Ministères, producteurs extérieurs)
2. Estimation des **dépenses locales moyennes** par type de projets – sources :
 - > Bilan du SCA et rendus de compte réels consolidés (source DGEN)
 - > Échantillonnage de budgets réels fournis par 5 producteurs différents et représentatifs des différents formats : fictions, documentaires, publicités, télé-réalité...
3. Modélisation du **nombre de projets par type**, à partir des données disponibles ou par extrapolation basée sur les budgets moyens

Les financeurs publics et privés ont un positionnement différent selon le type de production concerné

Principaux types de productions

Positionnement des financeurs (numéraire uniquement – hors apport en industrie)

| | SCA (DGEN) | Chaînes TV locales | Pays (ministères) | Tahiti Tourisme | CNC | Prod. & diffuseurs ext. |
|---|---|----------------------|-------------------|-----------------|-----|-------------------------|
| A Productions & co-productions locales | ▪ Fiction TV (série) | | | - | - | |
| | ▪ Documentaire | | | - | | |
| | ▪ Magazine (série) | | | | | - |
| | ▪ Films institutionnels, captations, fictions courtes | Fictions courtes | | | - | - |
| B Accueil de productions extérieures | ▪ Film Cinéma ou TV | - | - | Ad hoc | - | |
| | ▪ Publicité | - | - | - | - | |
| | ▪ Émission de télé-réalité | - | - | Ad hoc | - | |
| | ▪ Autres : reportages, influenceurs, ... | - | - | - | | - |

Légende

Importance du financement :

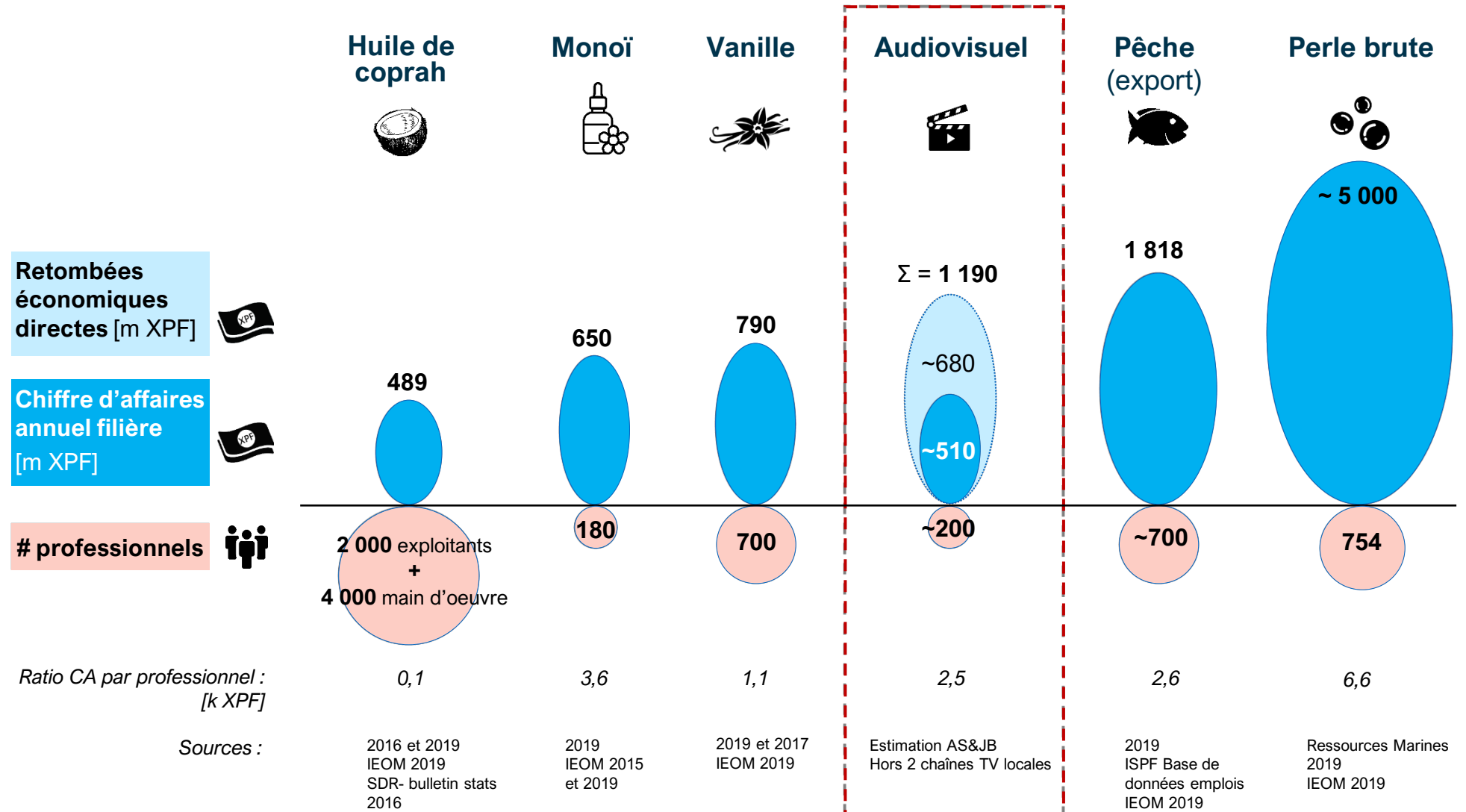
- Inexistant

Ponctuel et minoritaire

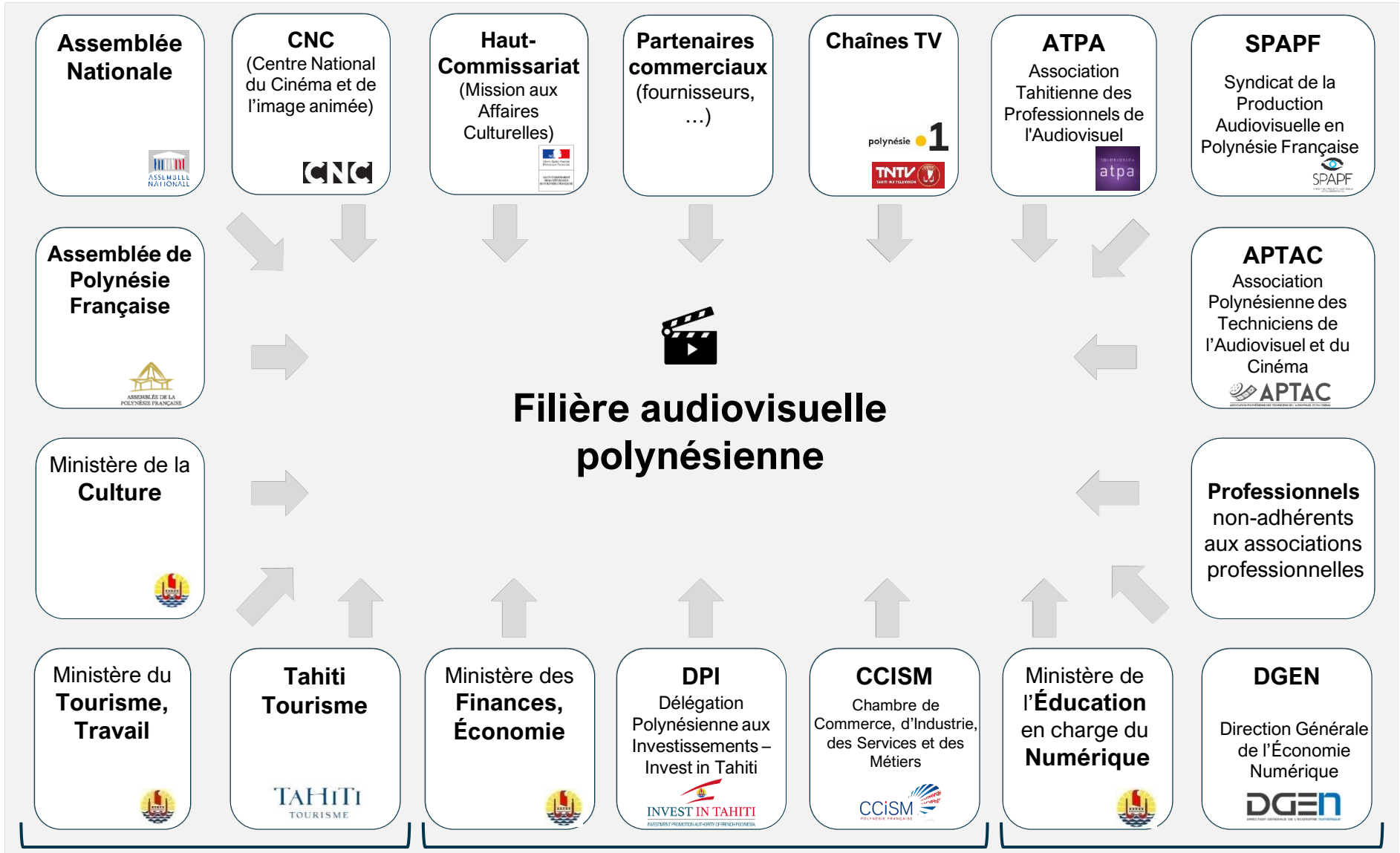
Fréquent et majoritaire

La filière audiovisuelle occupe ainsi une place significative dans l'économie du pays, en comparaison d'autres filières emblématiques

Comparaison des filières économiques d'export du fenua – année de référence 2019



De nombreuses parties prenantes publiques et privées constituent la filière polynésienne ou y contribuent



Par son caractère transverse, la filière est aujourd'hui à la croisée de 4 enjeux et dans la pratique, n'a pas de ministère de référence

Finances & Économie (MEF)

- Retombées économiques majeures des tournages avec effet d'entraînement de plusieurs secteurs (hôtellerie, prestataires de services, etc.)

Culture & Environnement (MCE)

- Production et captation d'œuvres culturelles et artistiques
- Proximité avec des secteurs adjacents comme l'événementiel, à travers la captation de spectacles vivants

Filière audiovisuelle polynésienne



Tourisme & Travail (MTT)

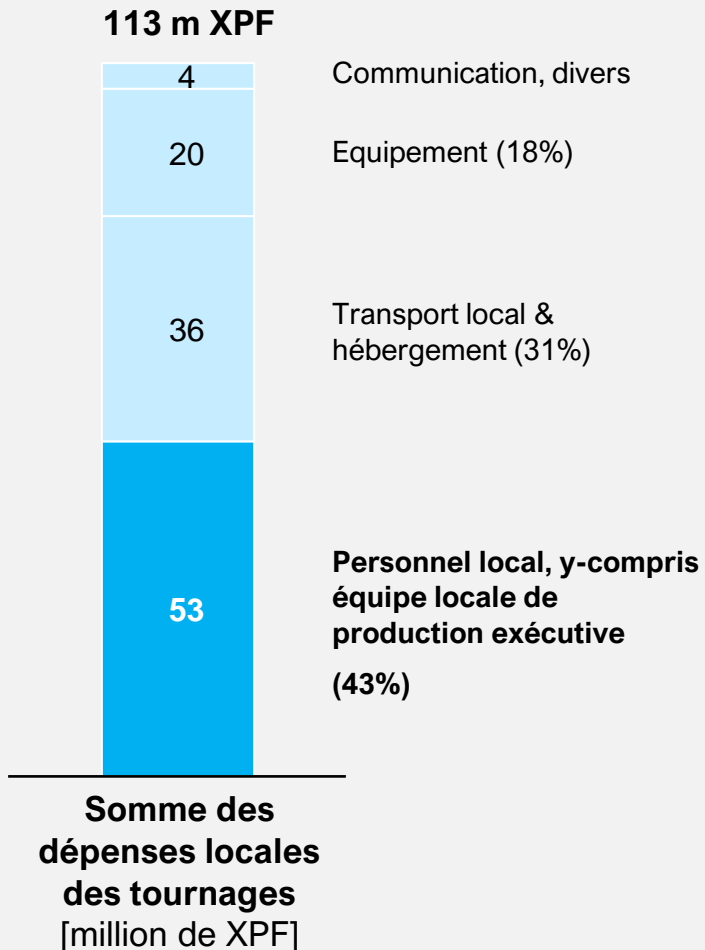
- Création d'emplois directs et indirects
- Productions représentant un vecteur de rayonnement de la destination Polynésie Française bénéfique au tourisme

Éducation & Numérique (MEA)

- Principal dispositif de soutien de la filière administré par la DGEN, sous tutelle du ministère de l'Éducation

Les productions extérieures ont des retombées économiques directes significatives pour la filière et plus généralement pour le pays

EXEMPLE : structure des dépenses locales de plusieurs tournages de publicités étrangères 2018-2019



Commentaires

- Les dépenses locales totales incluent l'hébergement des intervenants étrangers mais excluent les vols internationaux directement payés par la production étrangère
- **44% du budget local dépensé** sur ces tournages constituent du **chiffre d'affaires pour la filière** audiovisuelle (personnel technique local et production exécutive)
- Ce type de tournage ne bénéficie **d'aucune aide directe**

Les dispositifs de soutien à l'audiovisuel en vigueur sur le territoire sont limités en nombre et en impact

Soutien financier direct

- ▶ **SCA** : dispositif de soutien à l'écriture, développement et production audiovisuelle et cinématographique locale, dans le cadre de co-production d'œuvres de type documentaire, court-métrage, téléfilm unitaire, série de mini-fictions [DGEN]
 - Subvention du Ministère du Tourisme, pour les projets mettant en valeur la destination [négociations ad hoc]
- ▶ Éligibilité des dépenses faites en PF au Fonds de Soutien Audiovisuel du CNC pour les sociétés de production métropolitaines y-compris dans le cas de co-productions [CNC]
 - Crédit d'impôt international du CNC (métropolitain) pour les dépenses faites en Polynésie Française, si demandé par une société de production exécutive enregistrée en métropole¹⁾ [CNC]

Autres mesures de soutien financier indirect ou logistique

- ▶ Remises sur le tarif public des **transports aériens** internationaux (ATN) et locaux (Air Tahiti) en contrepartie notamment de la cession non exclusive des droits du programme et de la mise en place de supports de communication liés au programme soutenu [négociations ad hoc]
 - **Procédures d'entrée** en Polynésie française pour les équipes de production étrangères (demande d'autorisation de travail) facilitées depuis le 1^{er} août 2011 [LP 53-21-2 du code du travail]
 - Exonération de **droit de douane** pour les équipements audiovisuels (procédure carnet ATA) et consommables non présents en Polynésie française
 - Possible mise à disposition de **moyens logistiques** par le Pays²⁾ ; exonération d'impôt sur les sociétés et d'impôt sur les transactions³⁾ ; remboursement de la **part patronale des charges sociales** acquittée sur les salaires versés aux salariés recrutés localement pour les nouveaux emplois liés au projet⁴⁾ [Délibération N°2000-60 APF du 8 juin 2000 visant à favoriser les programmes audiovisuels destinés principalement à une exploitation en dehors du territoire]
 - Mise à disposition gracieuse de sites de tournage publics, facilitation des autorisations de tournage (Etat, Pays, Communes)

1) Cas de figure ne s'étant a priori jamais présenté

2) Dispositif rarement activé (2 arrêtés pour des tournages en 2014 et 2016) et présentant des difficultés de mise en œuvre du fait des impératifs de réactivité liés aux tournages

3) Dispositif jamais activé malgré des tentatives, car absence de crédits dédiés

4) Mesure a priori peu adaptée au fonctionnement de la filière qui fonctionne essentiellement avec des professionnels patentés

Légende :

Dispositif territorial

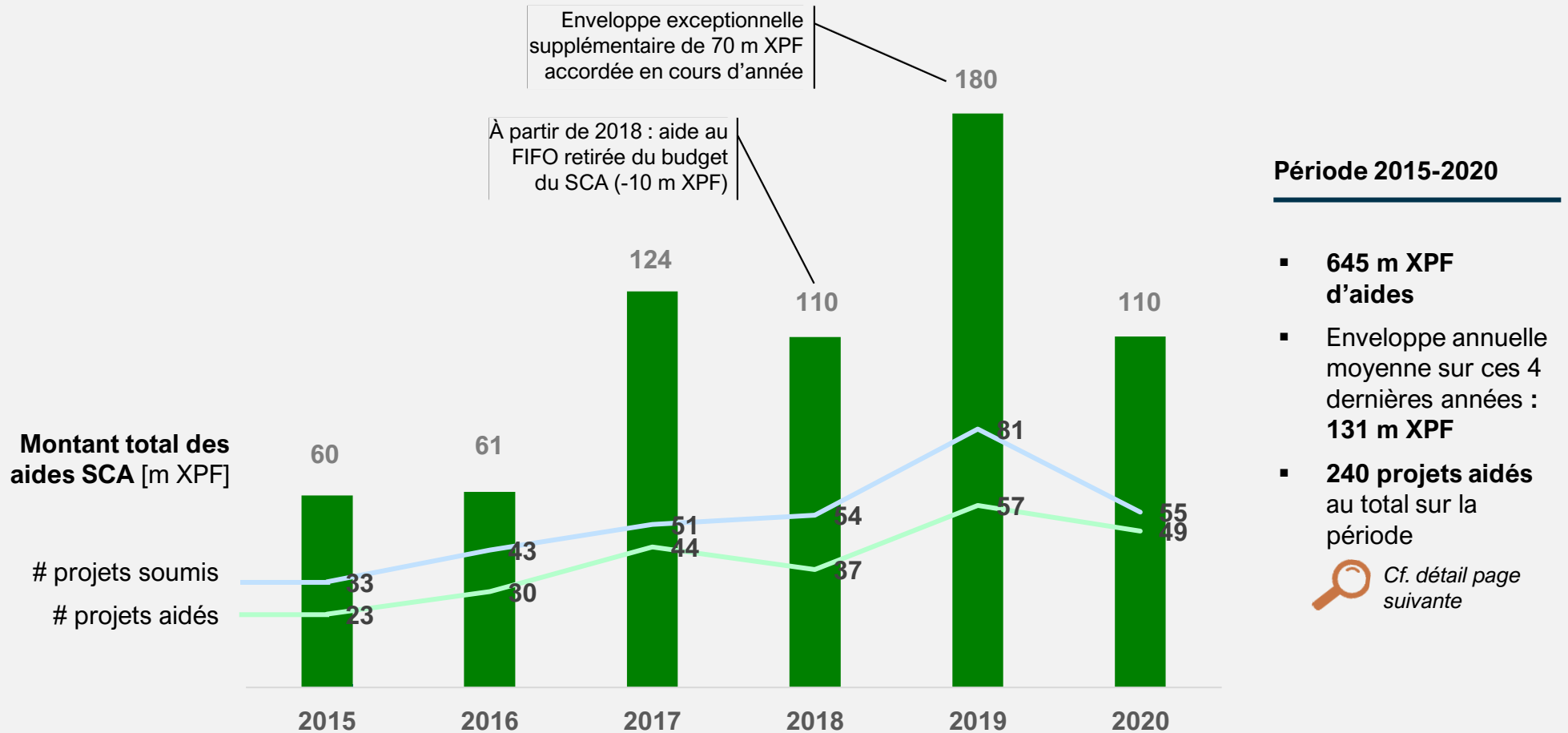
Dispositif national



Impact significatif et/ou dispositif fréquemment activé

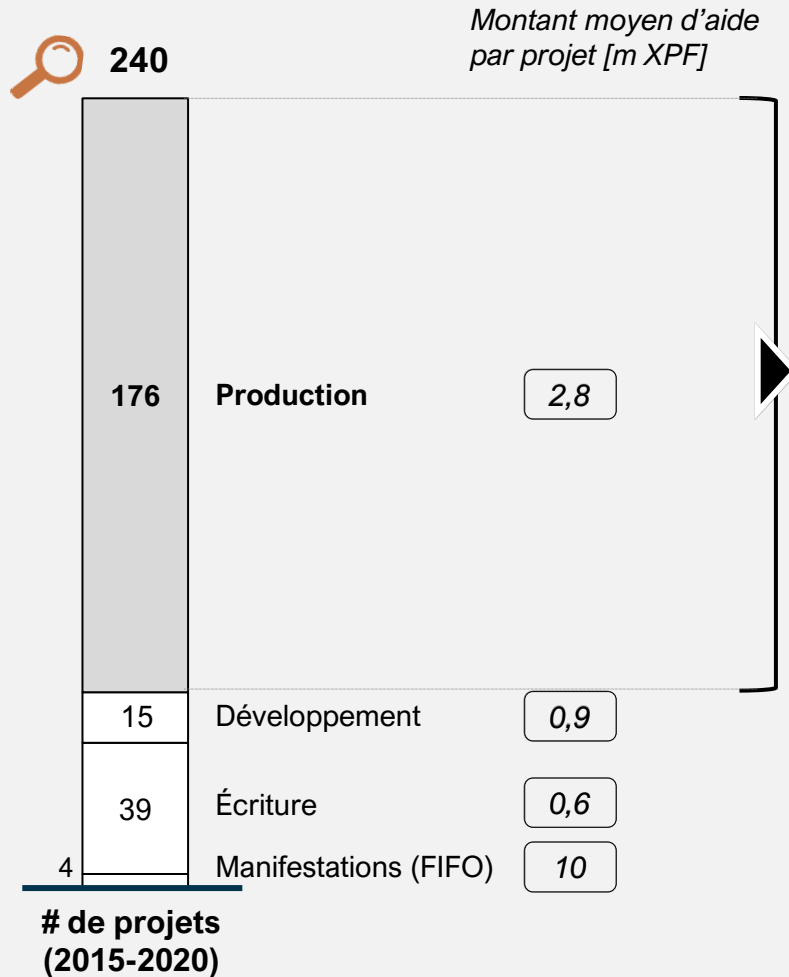
Le SCA est aujourd'hui un dispositif de soutien essentiel à la création locale et socle de la filière

Historique des attributions d'aides du SCA en volume et en montants

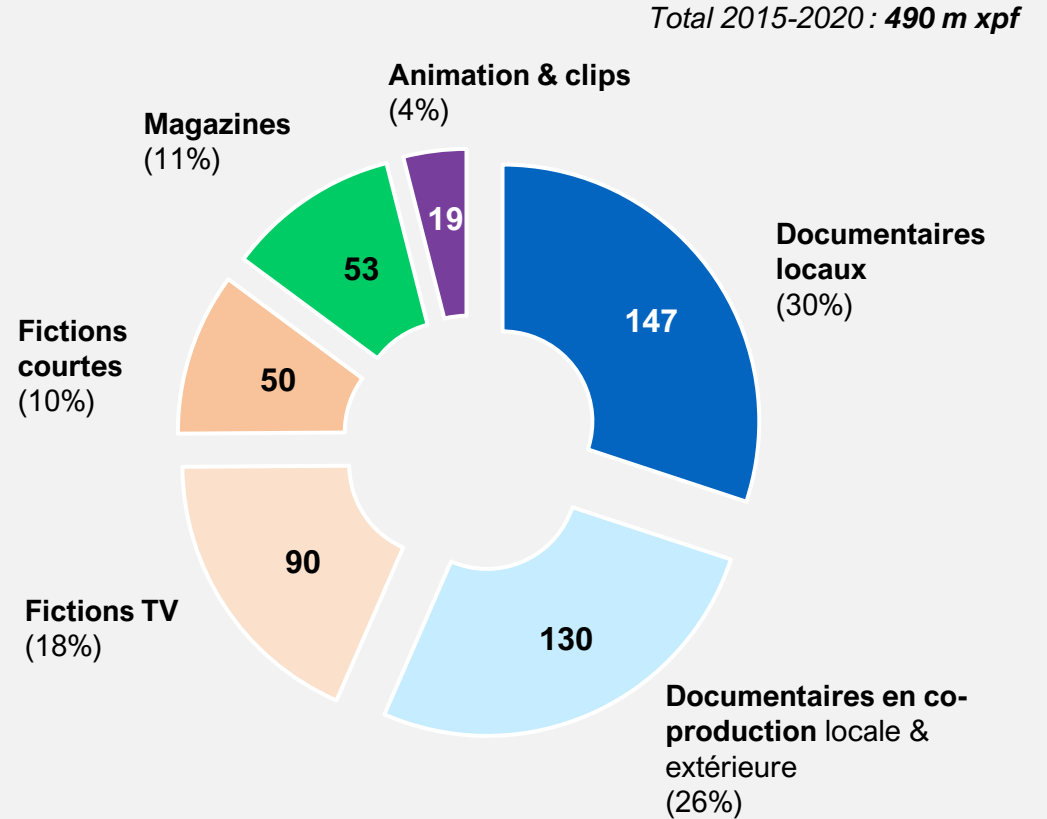


L'aide à la production représente les trois quarts de l'activité du SCA en projets et en montant d'aide

Nombre de projets aidés [période 2015-2020]

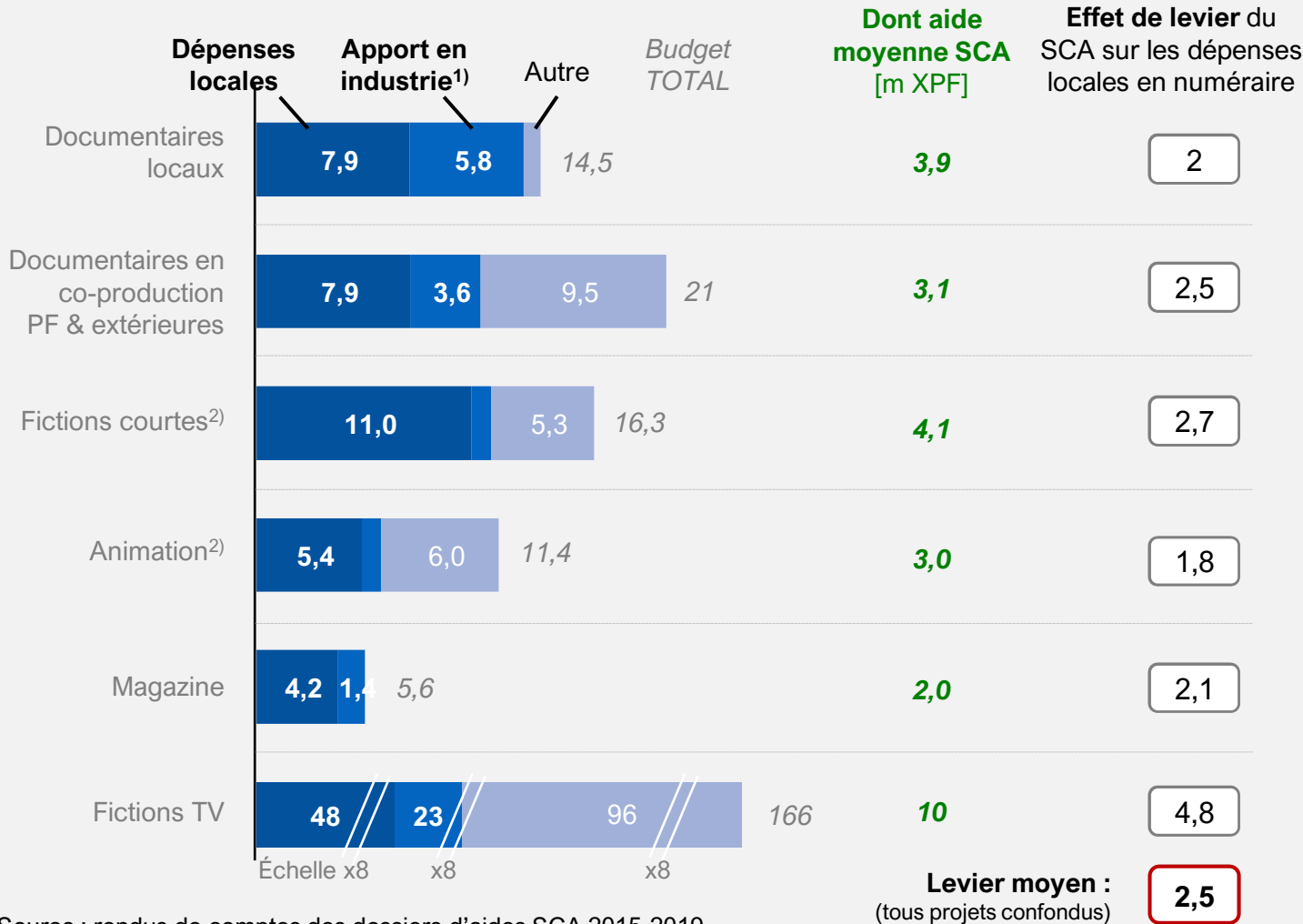


Répartition du montant d'aide à la production 2015-2020 [m XPF]



Le budget d'aide du SCA a un effet de levier moyen de 2,5 i.e. chaque Franc d'aide permet une dépense locale de 2,5 Francs

Budget moyen par type de projet aidé [m XPF, 2015-2019]



En 2021, le SCA devient SCCA

Principaux ajustements apportés :

- Engagement de diffusion étendus aux SMAD
- Eligibilité des œuvres cinématographiques
- Limitation du nombre de projets aidés à 4 par entreprise et par commission, et à 16 projets en-cours par entreprise
- Deux commissions par an minimum, sous réserve de disponibilités budgétaires

Source : arrêté n° 1016 CM du 11 juin 2021 portant application de la loi du pays n° 2021-20 du 30 avril 2021 portant création d'un soutien à la création cinématographique et audiovisuelle (SCCA)

Source : rendus de comptes des dossiers d'aides SCA 2015-2019

1) Apport en industrie : moyens techniques (matériel, techniciens, ...) mis à disposition par l'un des producteurs et valorisés dans leur apport de co-production

2) Apport en industrie non-précisé

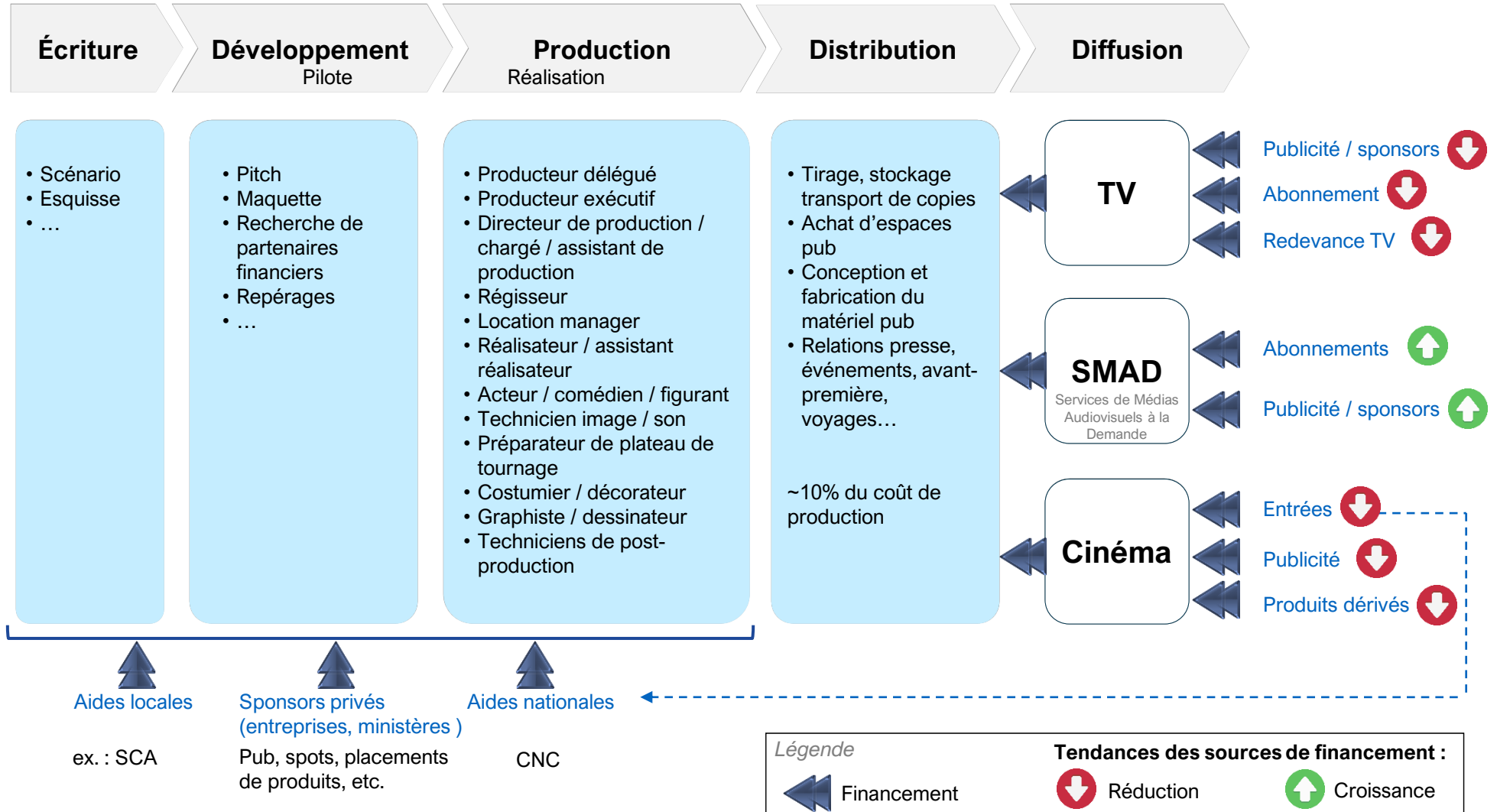
Source : DGEN bilan SCA, analyse AS & JB

Sommaire

1. Panorama de la filière audiovisuel polynésienne p. 3
- 2. Quel potentiel pour la filière ? p. 24**
3. Axes de développement et feuille de route p. 37

En France notamment, la tendance est à la baisse des sources traditionnelles de financement (TV et cinéma) au profit des nouveaux acteurs (SMAD)

Financement type de la chaîne de valeur audiovisuelle – France



Cette tendance se confirme au niveau mondial où de nouveaux géants de la diffusion apparaissent et se font producteurs de contenu

Explosion de la part de marché des SMAD

Nouveaux acteurs :



Acteurs traditionnels :



Concentration des acteurs audiovisuels traditionnels pour faire face aux acteurs internet et à leur baisse de revenus



- Le temps moyen par personne devant un écran de **TV linéaire a diminué de 4% en 5 ans en Europe, de 20%** dans les pays du Nord de l'Europe où la VOD est développée
- Pour la 1^{ère} fois, en juin 2020, le temps de visionnage **en streaming est devenu plus important qu'en TV linéaire (53%)** dans 5 pays d'Europe (FR, GB, SP, IT, GER)
- Les **abonnements aux plateformes de VOD explosent** : Disney+ a dépassé les 100 millions d'abonnés en 1 an d'existence, Netflix est à 193 Millions d'abonnés en juillet 2020 (+25 millions en 6 mois)
- La **SVOD (abonnement) représente 80% du marché de la VOD**, désormais quasi-saturé
- **L'AVOD (gratuit avec pub) devient de plus en plus important** et est en train d'exploser, en Europe notamment
- Les acteurs traditionnels lancent leurs **propres plateformes de VOD**: HBO Max, Salto, ...

- **Naissance de géants** par des fusions/acquisitions : AT&T + Discovery, M6 + TF1 (2021), Twenty Century Fox + Walt Disney Compagny (2019), CBS + Viacom
- Sur les 10 plus grands groupes audiovisuels, **seuls 4 sont de purs acteurs audiovisuels** (Walt Disney, ViacomCBS, Netflix, Vivendi). Les 6 autres sont soit des opérateurs de télécommunications (Comcast, AT&T, Charter Communications) soit des fabricants de matériel électronique (Apple, Sony, Microsoft).
- Depuis 2017, en France, **les investissements des chaînes TV dans la production de contenu ont diminué progressivement de 44%**, tandis que le coût moyen de production de films restait stable
- En 2021, les **revenus de la publicité en ligne représentaient 59%** du montant des revenus de la publicité en TV linéaire (12% en 2015)
- Les opérateurs TV ont récemment conclu des accords avec les opérateurs de TV payante (IPTV, câble), en vertu desquels **la publicité ciblée est désormais possible en TV linéaire**, en tirant parti des capacités des décodeurs et des données des consommateurs

La filière a les atouts nécessaires pour maintenir une activité significative principalement destinée au marché de la TV qui, au regard des tendances du secteur, est menacé



Forces

Une filière avec un socle solide :

- **Vivier de techniciens et producteurs** expérimentés couvrant l'essentiel des besoins de production jusqu'à présent
- **Matériel de tournage** de qualité détenu par les professionnels
- Fonds de soutien public qui constitue un moteur essentiel à la création locale (**SCA**)
- **2 diffuseurs TV locaux** permettant des engagements de diffusion

Des liens avec l'extérieur

- **Passerelles ponctuelles avec les filières audiovisuelles françaises et outre-mer** via des co-productions régulières, l'éligibilité du soutien du CNC, etc.
- **FIFO** comme vitrine de productions locales














Faiblesses

- **Bassin d'audience local réduit**, ce qui limite fortement les moyens financiers des productions
- Accès restreint à la **distribution et la diffusion hors territoire**
- **Exploitation des œuvres locales** généralement limitée à quelques diffusions sur les chaînes locales : pas de seconde vie, de multi-support etc.
- Pas de visibilité ni de garantie sur le montant des achats de productions par les **diffuseurs TV** locaux
- Pas de présence régulière auprès des **organismes de métropole** (CNC, diffuseurs) qui limite l'accès à l'actualité du secteur (changements de réglementation, opportunités, lobbying, partage de connaissance, etc.)

Par ailleurs, l'activité d'accueil de productions extérieures présente un réel potentiel au vu des demandes de contact de la part de producteurs pour 2021







Expression d'intérêt pour des tournages en 2021 – SÉLECTION

| Type de tournage |  Télé-réalité | Fiction Série | Télé-réalité | Film ciné [...] |
|--|---|---|---|---|
| Nationalité du producteur : |   |  |  |  |
| Année de tournage considérée  | 2020 + 2021 | 2021 | 2021 | 2021 |
| Nombre de jours de tournage  | 2 x 30 jours | 70 jours | 60 jours | n.c |
| Dépenses locales (ordre de grandeur)  | 1000 m XPF sur 2 saisons | 600-800 m XPF | 300 m XPF | 200 m XPF |
| Nombre de personnel local  | 200 prestataires et ~15 techniciens audiovisuels | n.c | 25 prestataires et techniciens | n.c |
| Autre | Fortes retombées médiatique pour la destination | ~ 100 techniciens et figurants | ~5000 nuitées, 300 A/R de vols internationaux | |









 Tournage réalisé

On observe une « guerre des incitatifs » chez nos voisins du Pacifique qui cherchent à attirer les grosses productions extérieures

Benchmark des incitations visant les productions extérieures – sélection

| | FIDJI  | HAWAÏ  | NOUVELLE-ZÉLANDE  | AUSTRALIE  | FRANCE métro.  | PF  |
|---|---|---|--|---|---|--|
| Type d'incitation | Crédit d'impôt | Crédit d'impôt | Subvention | Crédit d'impôt (location offset) + Subvention (location incentive) | Crédit d'impôt | ∅ |
| Taux | 75% | 20% à 25% <i>si tournage à Oahu</i> | 20% à 25% <i>si projet à retombées majeures</i> | 16,5% + 13,5% | 30% | Sauf accord bilatéral ponctuel |
| Critères requis : Dépenses locales (mini < maxi) | \$125k < \$15000k | \$200k < \$15000k | \$2900k (TV & autres) \$10800k (Cinéma) | \$1000k (TV) \$11500k (Cinéma) | >250 k€ | - |
| Test culturel | NON | OUI | OUI | NON | OUI | - |
| Contrat de diffusion | OUI | NON | OUI | NON | OUI | - |
| Dépenses éligibles | Locales + vols internationaux | Locales + vols internationaux | Locales + salaires des non-résidents (si >14j et comédiens exclus) | Locales + salaires des non-résidents (si >14j et comédiens exclus) | Locales + vols | - |
| Productions éligibles | Fictions, TV scénarisée, télé-réalité, pub | Fictions, TV scénarisée, télé-réalité, pub, docu, animation, webséries | Fictions, TV scénarisée, télé-réalité, docu, animation | Fictions, TV scénarisée, télé-réalité, docu, animation | Fictions TV & ciné, docu, animation | - |
| Autres incitations : Exonération de taxe pour les revenus des non-résidents | ✓ | ✗ | ✗ | n.c | ✗ | ✗ |
| Remboursement TVA | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ | ✗ <i>Sauf repérage</i> |
| Bureau d'accueil | FILM FIJI | Hawaii film office | New Zealand Film Commission | Ausfilm | Film France | ∅ |

Zoom : les mécanismes d'incitation fiscale et financière les plus usités en matière audiovisuelle

| Dénomination anglaise | | Dénomination française | Principe de fonctionnement | Exemples de dispositifs existants |
|--------------------------|-------------------------------------|--|--|---|
| Cash Rebate Grant | | Subvention Aide | Le bénéficiaire reçoit le montant s'il remplit les critères d'éligibilité, puis engage ses dépenses de production |  SCA  Fonds de Soutien Audiovisuel (CNC) |
| Tax Credit Tax Rebate | Refundable | Crédit d'impôt | Le bénéficiaire engage les dépenses éligibles, puis obtient une réduction d'impôt, pouvant donner lieu à un remboursement en cas de dépassement du montant d'impôt dû |  Fidji, soutien à l'audiovisuel  C2I – Crédit d'Impôts International (CNC) |
| | Non-transferable | Défiscalisation (investissement direct) | Le porteur de projet déduit de ses impôts dus une partie du montant investi dans le projet éligible à la défiscalisation |  RID ¹⁾ – Régime des Invest. Directs : tourisme, transport, environnement, etc. |
| | Transferable (tax shelter) | Défiscalisation (investissement indirect) | L'investisseur (qui n'est pas nécessairement le porteur de projet) déduit de ses impôts dus une partie du montant investi dans le projet éligible à la défiscalisation |  SOFICA ²⁾  RII ¹⁾ – Régime des Invest. Indirects : tourisme, transport, etc. |
| | Non-transferable, non-refundable | Réduction d'impôt | Le bénéficiaire engage les dépenses, puis obtient une réduction d'impôt appliquée à la partie éligible, dans la limite de l'impôt dû | |
| Tax exemption | | Exonération partielle ou totale | Le bénéficiaire est exonéré de l'impôt ou taxe (ex. TVA, droits de douane) s'il respecte les critères d'éligibilité |  Exonération de droits de douane pour le matériel informatique |

1) Audiovisuel aujourd'hui non éligible au régime des RID et RII - 2) SOFICA Sociétés de financement de l'industrie cinématographique et de l'audiovisuel

Au-delà de l'aspect économique, d'autres critères décisifs pour les producteurs sont activables pour attirer les productions extérieures

Critères prioritaires du point de vue du producteur extérieur

(source : entretiens avec des producteurs)

Positionnement comparatif de la Polynésie française



| | | | | |
|----|------------------------------------|---|--|---|
| #1 | Niveau d'incitation fiscale | <i>Y-a-t-il Incitation pérenne, clairement encadrée (et non pas à négocier au cas par cas)</i> | | - Pas de crédit d'impôt international ni exonération significative |
| #2 | Niveau de salaire local | <i>Quel est le niveau du salaire de référence (type SMIC) qui aura un impact sur le budget de tournage via les différents prestataires</i> | | |
| #3 | Capacité d'hébergement | <i>Un infrastructure hôtelière de capacité suffisante et abordable est-elle disponible à proximité du lieu de tournage ?</i> | | + Offre large à Tahiti & Bora... - ... mais restreinte ailleurs |
| #4 | Facilité logistique | <i>Le pays a-t-il un bureau d'accueil de tournage (« film office ») capable de jouer un rôle d'interlocuteur unique et de mise en relation et de faire gagner du temps de repérage et d'administratif ?</i> | | - Absence de bureau d'accueil, pas de studio de tournage |
| #5 | Professionnels mobilisables | <i>Le pays dispose-t-il de techniciens audiovisuels compétents, anglophones et facilement mobilisables via une réglementation du travail favorable ?</i> | | + Vivier de professionnels - Nombre limité, niveau d'anglais hétérogène, contrats de travail contraignants |
| #6 | Climat d'affaires | <i>Quel est le niveau de sécurité des biens et des personnes, l'attitude de la population à l'égard d'équipes étrangères, le soutien des pouvoirs publics aux projets économiques</i> | | + Sécurité et culture de l'accueil - En l'absence de mesure pérenne, soutien peu lisible et au cas par cas |

Légende : Critères indépendants des professionnels la filière

En synthèse, il manque à la filière certains éléments pour saisir le fort potentiel que représentent les productions extérieures



Forces

- Fort **potentiel narratif** de la Polynésie française avec une diversité de sujets et de paysages
- **Conditions de travail** et de **sécurité** de haut niveau : infrastructures d'hébergement, de santé, de télécommunications
- **Proximité avec les Etats-Unis** (vols directs quotidiens avec la Californie)
- Présence **d'équipes locales compétentes** et couvrant la plupart des besoins d'un tournage
- **Petits équipements** disponibles à la location (éclairage, télécommunications, batteries, ...)

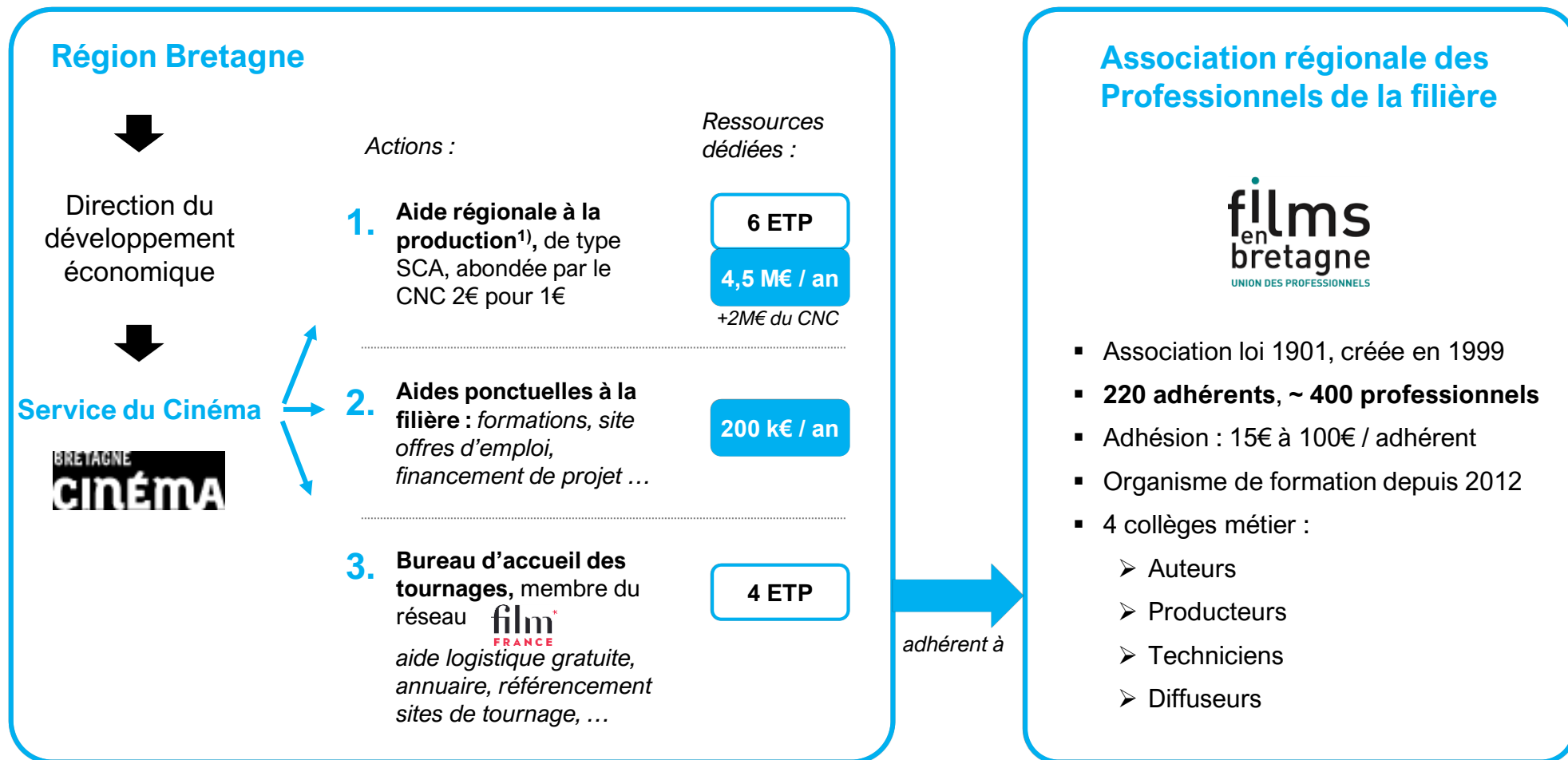


Faiblesses

- **Pas de mécanisme d'incitation fiscale** dédiés aux tournages de producteurs extérieurs, de type crédit d'impôt ou autre (sauf accord ponctuel bilatéral), dans un environnement très concurrentiel
- **Capacités d'hébergement** limitées en-dehors de Tahiti/Moorea/Bora-Bora
- Possibilités de **location de gros équipement de tournage** limitées (machinerie, éclairage, caméras)
- Pas **d'infrastructure de tournage fixe** (studio couvert, studio de post-production)
- Pas de **partenariat entre assureurs** étrangers (ex. américains) et locaux pour la couverture des tournages accueillis
- **Coût de la vie** élevé défavorable aux budgets de tournage – y-compris transport aérien
- Faible lisibilité des **conditions d'emploi** local (tarifs et contrats de travail hétérogènes et ad hoc)

En métropole, les régions sont un soutien majeur de leur filière audiovisuelle locale considérée comme vecteur de développement économique

Étude de cas Région Bretagne



1) FACCA = Fonds d'Aide à la Création Cinématographique et Audiovisuelle

En Polynésie Française, le Cluster Maritime est aujourd'hui un modèle d'organisation transverse de filière économique



Pourquoi un Cluster Maritime

- Pour la filière , une tutelle multiple pour la filière maritime : VP (économie bleue), ministère du logement (transport interinsulaire), ministère du tourisme (transport internationaux), ministère de la culture et de l'environnement, ...
- Pour le Pays, une absence de représentation des besoins du secteur privé
- Pour la filière, au niveau de l'Etat, une absence de représentant dans les instances métropolitaines

C'est quoi ?

- **Association loi 1901**, créée en 2014
- Réunit **tous les acteurs privés** de la filière
- **Force de proposition** sur des projets transversaux structurants en partenariat public-privé
- **Une vision commune** : développer l'économie bleue durable sur la plus grande ZEE Française

C'est qui ?

- **~60 membres** (administrations, associations, entreprises dans l'industrie, les services, ...) soit le double de 2014
- **1 CA** de 7 à 20 membres avec des partenaires: Marine nationale, MEDEF, CMF, CCISM, Etat, Pays, FrenchTech, ...
- Les membres sont **cooptés par le bureau** bénévole

Comment ça fonctionne ?

- **Budget de 3 à 4 M XPF** issu des cotisations des membres (prop. #salariés) et de forums pour 1 ETP (1 coordinateur, 1 secrétaire)
- **Réunions** du bureau 1x/mois, CA 2x/an, CA élargis réguliers, AG 1x/an
- **5 groupes de travail** thématiques en charge de projets (suivis via Workplace)

CMF : 430 entités pour 7 ETP, 1 CA de 30 administrateurs, cotisation de 1 000€ à 17 000 €/an



Quels résultats ?

- **Principal interlocuteur du Pays** qui intègre systématiquement le CMPF à ses réflexions
- Invitation aux **événements clés Pays-Eta-Pacifique** (visite ministre, CMF, CESC, ...)
- **Outils de développement** : plateforme emploi, annuaire, formations, observatoire de l'économie maritime, communication, ...

D'autres types d'organisation de filières du fenua fournissent un retour d'expérience

MONOÏ



Format : syndicat (1988) puis Groupement Interprofessionnel du Monoï de Tahiti (2004-2017), GIE (2019) de 4 producteurs + association « Cluster Tahiti Cosmetic »

Financement: taxe sur chaque litre de monoï vrac exporté, 100% reversé au GIMT (~40 M XPF en 2014)

Actions : appellation d'origine contrôlée, institut du monoï, la Route du Monoï®, flacon spécifique de 30 ml en plastique conforme à la réglementation du transport aérien, partenariat avec les acteurs du tourisme (=54% du marché en valeur), salons internationaux

VANILLE



Format : EPIC créé en 2003 + association interprofessionnelle en 2017

Financement: subvention d'exploitation de 190 M XPF dont 120 pour les salaires des 33 employés (chiffres 2017)

Actions : projet AOP depuis 2003, formation de préparateurs, contrôle qualité, développement ombrières, délibération mars 2021



À éviter

- Aucune entité juridique
- Décisions prises qui s'appliquent à tous, y compris les non-membres
- Division et concurrence entre les membres



Bonnes pratiques

- Veiller à la préservation des intérêts de la filière et de la Polynésie
- Contribution équitable des membres
- Définir les objectifs du Pays pour la filière
- Evaluer chaque année la performance du groupement



À éviter

- Efficacité relative : 50% des exportations = dépenses de l'EPIC
- Tenue des registres et administratif par les agriculteurs peu réaliste et donc non fiable
- Absence de consultation de l'ensemble des professionnels



Bonnes pratiques

- Fiabiliser les données (production, préparation, exportation)
- Prévoir un dispositif de contrôle adapté
- Faire profiter tous les acteurs des richesses créées
- Créer un partenariat étroit public/monde agricole

En synthèse, la filière audiovisuelle polynésienne a aujourd'hui l'opportunité de s'organiser de manière à réaliser son plein potentiel



Forces

- **Tissu de professionnels complet** (à peu près tous les métiers sont présents au sein de la filière)
- Des **projets phares** ponctuels (gros tournages) offrant une **visibilité régulière** dans les médias locaux
- **Formation continue** depuis 3 ans à l'UPF Journaliste et Reporters d'Images (DU de 110 heures)



Faiblesses

- **Caractère fragmenté de la filière** : 3 associations professionnelles distinctes
- **Pas de tutelle publique naturelle**, enjeux dispersés dans 4 ministères
- Pas de **reconnaissance du secteur audiovisuel** en tant que secteur économique : pas identifiable dans les statistiques ISPF ou CCISM, etc.
- Pas de **formation d'approfondissement** aux techniques audiovisuelles disponibles sur le territoire

Sommaire

1. Panorama de la filière audiovisuel polynésienne p. 3
2. Quel potentiel pour la filière ? p. 24
- 3. Axes de développement et feuille de route p. 37**

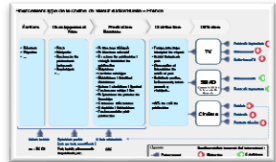
Afin de réaliser le potentiel avéré de la filière audiovisuelle, la réflexion a été menée autour de 3 axes majeurs de développement

L'état des lieux ainsi que l'analyse critique de la filière polynésienne ont permis de valider son potentiel, de décrire les facteurs de succès...

... et d'alimenter la réflexion sur ses 3 axes de développement



> **Panorama de la filière**



> **Tendances internationales du secteur audiovisuel**



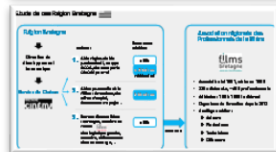
> **Bilan comparatif de la filière actuelle : forces et faiblesses**



> **Entretien avec des producteurs extérieurs & expressions d'intérêt**



> **Benchmark des incitations fiscales aux tournages dans le Pacifique**



> **Etudes de cas d'organisation de filière (Polynésie et métropole)**



A Prod. & co-prod. locales

Créer les conditions pour davantage de productions et co-productions locales

B Productions extérieures

Augmenter le nombre de productions extérieures sur le fenua

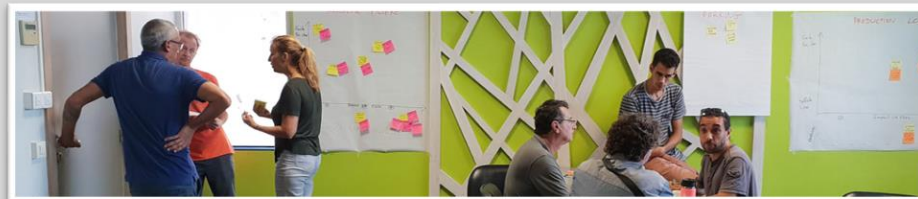
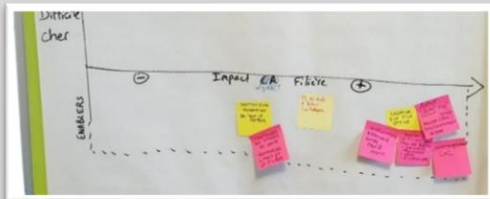
C Transverse filière

Structurer et professionnaliser la filière pour l'efficacité de son activité

Pour en maximiser l'efficacité, les actions ont été élaborées au sein d'un cadre bien défini

Principes de travail des ateliers de réflexion – mai 2021

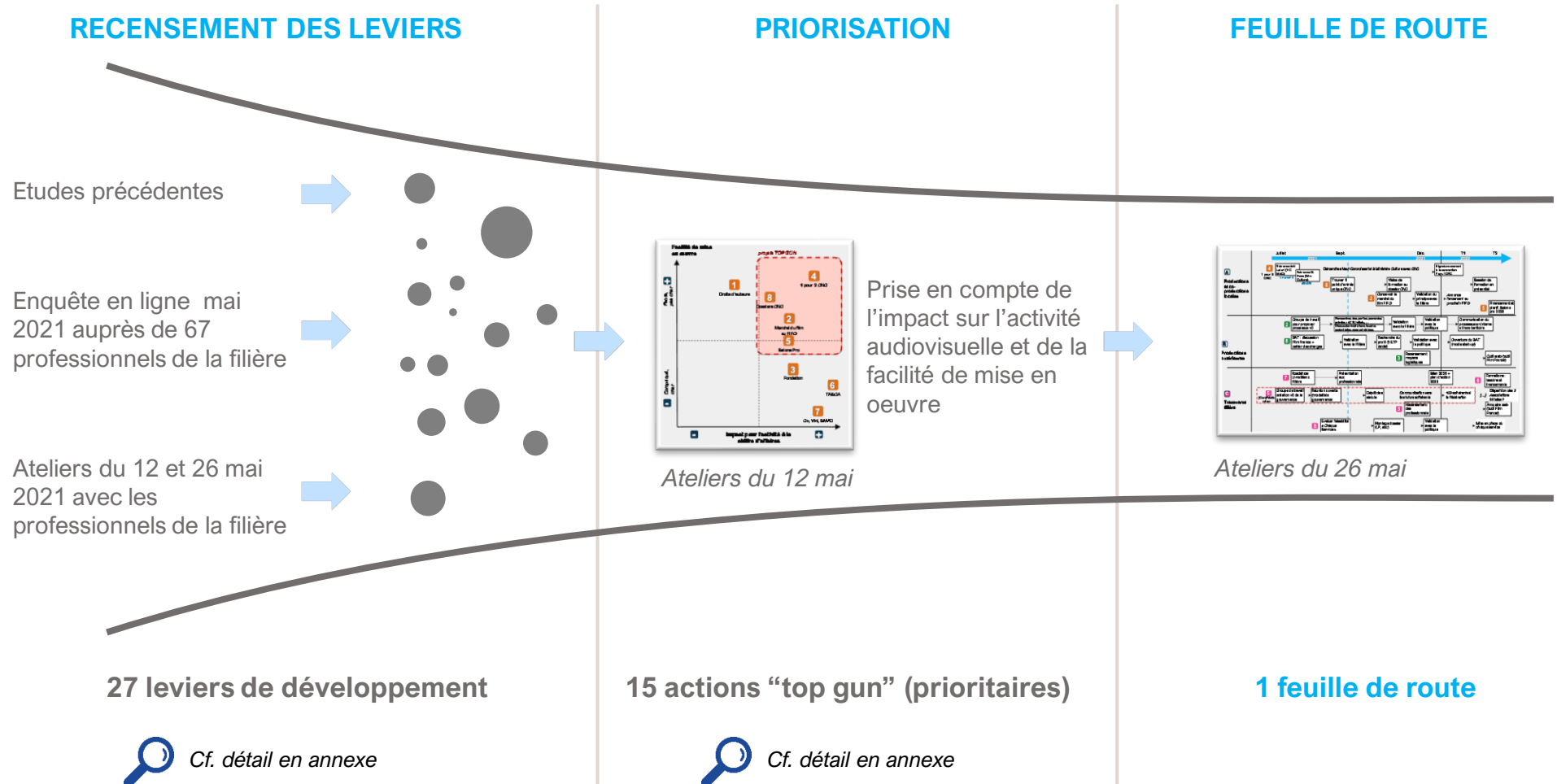
- ✓ **Réflexion ouverte à tous les professionnels**, adhérents aux associations professionnelles existantes ou non
- ✓ **Démarche de filière** : penser « filière » et non pas « individu »
- ✓ Privilégier les **propositions concrètes** (pas de vœu pieux) dans une logique de **simplicité et de réalisme**
- ✓ La filière doit avoir un **pouvoir d'action** sur la recommandation qui ne peuvent pas dépendre que de tierces parties
- ✓ Critère d'**impact économique** pris en compte dans la priorisation des recommandations (principe de réalité)



Atelier du 12 et 26 mai 2021 avec les professionnels de la filière ayant mobilisé 19 participants différents

Après le recensement d'idées, les travaux avec les professionnels ont permis de prioriser puis de concrétiser les actions phares dans une feuille de route

Méthode d'élaboration de la feuille de route de la filière



Synthèse des leviers prioritaires (« top gun »)



Cf. liste exhaustive des actions en annexe

A

Créer les conditions pour davantage de prod. et co-prod. locales

- 4 Abondement CNC à l'enveloppe du SCA (règle 1 pour 2 en vigueur dans les régions françaises)
- 2 Marché du film à l'occasion du FIFO (rencontres avec producteurs extérieurs pour attirer de futures co-prod.)
- 5 Présence collective sur les salons étrangers (mise en visibilité des capacités de production et d'accueil)
- 8 Accompagnement du CNC pour la constitution de dossiers d'aide (faire venir 1 expert par an)

B

Augmenter le nombre de productions extérieures sur le fenua

- 2 Définir un **processus de négo ad hoc tripartite** Prod / filière / Territoire (y-c ATN, AT, hôtels...) en attendant la mise en œuvre d'un cadre incitatif fixe – ex. : commission ad hoc
- 7 Bureau d'accueil pour établir un point de contact et une aide logistique aux productions extérieures
- 3 **Annuaire logistique** des moyens mobilisables pour un tournage (communes, sociétés de prod, etc.)
- 8 Bureau d'accueil intégré au **réseau Film France**

C

Structurer et professionnaliser la filière pour l'efficacité de son activité

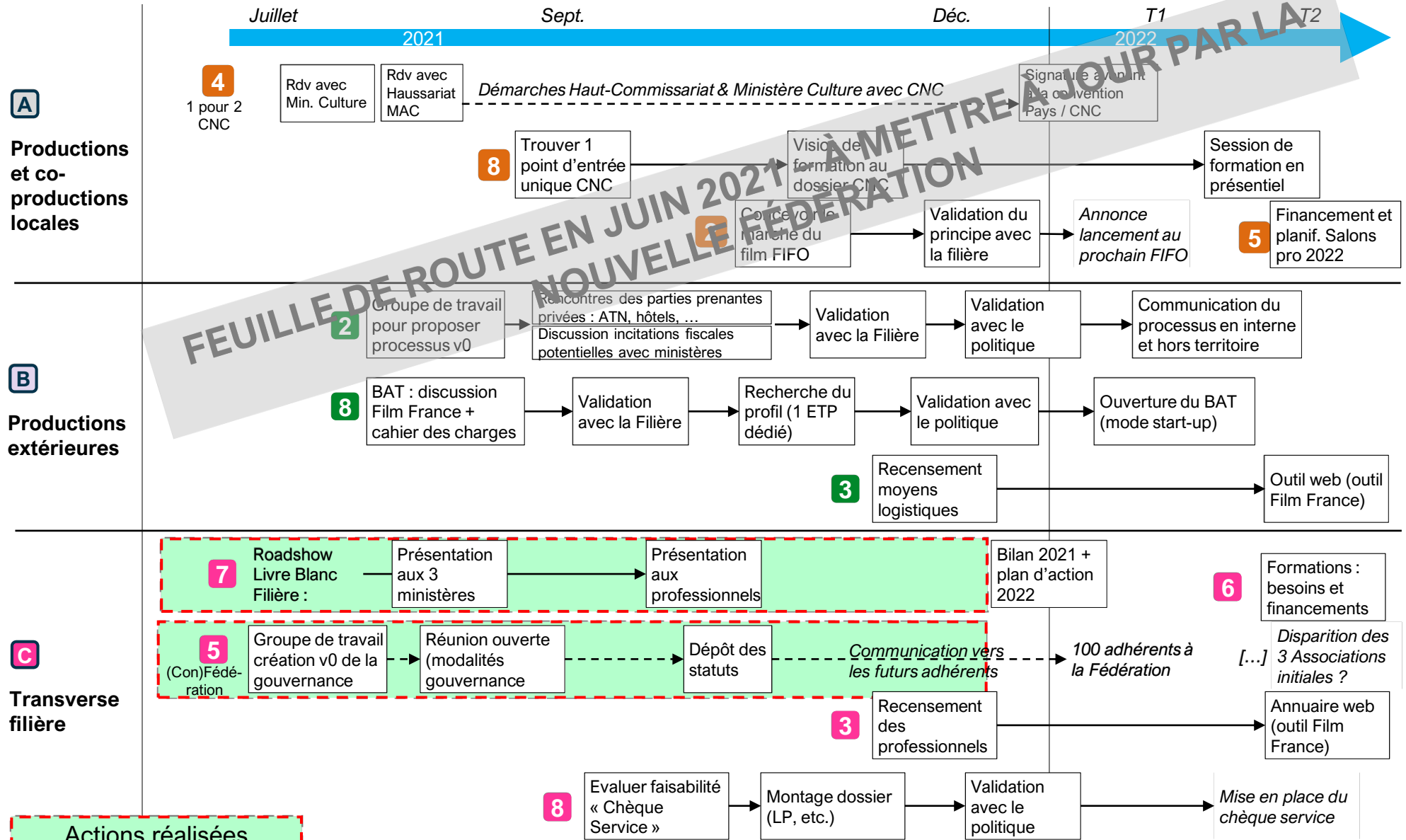
Relation avec les parties prenantes publiques et mise en visibilité :

- 5 **Création d'une fédération rassemblant l'ensemble de la filière pour parler d'une même voix**
- 9 Création d'un film office en soutien transverse de la filière
- 11 Avoir une gouvernance transverse pérenne au niveau public : soit un ministère, soit une commission, soit une direction transverse – ou se structurer de manière à peser en tant que filière vis-à-vis des parties prenantes
- 7 Rapport annuel de la filière pour mettre en avant son importance et ses retombées vis-à-vis des parties prenantes
 - Inclure une question dans la fiche statistique remplie à l'arrivée des non-résidents : « comment avez-vous entendu parler de la Polynésie » pour montrer les retombées médiatiques de la filière

Soutien logistique aux professionnels :

- 3 **Annuaire des professionnels**
- 6 Proposer des **formations financées** en local voire master class (mobiliser le Fonds Pacifique, FPG, ...)
- 8 Système de rémunération ponctuelle simple et incitatif à l'emploi local (ex. chèque service aux particuliers)
 - Recueil des dispositifs, démarches, contacts utiles pour les professionnels
 - Souder le réseau pro : événements réguliers pour faire se rencontrer les acteurs de la filière

La feuille de route débute par la création d'une fédération qui prendra en charge les actions de développement en lien avec les parties prenantes



Suite à la présente étude, la Fédération Polynésienne de l'Audiovisuel et du Cinéma a été constituée le 9 novembre 2021



Élection du bureau le 9 novembre 2021



Bureau 2021-2022 de la Fédération :

Claire SCHWOB : présidente

Denis PINSON : vice-président

Laurent BRISSONNAUD : secrétaire

Corine POUPLARD : trésorière

contactsfpac@gmail.com



Prochaines étapes

- | | | | |
|----------|---|-----------------|-------------------------------|
| 1 | Préparation des statuts de la Fédération | ✓ | <i>Juillet-Septembre 2021</i> |
| 2 | Présentation de l'étude filière aux commanditaires et parties prenantes | ✓ | <i>Juin-Juillet 2021</i> |
| 3 | Présentation de l'étude aux professionnels de la filière et première communication sur la Fédération | ✓ | <i>Décembre 2021</i> |
| 4 | Dépôt des statuts de la Fédération et campagne d'adhésion, | <i>En cours</i> | <i>Décembre 2021</i> |
| 5 | Lancement des groupes de travail pour mener les actions de la feuille de route | | <i>Janvier 2022</i> |

✓ *Action réalisée à date de début décembre 2021*

Etude réalisée pour :



Avec le soutien de :



AS & JB

Anne-Sophie Lefeuvre



Jean-Baptiste Dupont



BP 40680 , 98713 Papeete

RCS Papeete TPI 20 53 A – N° TAHITI D56599

annesophie.lefeuvre@gmail.com

+689 89 54 99 29

jb.dupont@gmail.com

+689 89 54 99 39