

# La Contribution Économique des Industries Culturelles et Créatives au Liban

Des statistiques culturelles au service  
du développement économique

Étude préparée par  
L'Institut des Finances Basil Fuleihan

25 معهد باسل فليحان  
المالي والاقتصادي  
Institut des Finances Basil Fuleihan



Beyrouth, Liban - Octobre 2020

Avec le soutien de



# La Contribution Économique des Industries Culturelles et Créatives au Liban

Des statistiques culturelles au service  
du développement économique

Étude préparée par  
L'Institut des Finances Basil Fuleihan



Beyrouth, Liban - Octobre 2020

Avec le soutien de



# Remerciements

L'étude sur **La Contribution Économique des Industries Culturelles et Créatives au Liban : des statistiques culturelles au service du développement économique** est le résultat de la collaboration étroite et de la confiance qui lie l'Institut des Finances Basil Fuleihan à l'Ambassade de France au Liban, l'Institut français du Liban et l'Agence française de Développement.

Elle est également le fruit du travail exceptionnel des experts Mahassen Ajam, chercheuse et consultante en management et marketing stratégique et Nizar Hariri, professeur associé à la faculté de sciences économiques et directeur de l'Observatoire Universitaire de la Réalité Socio-Economique (OURSE) de l'Université Saint-Joseph.

L'étude, accomplie dans le contexte des immenses défis que connaît notre pays, a affirmé le rôle que peuvent jouer les ICC en tant que vecteurs de développement économique et garants de l'identité nationale. Elle a également permis l'élaboration des grandes lignes d'une politique publique en faveur des ICC, un objectif ambitieux qui reste à atteindre.

Je tiens à exprimer ma sincère gratitude à Rola Mounla Darwish, directrice du projet et du département des relations externes de l'Institut des Finances Basil Fuleihan, pour ses commentaires perspicaces, son suivi quotidien méticuleux et sa gestion minutieuse malgré tous les obstacles rencontrés au cours du projet.

J'exprime également mes remerciements sincères aux personnes qui ont contribué à ce projet et qui ont facilité l'accès aux données et aux références clés, notamment :

- La direction générale des Finances
- La direction générale des Douanes
- Lynn Tehini, ancienne Conseillère au ministère de la Culture
- Redha Hamdan, Consultant senior et Directeur adjoint, Consultation and Research Institute
- Myriam Nasr Shuman, Directrice de l'Agenda culturel

Et aux assistant(e)s et stagiaires :

- Patrick Abou Samara
- Sami Erchoff
- Hoda Kerbage Nemer
- Benoît Luczak
- Vanessa Rizkallah
- Farah Salameh
- Jad Yassin

Finalement, je suis reconnaissante pour la générosité et l'expertise des membres de l'équipe de l'Institut des Finances Basil Fuleihan qui ont participé et aidé au perfectionnement de cette étude et à toutes celles et ceux qui n'ont pas été mentionnés ici, mais qui ont contribué pleinement à son succès.

Les efforts de toutes et tous ont permis à ce travail de rester sur la bonne voie malgré les énormes défis que notre pays a vécus depuis octobre 2019 et surtout après l'explosion du 4 août 2020 du port de Beyrouth, une explosion qui a profondément endommagé notre Institut et bouleversé nos vies.

Lamia MOUBAYED BISSAT

# Préface de l'Institut des Finances Basil Fuleihan

La culture et la création artistique sont la richesse et le cœur battant de notre société. Elles servent à l'épanouissement et à l'intégration sociale et culturelle des citoyens libanais et enrichissent le lien social. Aussi, la culture et le patrimoine permettent de préserver l'identité nationale et la mémoire collective. Ils renforcent l'attractivité du Liban à l'international par le dynamisme de sa scène artistique.

Sur le plan économique, de nombreux rapports et études publiés par l'UNESCO, UNIDO, l'Union Européenne, l'Agence française de Développement, Ernst and Young et France créative ont établi que les Industries Culturelles et Créatives (ICC) apportent une forte valeur ajoutée et créent des emplois directs et indirects. Elles présentent un énorme potentiel de croissance économique et contribuent à équilibrer la balance commerciale dans les pays en voie de développement.

Selon ces mêmes études, le développement de ces industries génère un effet multiplicateur à l'échelle de l'économie réelle, avec des incidences positives sur l'ensemble des secteurs. Elles soulignent également l'impact positif des ICC sur la cohésion sociale, mais aussi sur l'autonomisation des femmes. En cela, elles sont résolument ancrées dans les Objectifs de Développement Durable, établis par les Nations Unies à l'horizon 2030. Promouvoir les ICC, c'est donc agir en faveur de l'éducation, l'égalité homme-femme, la citoyenneté et la bonne gouvernance, thématiques érigées comme priorités du développement. Ainsi, une action publique en leur faveur serait apte à accélérer la réalisation de ces objectifs, et à construire une société plus inclusive et équitable.

L'Institut des Finances Basil Fuleihan - ministère des Finances du Liban, s'est donc embarqué, avec le soutien de l'Ambassade de France au Liban, l'Institut français du Liban et de l'Agence française de Développement (AFD), dans cette étude qui porte sur le potentiel économique des ICC ; travail conduit en continuité avec les études menées auparavant par l'Agenda culturel en 2016, ou encore l'Université américaine de Beyrouth en 2007.

Cette initiative part d'une conviction, celle que ces industries méritent d'être accompagnées par des politiques publiques adaptées à leur spécificité, leur réalité et leurs besoins spécifiques. En effet, les institutions culturelles et créatives libanaises, à la fois diverses et singulières, pionnières et traditionnelles, mariant savoir-faire artisanal et innovation, représentent environ 5% du PIB national, soit 1 milliard de USD et emploient à elles seules, environ 100,000 personnes, soit 5,8% de la population active.

Ce secteur prometteur mérite donc la plus grande attention des décideurs politiques, des bailleurs et des acteurs de l'aide au développement. Il mérite également d'être épaulé par les outils de financement adéquats et la mise en place d'un environnement favorable pour la création, la production et la distribution d'activités, de biens et de services culturels et par un système de gouvernance efficace du domaine culturel et artistique. Enfin, il est impératif de monter une base de données nationale sur les ICC, tant le manque d'information sur le secteur entrave la construction de politiques publiques basées sur l'expertise et la connaissance du terrain.

Il est utile de noter que cette étude a été menée entre octobre 2019 et octobre 2020, période durant laquelle le Liban a été mis à rude épreuve, en proie à une crise financière, économique et sociale d'une ampleur inédite, exacerbée par les répercussions de la guerre en Syrie, la pandémie de la Covid-19 et le drame humanitaire provoqué par l'explosion du port de Beyrouth le 4 août 2020. À cause de ces crises successives et multiformes,

Le Liban fait aujourd'hui face à une dette publique de près de 180% du PIB, à une crise de liquidités doublée d'une dépréciation de la monnaie nationale, d'un contrôle non réglementé des capitaux et d'une hyperinflation, qui touchent l'ensemble du tissu socio-économique libanais. Ces conditions laissent présager une contraction économique de plus de 25% pour 2020 qui ferait basculer plus de 52% de la population libanaise dans la pauvreté.

La double explosion du 4 août 2020, quant à elle, a très gravement impacté le secteur de la culture et de la créativité et a endommagé de manière dramatique les quartiers les plus anciens de Beyrouth où sont localisés un très grand nombre de biens patrimoniaux et d'industries culturelles et créatives. Le constat de l'évaluation rapide des dommages et des besoins, conduite par le Groupe de la Banque mondiale, en collaboration avec l'ONU et l'UE a estimé les dommages du secteur entre 1 et 1.2 milliard de USD, et les pertes aux alentours de 400 à 490 millions de USD.

Les répercussions de ce drame, sur un secteur déjà en proie à de grosses difficultés, ont entraîné un exode définitif des acteurs et des talents. Cette catastrophe a accentué le besoin de cartographier avec précision le secteur des ICC et ses acteurs, afin de remédier à l'exode massif des talents qui risque de mettre en péril le tissu socioculturel libanais. Il s'agit ainsi de réhabiliter à la fois le patrimoine bâti, mais aussi le patrimoine vivant, une industrie culturelle qui contient à la fois les traditions du passé et les pratiques innovantes du présent.

Cette conjoncture alarmante a eu des effets dévastateurs sur les ICC. Elle menace aujourd'hui la viabilité de nombreuses entreprises reliées à celles-ci, déjà pénalisées par des conditions socio-économiques défavorables, une faiblesse du niveau de vie, une fiscalité pénalisante, un déficit d'infrastructures et une insuffisance du réseau d'enseignement et de professionnalisation artistique. Cependant, elle constitue une opportunité d'impulser un changement radical d'orientation au niveau national, à condition que des mesures de sauvetage soient mises en œuvre pour consolider la pérennité du secteur et guider la transition vers un nouveau modèle plus performant et durable.

Nous nous trouvons donc aujourd'hui à la croisée des chemins, qui nous amène à repenser le modèle économique du Liban, à refonder l'action publique et à reconsidérer la politique créative et culturelle, pour qu'elle soit en cohérence avec ses besoins et son potentiel. Ce travail de résistance culturelle et intellectuelle vise à faire de la culture une fierté nationale dans le cadre d'un nouveau contrat social; une tâche immense, pour laquelle il faut une ambition, des moyens, et des hommes et des femmes.

Dans cette optique, le soutien aux industries créatives et culturelles est une composante centrale et essentielle d'une stratégie de relance économique et de stabilisation sociale, bien qu'il soit considéré comme secondaire par les pouvoirs publics en temps d'austérité. Au contraire, en catalysant ce secteur au potentiel fort au profit d'une économie inclusive, l'action publique peut insuffler une nouvelle dynamique de croissance durable et équitable et régénérer le lien entre l'État et le Citoyen.

Lamia MOUBAYED BISSAT  
Présidente de l'Institut des Finances Basil Fuleihan

# Préface de L'Ambassade de France au Liban

## « S'unir pour l'avenir de la culture au Liban »

Nourrie d'une diversité qui la rend unique, la culture au Liban est un espace commun et partagé, puissant vecteur de cohésion sociale, terreau de la liberté d'expression, lieu de rencontre des altérités, une force de progrès et de paix appelée à irriguer toutes les couches de la société. Au cœur de ce mouvement, les innombrables talents dont le Liban regorge font la richesse du pays et lui confèrent une renommée internationale.

Au carrefour de l'art, du monde de l'entreprise et de la technologie, moteur de l'innovation et facteur de développement durable, les industries culturelles et créatives (ICC) libanaises sont aussi un atout économique essentiel pour le développement du Liban et de ses territoires. Pour autant, leur contribution à l'économie libanaise et à l'emploi est encore mal connue, alors même que les ICC représentent dans le monde entier une filière économique à part entière. Alors que les multiples crises que traverse le Liban n'ont pas épargné la culture, le potentiel et le poids économique du secteur culturel, avérés par cette étude, plaident pour sa nécessaire prise en compte dans les futurs plans de relance qui seront mis en œuvre. « Reconstruire » la culture, tel est l'enjeu aujourd'hui au Liban, car une société sans culture est une société sans avenir.

Aux côtés du Liban, la France s'est toujours attachée au renforcement des liens culturels bilatéraux, qui sont le creuset d'une relation d'exception. Encore récemment, dans le cadre de l'aide d'urgence au Liban annoncée par le Chef de l'État en septembre 2020, nous nous sommes mobilisés pour apporter un soutien au secteur créatif, convaincus de son importance primordiale au sein de la société et du changement auquel il contribue. C'est ce même esprit qui nous a conduits dès 2018 à soutenir la réflexion initiée par les acteurs culturels libanais, en lançant une étude sur les industries culturelles et créatives au Liban pour mieux mesurer leur apport à l'économie libanaise. Confiée à l'Institut des Finances Basil Fuleihan et financée en partenariat avec l'Agence française de Développement, cette étude présente pour la première fois l'ensemble de la valeur et des richesses créées par la culture au Liban. En dépassant l'hétérogénéité qui caractérise le secteur, elle amorce ainsi une démarche fédératrice pour identifier les défis communs et les recommandations qui forment le préalable à la structuration d'une filière unique et à la définition d'une politique publique en faveur des industries culturelles et créatives.

Je tiens à adresser mes plus vifs remerciements à l'Institut des Finances Basil Fuleihan ainsi qu'à l'ensemble des experts engagés dans la réussite de cette étude, fruit d'un travail remarquable mené dans des conditions difficiles pour collecter des données en l'absence de statistiques, et qui constituera sans nul doute un document de référence. Je forme le vœu que cette étude vienne inspirer la réflexion, les décisions et les actions des décideurs politiques, des acteurs culturels, mais aussi des bailleurs de fonds et des investisseurs.

En effet, loin de représenter une fin en soi, cette étude constitue le prélude au dialogue qui doit désormais s'ouvrir au sein des différents secteurs culturels, avec les pouvoirs publics, le secteur privé et tous ceux qui croient aux enjeux économiques et sociétaux portés par les ICC libanaises. Plus que jamais, le temps est venu de s'unir pour l'avenir de la culture au Liban.

Anne GRILLO  
Ambassadrice de France au Liban

# Table des matières

-Liste des figures	8
Liste des tableaux	9
Liste des acronymes	11
Liste des encadrés	12
<b>Résumé exécutif</b>	<b>13</b>
<b>Introduction</b>	<b>26</b>
Partenariat	29
Objectifs	29
Méthodologie	30
Contraintes et limitations	31
Définitions et classifications des ICC	32
<b>Panorama économique des ICC</b>	<b>36</b>
Principaux indicateurs de l'économie libanaise	37
Principaux indicateurs des ICC avant 2015	39
Évolution économique des ICC entre 2016 et 2019	41
<b>Cadre règlementaire et principaux acteurs</b>	<b>48</b>
Les principaux acteurs institutionnels	49
Le cadre législatif général	52
Corpus des lois et décrets relatifs aux ICC : caisse mutuelle, statut de l'artiste et censure	53
<b>Panorama général des arts du spectacle et focus sur le théâtre et les festivals</b>	<b>57</b>
Morphologie des ADS	58
Les principaux acteurs des ADS	60
Formation et emploi	61
Évolution des chiffres d'affaires des ADS entre 2016 et 2019	62
Financement et fiscalité dans le secteur des ADS	63
Focus sur le théâtre	64
Le théâtre informel	66
Revenus et fiscalité des théâtres au Liban	68
Focus sur les festivals	70
Au-delà de la question économique : les défis des arts du spectacles vus par les artistes et les opérateurs culturels	73
Analyse SWOT des ADS	75
Recommandations pour les ADS	76
<b>Panorama du secteur du design et focus sur la joaillerie et la mode</b>	<b>78</b>
Morphologie du secteur du design	79
Formation et emplois dans le secteur du design	80
Contribution économique du secteur du design	81

Focus sur la joaillerie : morphologie du secteur de la joaillerie et des bijoux	81
Structuration professionnelle et principaux acteurs de la joaillerie au Liban	82
Les déterminants de la demande de bijoux au Liban	85
Les déterminants de l'offre de bijoux au Liban	87
Poids économique et potentiel exportateur de la joaillerie	89
Le marché local de la bijouterie et ses niches	93
Financements et fiscalité du secteur de la joaillerie : étude de cas fiscale	94
Analyse SWOT de la joaillerie	95
Recommandations ascendantes	97
Focus sur le secteur du textile, de la mode et du stylisme : Morphologie et principaux acteurs	98
Contribution économique du secteur du textile	99
Une balance commerciale de l'habillement déficitaire	101
Un focus sur la haute-couture	102
Les autres sous-secteurs du design : meubles, accessoires de mode, parfums	103
Analyse SWOT de la mode	105
Recommandations ascendantes	106
<b>Panorama général de l'audiovisuel et focus sur le cinéma</b>	<b>107</b>
L'audiovisuel avant 2015	108
Focus sur le cinéma au Liban : Production, circuits et admissions	110
Contribution économique et potentiel exportateur du cinéma libanais	114
Les rapport entre le cinéma et les autres sous-secteurs de l'audiovisuel	116
Le financement du cinéma : un modèle de financement à chaque fois unique	117
La fiscalité dans le secteur du cinéma	120
Défis majeurs et analyse SWOT	120
Recommandations	123
<b>Audiovisuel et médias numériques : Les secteurs émergents des jeux vidéo et de streaming de musique</b>	<b>126</b>
Morphologie des TIC, structuration professionnelle et principaux acteurs	128
Taxation et financement des start-ups technologiques	130
Le rôle des TIC dans la baisse des inégalités et la défense de la diversité culturelle	131
Focus sur les jeux vidéo	133
Les principaux acteurs de la scène des jeux vidéo au Liban	134
Défis pré et post-crise de la création de jeux vidéo	136
Focus sur le streaming musical	138
Le streaming de VOD	142
État des lieux du streaming musical au Liban	142
Le rôle des syndicats	143
Le positionnement des artistes et musiciens libanais par rapport au streaming	144
Contraintes et défis de la chanson libanaise	145
Les avantages de départ de la musique libanaise	147
Recommandations ascendantes pour le streaming musical	150
<b>Recommandations transversales et pistes d'action</b>	<b>152</b>
<b>Conclusion générale</b>	<b>159</b>
<b>Bibliographie</b>	<b>164</b>
<b>Annexes</b>	<b>169</b>
<b>A propos de l'Institut des Finances Basil Fuleihan</b>	<b>199</b>
<b>Droits d'auteur</b>	<b>199</b>

# Liste des figures

<b>Figure 1</b>	Taux de croissance et revenus des ICC entre 2017 et 2019	17
<b>Figure 2</b>	Classification des ICC de base selon l'UNESCO	33
<b>Figure 3</b>	Comparaison des définitions des ICC	34
<b>Figure 4</b>	Évolution de la composition du secteur des ICC de 2016 à 2019	43
<b>Figure 5</b>	Coopération intersectorielle du mécénat et sponsoring	51
<b>Figure 6</b>	Classification des Pubs selon le ministère du Tourisme	59
<b>Figure 7</b>	Classification des Clubs selon le ministère du Tourisme	59
<b>Figure 8</b>	Évolution du chiffre d'affaires des ADS entre 2016 et 2019 (en USD)	63
<b>Figure 9</b>	Analyse SWOT des ADS	75
<b>Figure 10</b>	Analyse SWOT de la joaillerie	95
<b>Figure 11</b>	Part de l'habillement dans les exports créatifs	103
<b>Figure 12</b>	Analyse SWOT de la mode et de la haute couture	105
<b>Figure 13</b>	Analyse SWOT du secteur du cinéma	122
<b>Figure 14</b>	Évolution de la situation des professionnels selon l'enquête sur l'impact de la Covid-19	175
<b>Figure 15</b>	Facteurs déterminants pour la reprise des activités post Covid-19	176

# Liste des tableaux

<b>Tableau 1</b>	Évolution de la contribution des ICC (en USD) selon notre classification entre 2016-2019	16
<b>Tableau 2</b>	Statistiques culturelles au Liban en 2017 selon la classification de l'UNESCO	16
<b>Tableau 3</b>	Répartition du PIB par secteur des ICC en 2007 [AUB, 2007]	39
<b>Tableau 4</b>	Chiffres d'affaires des sous-secteurs créatifs [AUB, 2007]	40
<b>Tableau 5</b>	Répartition du nombre d'entreprises des ICC de base selon les secteurs avant 2015	40
<b>Tableau 6</b>	Évolution des exportations des produits (les biens à l'exception des services) ICC de 2005 à 2014 (millions de USD) [UNCTAD, 2019]	41
<b>Tableau 7</b>	Composition et évolution des revenus des ICC au Liban selon la classification de l'UNESCO	42
<b>Tableau 8</b>	Principaux indicateurs de la population active en 2018 (milliers de personnes)	44
<b>Tableau 9</b>	Population active potentiellement employée dans les ICC (milliers de personnes)	44
<b>Tableau 10</b>	Le nombre d'emplois créatifs par type de secteur en 2007	45
<b>Tableau 11</b>	Répartition des emplois créatifs par sous-secteur en 2007	45
<b>Tableau 12</b>	Évolution des importations et des exportations des ICC de 2016 à 2019 (milliers de USD)	46
<b>Tableau 13</b>	Évolution du budget du ministère de la Culture de 2015 à 2019 (millions de USD)	49
<b>Tableau 14</b>	Structure du budget du ministère de la Culture en 2019 (millions de USD)	49
<b>Tableau 15</b>	Nombre de contribuables dans les secteurs des ADS, arts visuels et patrimoine	58
<b>Tableau 16</b>	Évolution du chiffre d'affaires des ADS (USD)	62
<b>Tableau 17</b>	Chiffre d'affaires annuel des tops 5 du secteur des ADS en 2018	63
<b>Tableau 18</b>	Chiffre d'affaires annuel cumulé des tops 5 du secteur des ADS en 2018	64
<b>Tableau 19</b>	Chiffres d'affaires des tops 5 du sous-secteur du théâtre et festivals	69
<b>Tableau 20</b>	Étude de cas de fiscalité d'un théâtre en 2018	69
<b>Tableau 21</b>	Évolution du chiffre d'affaires des festivals de 2016 à 2019 (USD)	71
<b>Tableau 22</b>	Étude de cas de fiscalité d'un festival	72
<b>Tableau 23</b>	Répartition des entreprises par sous-secteur d'activité	83
<b>Tableau 24</b>	Répartition des 102 entreprises de design de bijoux par type d'activité en 2019	83
<b>Tableau 25</b>	Évolution de la balance commerciale des bijoux de 2011 à 2020 (milliers de USD)	90
<b>Tableau 26</b>	Répartition de l'import-export de bijoux et joaillerie en 2019	90
<b>Tableau 27</b>	Répartition de l'import-export de design de bijoux et joaillerie par produit en 2019	92
<b>Tableau 28</b>	Chiffres d'affaires des top 5 du design de bijoux et mode en 2018	94
<b>Tableau 29</b>	Étude fiscale de l'un des premiers CA dans la joaillerie en 2018	95
<b>Tableau 30</b>	Évolution du chiffre d'affaires du textile de 2016 à 2019	100
<b>Tableau 31</b>	Part du créatif dans le textile de 2016 à 2019	100
<b>Tableau 32</b>	Évolution de l'importation et de l'exportation de l'habillement de 2011 à 2020	101
<b>Tableau 33</b>	Répartition de l'importation et de l'exportation de l'habillement par sous-activité	102
<b>Tableau 34</b>	Étude fiscale du top 1 ou 2 chiffres d'affaires de la haute couture	102
<b>Tableau 35</b>	Répartition des exportations par industrie créative en 2018	103
<b>Tableau 36</b>	Importation, exportation et balance extérieure de l'audiovisuel (millions de USD)	108
<b>Tableau 37</b>	Nombre de films libanais produits par an ayant fait leur entrée dans le box-office	110
<b>Tableau 38</b>	Nombre d'entreprises par type d'activité dans le sous-secteur du cinéma	111
<b>Tableau 39</b>	Nombre d'écrans et de places de cinéma en 2018	112

<b>Tableau 40</b>	Entrées, gross box-office et parts de marché du cinéma en 2018	112
<b>Tableau 41</b>	Évolution du chiffre d'affaires du cinéma par type d'activité (USD)	114
<b>Tableau 42</b>	Part de marché des distributeurs de films cinématographiques	119
<b>Tableau 43</b>	Étude de cas de la fiscalité d'un circuit de cinéma	120
<b>Tableau 44</b>	Évolution du nombre de firmes TIC de 1994 à 2014	129
<b>Tableau 45</b>	Liste des municipalités incluses dans la consultation	170
<b>Tableau 46</b>	Budget de la municipalité de Tripoli	171
<b>Tableau 47</b>	Budget de la municipalité de Jezzine	172
<b>Tableau 48</b>	Budget de la municipalité de Brital	173
<b>Tableau 49</b>	Composition de l'échantillon de l'enquête sur l'impact de la Covid-19 par sous-secteur des ICC	174
<b>Tableau 50</b>	Composition de l'échantillon de l'enquête sur l'impact de la Covid-19 par métier	175
<b>Tableau 51</b>	Les sources de financement principales et secondaires selon l'enquête sur l'impact de la Covid-19	175
<b>Tableau 52</b>	Principaux facteurs affectant négativement la situation selon l'enquête sur l'impact de la Covid-19	176
<b>Tableau 53</b>	Possibilité de reprise des activités à l'horizon de 2021 selon l'enquête sur l'impact de la Covid-19	176
<b>Tableau 54</b>	Évolution du budget du MdC entre 2015 et 2019	178
<b>Tableau 55</b>	Codes ICC au ministère des Finances	179
<b>Tableau 56</b>	Taxes et impôts appliqués aux ICC	180
<b>Tableau 57</b>	Impôts sur les contribuables non résidents	182
<b>Tableau 58</b>	Importations, exportations et balance commerciale des ICC de 2011 à 2020 par secteur	183
<b>Tableau 59</b>	Top 10 du box-office en 2018	185
<b>Tableau 60</b>	Box-office des films libanais	185
<b>Tableau 61</b>	Admissions et box-office mondial des plus grands succès du cinéma libanais	190
<b>Tableau 62</b>	Importations, exportations et balance commerciale des équipements de l'audiovisuel de 2011 à 2019 - Douanes	190
<b>Tableau 63</b>	Importations, exportations et balance commerciale des consommations intermédiaires du secteur audiovisuel de 2011 à 2019 - Douanes	191
<b>Tableau 64</b>	Importations, exportations et balance commerciale des instruments de musique de 2011 à 2019 - Douanes	191
<b>Tableau 65</b>	Importations, exportations et balance commerciale du design de bijoux et joaillerie de 2011 à 2019 - Douanes	192
<b>Tableau 66</b>	Importations, exportations et balance commerciale des produits en fourrure et cuir de 2011 à 2019 - Douanes	192
<b>Tableau 67</b>	Importations, exportations et balance commerciale des montres de 2011 à 2019 - Douanes	193
<b>Tableau 68</b>	Importations, exportations et balance commerciale des habits de 2011 à 2019 - Douanes	193
<b>Tableau 69</b>	Liste des bijoutiers et classification par type d'activité	194
<b>Tableau 70</b>	Liste des commerçants, retailers et vendeurs de bijoux-fantaisie	197
<b>Tableau 71</b>	Nombre de contribuables enregistrés et déclarant leurs bénéfices par sous-secteur des ICC	198

# Liste des acronymes

<b>ACS</b>	Administration centrale de la Statistique
<b>ADS</b>	Arts du spectacle
<b>AFD</b>	Agence française de Développement
<b>AMAR</b>	Foundation for Arab Music Archiving and Research
<b>AR</b>	Augmented Reality (Réalité augmenté)
<b>CA</b>	Chiffre d'affaires
<b>CaPex</b>	Dépenses d'investissement
<b>CRDP</b>	Centre de Recherche et de Développement pédagogique
<b>DGA</b>	Direction générale des Antiquités
<b>ETF</b>	European Training Foundation
<b>ICC</b>	Industries culturelles et créatives
<b>IDAL</b>	Investment Development Authority of Lebanon
<b>IdF</b>	Institut des Finances Basil Fuleihan
<b>IFL</b>	Institut français du Liban
<b>MdF</b>	Ministère des Finances
<b>MdC</b>	Ministère de la Culture
<b>MdT</b>	Ministère du Travail
<b>MENA</b>	Moyen-Orient et Afrique du Nord
<b>MoET</b>	Ministère de l'Économie et du Commerce
<b>MSME</b>	Micro, petites et moyennes entreprises
<b>ONG</b>	Organisations non gouvernementales
<b>OpEx</b>	Dépenses opérationnelles
<b>PI</b>	Propriété intellectuelle
<b>PIB</b>	Produit Intérieur Brut
<b>PME</b>	Petites et Moyennes Entreprises
<b>SACEM</b>	Société des Auteurs, Compositeurs et Éditeurs de Musique
<b>TIC</b>	Technologie de l'Information et de la Communication
<b>TRA</b>	Autorité de régulation des télécommunications
<b>TVA</b>	Taxe sur la valeur ajoutée
<b>UNIDO</b>	Organisation des Nations unies pour le développement industriel
<b>UNESCO</b>	Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture
<b>UNCTAD</b>	Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement
<b>USD</b>	Dollar américain
<b>VR</b>	Virtual Reality (Réalité virtuelle)

# Liste des encadrés

<b>Encadré 1</b>	La joaillerie	20
<b>Encadré 2</b>	Les arts du spectacle et les festivals	21
<b>Encadré 3</b>	Le cinéma	22
<b>Encadré 4</b>	La mode et le design vestimentaire	23
<b>Encadré 5</b>	Classification adoptée par l'étude avec une délimitation de 7 domaines culturels	35



**Résumé exécutif**

# Résumé exécutif

Plusieurs études récentes - dont la dernière date de 2015 - s'accordent à dire que les industries culturelles et créatives (ICC) libanaises détiennent le plus grand potentiel de croissance comparé aux autres pays du Moyen-Orient [Banque mondiale, 2018]. En effet, **les ICC ont été un déterminant majeur de la création de richesse au Liban entre 2004 et 2015, contribuant à hauteur de 4.75% du PIB en 2015, soit 2.3 milliards de USD** selon le « Creative Economy Report 2010 » publié par l'UNESCO/UNDP [2010], un ratio comparable à celui des États-Unis. Autrement dit, les ICC contribuent **deux fois plus que l'agriculture** à la création de richesse au Liban, et contribuent **autant que le secteur de la construction**.

Déjà en 2010, dans un classement des pays en fonction du ratio de la contribution des industries créatives à la création de richesse, le Liban était premier dans la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord devant des pays comme la Jordanie, la Syrie et les Émirats arabes unis [UNESCO/UNDP, 2010]. Jusqu'en 2015, dernière année permettant de réaliser des comparaisons internationales, **le Liban dépassait des pays comme l'Égypte, le Mexique, le Canada, les Philippines, la Russie et la Jamaïque du point de vue de la contribution des ICC au PIB**.

Seulement, **il semble que ce secteur soit entré dès 2018 dans une période de stagnation puis de récession**, suivant ainsi le mouvement d'ensemble de l'économie libanaise, qui affiche une croissance proche de zéro jusqu'en 2018 et des taux de croissance négatifs à partir de 2019. Ceci dit, certains sous-secteurs des ICC ont été plus affectés que d'autres. Et si certaines industries semblent résister (comme la joaillerie ou la télévision) dans un contexte d'adversité extrême, marqué par la triple crise économique, sanitaire et sécuritaire, d'autres formes d'expressions culturelles sont aujourd'hui menacées (comme les arts du spectacle), ce qui nous pousse aujourd'hui à identifier des « arts en danger ».

Le présent rapport présente une étude détaillée de la contribution économique des ICC entre 2016 et 2019, et une analyse sectorielle approfondie du théâtre, des festivals, du cinéma, de la joaillerie, du streaming de musique et des jeux vidéo. La collecte des données et le travail de terrain se sont déroulés entre novembre 2019 et juin 2020, et **cette recherche s'arrête donc à l'année fiscale 2019, avec quelques exceptions relatives aux évolutions des deux premiers trimestres de 2020**.

L'idée générale qui se dégage de ce rapport est la centralité des ICC dans la spécialisation économique du Liban. Les ICC constituent un secteur à haute valeur ajoutée, une industrie stratégique pour le Liban qui pourrait en faire un de ses atouts majeurs pour une intégration saine dans les circuits commerciaux et financiers de la mondialisation. Ce document propose ainsi des recommandations et des pistes d'action pour des politiques publiques actives en faveur du développement de ces industries et de leur croissance. À l'avenir, tout assainissement éventuel du modèle de croissance libanais passera nécessairement par l'exploitation des potentialités des industries culturelles et créatives.

# Méthodologie de recherche et de collecte de données

Prenant en compte l'ensemble des rapports existants et les données de seconde main disponibles via les principales institutions internationales, l'étude s'est principalement fondée sur les **données du ministère des Finances**. Dans le respect de la loi de la Protection des données personnelles, la direction générale des Finances a mis à la disposition de l'étude **les déclarations fiscales trimestrielles anonymes entre 2016 et 2019 de 1,272 contribuables du secteur des ICC, appartenant à 38 catégories** des sous-secteurs des arts visuels, audiovisuels, arts du spectacle et festivals, joaillerie et bijoux, patrimoine, textile, édition et presse, avec un total de **20,400 observations sur les 4 ans**. Cette étape a été complétée par des études fiscales détaillées des 5 entreprises aux chiffres d'affaires les plus grands dans les domaines de la joaillerie, des festivals, du théâtre et du cinéma.

L'administration des Douanes a mis à disposition des chercheurs les données douanières pour la période 2011-2020 (uniquement les deux premiers trimestres de 2020) afin d'analyser l'évolution des importations, des exportations et de la balance commerciale créative de 30 produits culturels et créatifs, avec un total de 300 observations sur les exportations et autant pour les importations et les balances commerciales (à l'exception des services).

Cette approche comptable est complétée par **une analyse structurelle montrant la morphologie des différents sous-secteurs et par une analyse des principales activités des acteurs clés**, de leurs fonctions économiques et du périmètre de leur action culturelle.

Deux consultations ont également été menées, la première auprès de 14 municipalités et la seconde auprès de 123 acteurs culturels appartenant à 7 sous-secteurs, afin d'évaluer les défis actuels du secteur, notamment durant la période de la pandémie de la Covid-19 et de tarissement des sources de financement.

Enfin, l'étude des chiffres et des données disponibles a été complétée par des entretiens individuels en profondeur conduits avec plus de 30 acteurs clés (des créateurs et des acteurs créatifs ou culturels majeurs) opérant dans différents domaines, ainsi que deux groupes de discussion (pour le cinéma et les arts du spectacle).

Les données collectées dans cette étude permettent de retracer de manière détaillée, entre 2016 et 2019, des revenus liés aux activités culturelles et créatives s'élevant à **1 milliard de USD par an en moyenne, soit la moitié du total estimé des revenus générés par le secteur des ICC au Liban**. L'autre moitié reste comptablement invisible. Cela est dû à différents facteurs, parmi lesquels la tentation des acteurs économiques libanais de ne pas soumettre l'ensemble de leurs activités à la fiscalité nationale et l'impossibilité de mesurer certaines activités créatives.

Contrairement aux biens matériels, les services créatifs sont difficiles à intégrer dans un système de comptabilité culturelle : c'est le cas notamment du patrimoine immatériel, de la musique, des services d'architecture, de la programmation et des jeux vidéo. Par ailleurs, il a été impossible d'obtenir des chiffres fiables sur la contribution de l'artisanat, dont une majeure partie s'effectue dans l'informel.

Tableau 1 | Évolution de la contribution des ICC (en USD) selon la classification adoptée par l'étude entre 2016 et 2019

Classification des ICC	2016	2017	2018	2019
Arts de la scène et festivals (hors musique)	92,835,167	114,514,367	99,330,352	86,144,627
Arts visuels	36,396,776	38,165,192	38,019,488	31,400,757
Textile : fabrication et réparation	18,249,234	17,224,705	15,869,161	14,354,155
Cinéma	87,000,295	93,086,065	89,171,695	78,810,150
Musées, sites et conservation du patrimoine	12,060,354	14,880,729	11,824,232	12,810,295
Édition : livres et presse	494,256,050	476,757,914	417,898,006	353,028,202
Films et séries télévisées	46,930,695	50,222,884	49,298,732	41,446,005
Bijoux, stylisme et design de mode	188,215,028	182,775,566	237,611,406	265,469,611
Publicité	6,509,287	8,515,990	12,182,424	10,788,639
<b>Total ICC</b>	<b>982,452,887</b>	<b>996,143,410</b>	<b>971,205,494</b>	<b>894,252,442</b>

En suivant la classification de l'UNESCO pour les statistiques culturelles (Framework for cultural statistics), les activités culturelles et créatives peuvent être regroupées en 6 domaines culturels.

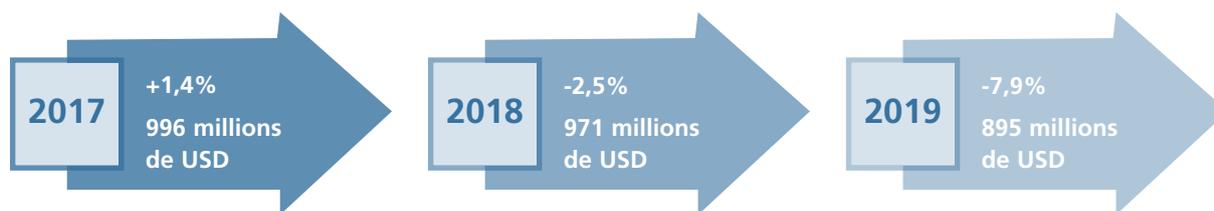
Tableau 2 | Statistiques culturelles au Liban en 2017 selon la classification de l'UNESCO

Les livres et la presse	476.8 de millions USD
Les arts visuels et l'artisanat (incluant les bijoux et le textile)	223.2 de millions USD
L'audiovisuel et les médias interactifs	143.3 de millions USD
Les arts de la scène et les festivals	114.5 de millions USD
Le design et les services créatifs (incluant le design de bijoux et le stylisme)	23.5 de millions USD
Le patrimoine (musées, sites et conservation, à l'exception du patrimoine naturel)	14.9 de millions USD
<b>Total</b>	<b>996.1 de millions USD</b>

## Un sommet historique en 2017, puis une récession à partir de 2018

Ces dernières années, le secteur des ICC a suivi le mouvement général de l'économie libanaise, affichant un pic de chiffre d'affaires en 2017, avec une légère augmentation de 1.4% par rapport à 2016, une hausse comparable au taux de croissance du PIB. En 2018 et 2019, le secteur est en récession, épousant le mouvement d'ensemble de l'économie nationale et subissant de manière amplifiée le ralentissement du niveau d'activité, avec des taux de croissance négatifs de -2.5% en 2018 et -7.9% en 2019. Les activités économiques mesurées dans le cadre de cette étude baissent ainsi de 996 millions de USD en 2017 à moins de 895 millions de USD en 2019. Étant donné qu'entre 2016 et 2019, les taux de variation des chiffres d'affaires sont pratiquement comparables aux taux de croissance de l'économie libanaise, et en extrapolant sur la part non traçable des revenus générés par les ICC (environ le double), il est donc possible d'en conclure que le poids relatif des ICC au Liban est compris entre 4.75 et 5% du PIB, soit une valeur marchande de plus de 2 milliards de USD.

Figure 1 | Taux de croissance et revenus des ICC entre 2017 et 2019



## Évolution des principaux sous-secteurs de la créativité au Liban

Certains sous-secteurs ont montré une capacité d'adaptation au cycle « récessionniste » qui s'enclenche dès 2018, alors que d'autres semblent aujourd'hui en danger, suite aux multiples crises économique, sécuritaire et sanitaire. Ainsi, le poids relatif des bijoux et de la joaillerie passe de 18% des ICC en 2017 à 30% des ICC en 2019, alors que celui des ADS baisse de 12% à 10%, et le cinéma semble garder un poids constant entre 2016 et 2019, de l'ordre de 9% des ICC.

### 1 | L'édition : un sous-secteur en crise qui conserve néanmoins sa première place

L'édition est le sous-secteur qui génère le plus de revenus: 476 millions de USD en 2017 et presque la moitié du total des revenus en 2016. Elle ne pèse que 43% du total des ICC en 2018 (417 millions de USD) et moins de 40% en 2019 (soit 353 millions de USD).

Avant 2007, le secteur de l'édition et de la presse générait le plus de revenus et employait le plus de travailleurs, pesant à lui seul 37% du secteur, employant 39% de la population active créative et comptant pour 41% des entreprises créatives. Selon les données de l'UNCTAD datant de 2015, les exportations de l'édition « livres et presse » comptent pour la moitié des exportations créatives du pays, soit 119 millions de USD (légère différence avec nos calculs à partir des données douanières).

### 2 | La joaillerie : principal avantage comparatif du pays

Selon notre classification, le sous-secteur de la fabrication et réparation de bijoux (la composante créative du secteur) se place au second rang après l'édition, générant des revenus de l'ordre de 168 millions de USD en 2017 et passant à plus de 246 millions de USD en 2019, affichant ainsi la plus grande croissance parmi tous les sous-secteurs des ICC.

### 3 | Les arts de la scène et festivals : un sous-secteur en danger

Le sous-secteur des « arts de la scène et festivals » occupe la troisième place en chiffre d'affaires devant le cinéma, générant des revenus d'environ 115 millions de USD et de 99 millions de USD respectivement en 2017 et 2018, mais subissant également la récession la plus forte, avec des revenus de 86 millions de USD en 2019, soit une baisse de 13% entre 2018 et 2019.

### 4 | Le cinéma libanais : un âge d'or qui fait face à un ralentissement prématuré

Le cinéma libanais a atteint son pic en 2017, pour connaître ensuite une chute importante à partir de 2018. D'une valeur moyenne de 87 millions de USD par an entre 2016 et 2019, le secteur atteint un chiffre

d'affaires dépassant les 93 millions en 2017. Ce secteur subit ensuite une baisse de 4% en 2018 par rapport à 2017, et une baisse de 12% en 2019 par rapport à 2018. En 2019, le cinéma génère des revenus de l'ordre de 78.8 millions de USD, mais conserve un poids stable au sein des ICC, représentant 9% du chiffre d'affaires total du secteur culturel et créatif entre 2016 et 2019.

## 5 | Design de vêtement, mode et stylisme : un sous-secteur qui n'exploite pas tout son potentiel

L'évolution des chiffres de l'import-export de « mode et design vestimentaires » montre un déficit considérable de la balance commerciale. Les industries de l'habillement et des vêtements ont généré des exports cumulés de 210 millions de USD entre 2016 et 2020. Le total du chiffre d'affaires cumulé du textile (créatif et non créatif) pour la période 2016-2019 atteint 729.8 millions de USD, malgré les défis structurels et contextuels auxquels ces industries font face. En 2018, la contribution du sous-secteur créatif du textile (production et réparation, hors design) était de 15.8 millions de USD et représentait 9% du chiffre d'affaires total du secteur culturel et créatif.

## Des exportations en chute, sauf pour l'édition et la joaillerie

D'après les données de l'UNCTAD s'arrêtant à 2015, le Liban semble avoir atteint un sommet historique dans ses exportations d'ICC en 2014, s'élevant à 263 millions de USD. Retraçant l'évolution de la balance commerciale créative entre 2016 et 2019 sur la base des données des douanes libanaises (hors services, car non comptabilisés), les industries créatives libanaises semblent jouer un rôle important dans la spécialisation économique régionale, même s'il a été impossible d'en estimer le poids.

Cela dit, il semble que l'ensemble des exportations créatives du Liban chute à partir de 2014, alors que les importations augmentent rapidement. En comparant les chiffres des douanes libanaises de 2015 par rapport à 2014, les importations augmentent de presque 12%, alors que les exportations chutent de 24%, faisant passer la balance commerciale culturelle et créative d'un excédent de 5.4 millions de USD à un déficit de 61.7 millions de USD.

Entre 2015 et 2018, le déficit double encore, passant de 61.7 millions de USD en 2015 à 123 millions de USD en 2018. Pour l'édition, l'excédent de 68 millions de USD en 2014 décroît, passant à 30 millions de USD en 2019, et à moins de 8 millions de USD pour les deux premiers trimestres de 2020. L'audiovisuel affiche des niveaux d'exportations plutôt stables, de l'ordre de 3 millions de USD par an, avec un pic en 2010 de 10 millions de USD.

L'exportation de bijoux, de pierres et de métaux précieux connaît un développement considérable entre 2016 et 2019, passant de 586 millions en 2017 à plus de 1.4 milliard en 2019. Dans cette même catégorie, les exportations de la joaillerie créative représentent 10% et s'élèvent à plus de 110 millions de USD en 2012. Quant au solde externe du secteur de la joaillerie et des bijoux créatifs, il n'est positif qu'entre 2011 et 2014 et passe à un déficit de 80 millions de USD en 2018.

**Pour conclure, la balance commerciale culturelle et créative semble déficitaire de manière récurrente, sauf pour l'année 2014 (à la suite d'une hausse importante des exportations). L'édition, la joaillerie et les bijoux semblent être les seuls produits capables de connaître durablement une balance externe positive.**

## Un fort potentiel d'emploi : 5.8% de la population active

Les données sur les emplois et le travail créatifs restent extrêmement lacunaires au Liban, à l'instar des autres secteurs économiques, en raison de l'absence d'enquêtes nationales sur la population active entre 2007 et 2018. Le marché du travail et de l'emploi dépassant l'étendue du champ de cette étude, nous nous sommes donc appuyés uniquement sur une triangulation des données existantes, souvent lacunaires et contradictoires, pour avancer des hypothèses de travail qui semblent cadrer avec nos constatations empiriques. Par exemple, l'étude de 2018 de l'ACS et de l'ILO estime que 13,000 personnes (dont uniquement 3,000 femmes) occupent des métiers artistiques, soit 0.8% du total de la population active, ce qui est en flagrante contradiction avec les données sectorielles que nous avons pu regrouper dans le cadre de cette étude.

D'après les rapports de McKinsey et de la Banque mondiale, le secteur créatif emploie 4.5% de la population active, soit 75,000 personnes, chiffre qui semble largement sous-estimer l'emploi dans ce secteur. En effet, il semble que le total de la main-d'œuvre employée dans le secteur créatif peut être raisonnablement estimé au moins à 100,000 personnes, soit autour de **5.8% de la population active**. En s'appuyant sur les données contestables de l'ACS, aux 13,000 artistes stricto sensu on peut ajouter 25,000 employés dans le secteur de l'information et la communication et 60,000 dans les métiers « scientifiques et techniques ». Cette estimation de 100,000 travailleurs et travailleuses dans le secteur créatif - à ne pas confondre avec les métiers créatifs, dans la mesure où ces derniers ne représentent qu'une composante du total de la main d'œuvre employée dans le secteur - n'inclut pas les artisans et les ouvriers qualifiés employés dans des activités de soutien au secteur culturel ou créatif, ni les métiers annexes dans les domaines de l'éducation ou de la santé, ni les architectes, les ingénieurs et les architectes d'intérieur.

Si nous ajoutons aux travailleurs des secteurs créatifs au sens strict (100,000 personnes) l'ensemble des travailleurs qualifiés et des artisans (dont la part créative est impossible à déterminer), nous obtenons alors une **population « potentiellement créative » de l'ordre de 360,000 personnes, soit 20% du total de la population active**.

## La joaillerie

On estime que le secteur de la bijouterie (hors design) génère une valeur déclarée d'environ **170 millions de USD en moyenne par an en 2016 et 2017, cette valeur dépassant les 219 millions de USD en 2018, pour atteindre presque 246 millions de USD en 2019**. Le Liban était en 2014, le 5<sup>e</sup> plus grand exportateur de bijoux vers l'Europe, le secteur de la joaillerie ayant connu un essor important entre 2010 et 2019 avec une hausse de la demande intérieure et internationale pour les produits libanais. Ainsi, le commerce extérieur de bijoux et de pierres précieuses a atteint environ 1.5 milliard de USD (3 à 4% du PIB) en 2019, affichant un solde extérieur positif.

**Le secteur de la joaillerie, des bijoux et du commerce de métaux précieux et semi-précieux est composé de 373 entreprises déclarées, dont 76% travaillent dans la vente au détail de bijoux et montres.** À ces sociétés s'ajoutent 43 entreprises spécialisées dans le design créatif de bijoux et de mode (stylisme), élevant le total à 416 entreprises (incluant le stylisme et les designers de mode). L'industrie libanaise semble s'appuyer sur une longue histoire de goût, d'intuition et d'attrait pour le travail de l'or et des pierres précieuses, avec une importante diaspora engagée dans le commerce mondial des bijoux et un nombre important de grands collectionneurs de renommée mondiale. Enfin, la joaillerie libanaise reste étroitement dépendante des flux touristiques, les ventes augmentant généralement de 60 à 80% entre juin et août avec la demande issue des touristes et de la diaspora du golfe arabe. Cependant, le secteur pâtit du manque de transparence, de lourdeurs bureaucratiques notamment pour l'exportation, de l'instabilité politique et de la fuite des cerveaux et des talents. Le manque de compétitivité des industries libanaises qui n'ont pas automatisé leur processus de production menace le futur du secteur de la joaillerie au Liban, confronté à une concurrence croissante des pays asiatiques.

## Les arts du spectacle et les festivals

Selon la classification de l'UNESCO, les arts du spectacle (ADS) couvrent le théâtre, les festivals et les expositions, ainsi que les performances effectuées dans des clubs et pubs. **En 2017, ils représentaient 12% du total du chiffre d'affaires des ICC au Liban**, soit 114.5 millions de USD, avant d'entamer une baisse en phase avec la situation économique générale du pays, ne représentant plus que 10% en 2019. Par ailleurs, il est intéressant de noter que 5 à 6 festivals nationaux représentent à eux seuls 34% du chiffre d'affaires (plus de 3 millions de USD de revenus).

**Les festivals, qui représentent une large part des ADS, sont devenus moins rentables, en raison d'une augmentation des coûts qui a réduit leur marge de profit et d'une fiscalité lourde qui a handicapé leur action entre 2016 et 2019.** Leur financement repose sur trois sources distinctes : le mécénat qui varie entre 30 et 50%, la billetterie et les subventions publiques (extrêmement faibles). D'un montant estimé à 2.6 millions de USD en 2017, ces subventions publiques, versées tardivement, sont aujourd'hui doublement remises en cause en raison de la dépréciation de la livre libanaise et de la crise financière. Cependant, les festivals se caractérisent par de fortes retombées indirectes engendrées par l'activité touristique qu'ils génèrent (restauration, hôtellerie, commerce).

**Il existe environ 43 théâtres au Liban, dont seuls 7 sont restés ouverts en 2020.** Au-delà de son impact économique, le théâtre a une importance socioculturelle considérable, notamment par la force de changement qu'il représente.

Enfin, l'insécurité (locale et régionale) a mené à une augmentation des dépenses d'assurance et des « primes de risque » pour les performeurs étrangers. La répression et la censure constituent encore d'autres freins au développement des ADS. Ceux-ci souffrent du manque de vision nationale, du manque d'espaces artistiques publics et de l'assèchement des ressources qui mettent en péril leur résilience et la « résistance culturelle » qu'ils impulsent.

## Le cinéma

La projection de films représente à elle seule le tiers des revenus du secteur alors qu'elle ne représente que 16% du nombre des entreprises enregistrées.

**Entre 2005 et 2019, on comptait 119 productions de films libanais ayant fait leur entrée dans le box-office, avec une augmentation sensible à partir de 2008.** À cela s'ajoute un nombre de productions filmiques principalement diffusées dans des festivals. Le nombre d'admissions dans les salles de cinéma pour les films libanais et étrangers connaît une accélération vertigineuse dès le début de la dernière décennie (43% de croissance en 2017). De manière générale, on peut affirmer que le cinéma libanais a connu un essor considérable au cours de la dernière décennie. Le Liban est ainsi devenu un leader régional de la production et de la postproduction, exportant du contenu audiovisuel vers la majeure partie du monde arabe, avec 37 sociétés de production déclarant des bénéfices à l'État entre 2016 et 2019.

Toutefois, de nombreuses sociétés de production locales n'arrivent pas à couvrir les frais de financement des films (à l'exception des films coproduits à l'international). Les co-productions internationales constituent ainsi une solution possible aux problèmes de financement et de diffusion. Le soutien de l'État est crucial afin de conclure des accords de coopération audiovisuelle bénéfiques et favorables au développement de cette industrie.

D'autres pistes de soutien sont envisageables, telles la reconfiguration des syndicats, l'ouverture sur de nouveaux moyens de distribution (notamment en ligne et VOD), l'intégration du cinéma dans les systèmes scolaires et la modification des systèmes de taxation actuels. Enfin, un protectionnisme commercial en faveur du cinéma libanais et l'incitation des télévisions à diffuser les productions locales pourraient promouvoir ce sous-secteur et élargir l'audience locale.

## La mode et le design vestimentaire

Entre 2016 et 2019, Beyrouth est considérée comme une capitale régionale du design vestimentaire. Avec des créateurs comme Elie Saab, Tony Ward et Rabih Keyrouz, le pays est de fait l'un des plus en vogue de la région dans ce domaine. **Bien que la haute couture ait un faible poids économique (11% du sous-secteur de l'habillement), elle reste parmi les sources les plus puissantes du rayonnement culturel du Liban.**

Près de 60% des entreprises sous-treatent partiellement ou totalement leur production à des usines ou ateliers de confection locaux dont la moitié sont spécialisés dans la couture, le prêt-à-porter de luxe et le mariage. Cependant, ce pourcentage diminue dans la haute couture. **Les grandes maisons de couture emploient en moyenne 30 à 60 tailleurs et brodeurs, alors que les autres, moins connues, se contentent de quelques personnes qualifiées.** Ces dernières sont rémunérées au début de leur carrière entre 800 et 1,000 USD par mois.

L'industrie du design au Liban s'est orientée vers un positionnement haut de gamme à travers des ventes en édition limitée. **Les designers libanais produisent en majorité des articles exclusifs, se vendant à des prix élevés à des clients du golfe, avec des ventes limitées en volume.**

En raison de ce positionnement élitiste, la demande de prêt-à-porter est principalement satisfaite par les importations. Les capacités de production limitées, les coûts élevés de production, la concurrence forte et les faibles droits de douane sur les produits importés forcent l'industrie du vêtement à se cantonner aux marchés haut de gamme, délaissant ainsi le prêt-à-porter bon marché, avec notamment le développement important du prêt-à-porter chic au cours des dernières années, secteur prometteur aujourd'hui dans le contexte de la crise actuelle et de la dépréciation de la livre libanaise.

# Recommandations pour une politique publique des ICC

Une politique de soutien au secteur culturel et créatif devrait reposer sur 4 piliers principaux, notamment : 1) le renforcement des cadres réglementaire, législatif, fiscal et syndical existants, 2) le renforcement de la formation et des cursus artistiques, 3) le développement d'outils numériques et 4) la mise en place de partenariats durables, proactifs et diversifiés.

## 1 | Renforcer les cadres réglementaire, législatif, fiscal et syndical

Malgré une croissance annuelle symbolique, le budget du ministère de la Culture reste extrêmement limité (33 millions de USD en 2019) et ne représente en 2020 que 0.24% du budget de l'État. Ceci reste largement inférieur au seuil de 1% préconisé par l'UNESCO. Aussi, quelques recommandations semblent aujourd'hui prioritaires :

- Doter le Liban d'un cadre national de statistiques culturelles et d'une base de données relative aux ICC ;
- Revoir le statut de l'artiste et les modalités de financement de la caisse mutuelle ;
- Réformer le cadre fiscal pour éliminer la double imposition, introduire des incitations et des exonérations fiscales et réviser les droits de douane ;
- Renforcer le rôle du ministère de la Culture.

## 2 | Appuyer les ICC à travers la formation et l'éducation

Le développement des filières créatives ne peut se faire sans la formation et la professionnalisation des ressources humaines dans les métiers horizontaux (la budgétisation, la gestion d'entreprises, etc...) et dans les métiers techniques. Cela implique de :

- Professionnaliser et mettre à jour les cursus académiques ;
- Améliorer l'accompagnement entrepreneurial et développer les formations continues destinées aux professionnels ;
- Mettre en place des outils de d'apprentissage en ligne, tels les MOOCs.

Par ailleurs, le système scolaire libanais n'offre pas (ou très peu) de formations, de sensibilisation et d'opportunités d'accès à la culture. Il serait donc recommandé de:

- Réformer les curricula (dans le primaire et le secondaire) afin de réintroduire la culture et promouvoir l'éducation artistique et culturelle ;
- Renforcer les partenariats artistes-écoles afin de créer de nouvelles synergies et opportunités tant pour les artistes (employabilité) que pour la formation des enseignants et des élèves (ateliers, résidences artistiques en milieu scolaire, etc.).

## 3 | Soutenir la transition numérique des ICC

Il est nécessaire d'optimiser l'utilisation des nouveaux outils numériques pour une évolution progressive vers une croissance durable fondée sur l'innovation. L'objectif prioritaire pour beaucoup d'artistes et de créateurs semble être l'usage du numérique pour développer et améliorer l'insertion dans des circuits de financements innovants. Cela implique également de :

- Appuyer les initiatives de banques coopératives et de financement participatif (crowd funding) ;
- Développer des mini-hubs de la culture afin de favoriser l'environnement numérique et l'entrepreneuriat culturel, avec des espaces physiques pour développer les rencontres, le co-travail et l'innovation, et surtout les initiatives collaboratives entre les talents des mondes numériques et les créateurs.

#### 4 | Mettre en place des partenariats durables, proactifs et diversifiés

L'intensification de la logique partenariale est une condition nécessaire à la mise en œuvre de politiques publiques inclusives et appliquées de manière efficace aux ICC. Il semble aujourd'hui primordial d'agir dans le sens d'une « décentralisation de la culture », surtout dans un contexte où l'on constate l'émergence de scènes artistiques locales dans la plupart des grandes villes du pays. Partant du principe de subsidiarité cher à l'Union européenne, les pouvoirs locaux peuvent être considérés comme étant les plus à même d'identifier les besoins de leur communauté au niveau culturel. Par ailleurs, il est également nécessaire de développer des réseaux transnationaux reliant les villes libanaises avec d'autres villes, dans une perspective de partage de savoir et d'expérience, mais aussi pour garantir la visibilité des ICC à l'international. Par ailleurs, activer le rôle des municipalités représente un axe d'intervention pertinent, tout comme l'encouragement de la mobilité culturelle. Cela implique de :

- Renforcer le rôle des municipalités dans leur capacité à financer et soutenir des projets ICC ;
- Développer des réseaux transnationaux avec les villes méditerranéennes et des accords de coopération avec d'autres pays ;
- Encourager la mobilité culturelle entre les régions libanaises, mais aussi avec d'autres pays.

Le rapport propose aussi l'ébauche d'un système national de statistiques culturelles axé sur les produits culturels et sur certains services créatifs, permettant à l'avenir de développer une comptabilité culturelle pour le Liban.

Par ailleurs, les recommandations citées plus haut peuvent être reformulées selon quatre axes d'intervention prioritaires : infrastructures et équipements, appui institutionnel, formation et entrepreneuriat culturel.

## Conclusion

Les ICC constituent un secteur à haute valeur ajoutée, une industrie stratégique pour le Liban qui pourrait en faire un de ses atouts majeurs pour une intégration saine dans les circuits commerciaux et financiers de la mondialisation. Ce document propose des recommandations et des pistes d'action pour des politiques actives en faveur du développement de ces industries et de leur croissance à double temporalité : l'urgence, pour sauver le tissu culturel existant et le long-terme pour réaliser un impact structurel et durable. Ainsi, une action efficace doit articuler réponse d'urgence sur quelques mois et plan de développement sur cinq ans.

Aujourd'hui, plus que jamais, la culture et la création ne représentent pas des domaines « secondaires », dans lesquels l'action institutionnelle serait facultative. Au contraire, un redressement du Liban passerait nécessairement par le rétablissement et la croissance des industries culturelles et créatives qui génèrent richesses, emplois et exportations pour une économie aujourd'hui exsangue. La crise actuelle doit être perçue comme une opportunité pour refondre le modèle productif du Liban, mais aussi instaurer de bonnes pratiques dans la régulation de la création et la lutte contre la précarité et l'emploi informel.



# Introduction

# Introduction

Les industries culturelles et créatives (ICC) sont reconnues aujourd’hui comme des déterminants majeurs de la croissance économique et du développement [UNESCO, 2015] et un moteur privilégié du commerce international [UNESCO/UNDP, 2013]. Au cours des dernières décennies, un intérêt croissant a été accordé à l’art et à la créativité et à leurs implications au niveau des politiques de développement, ou encore de la planification urbaine ou de l’aménagement du territoire.

Avec la prise de conscience grandissante du rôle joué par la culture dans le développement des villes créatives<sup>1</sup>, les ICC trouvent leur place au centre des stratégies de régénération par les arts et la culture, tant à l’échelle des quartiers qu’à une échelle plus globale. Ainsi, dans la plupart des pays qui ont développé des systèmes nationaux de statistiques culturelles (ou des comptes satellites culturels), les données chiffrées montrent le poids grandissant des ICC en termes de création de richesse et d’emplois. C’est le cas des pays de l’OCDE, de l’Europe de l’Est et du Sud, mais aussi de beaucoup de pays d’Amérique latine, où la culture et la créativité sont reconnues comme un atout vital pour accélérer le développement humain.

Même si les définitions et les classifications diffèrent grandement d’un pays à autre, ou d’un rapport à un autre, les industries culturelles et créatives incluent principalement les arts et l’artisanat, la publicité, le design, le divertissement, l’architecture, les livres, les médias et les logiciels.

Dans son mapping des ICC 2015, l’UNESCO estime que le secteur génère plus de **2,250 milliards de USD de revenu par an dans le monde (3% du PIB mondial), et environ 29.5 millions d’emplois, soit l’équivalent de 1% de la population active mondiale**. À l’échelle globale, les 3 sous-secteurs qui génèrent le plus de revenus sont, par ordre décroissant, la télévision, les arts visuels, et les journaux et magazines, alors que les 3 plus grands pourvoyeurs d’emplois sont les arts visuels, les livres et la musique [UNESCO, 2015].

L’économie informelle de l’art et de la créativité joue également un rôle considérable, notamment dans les pays en développement. Ainsi **l’économie informelle de l’art et de la créativité est un grand réservoir d’emplois** qui reste difficile à évaluer. Par exemple, la plupart des emplois artistiques informels dans les pays en développement concernent les arts du spectacle, où les représentations sont parfois offertes à des prix réduits, voire gratuitement, telles les scènes informelles ou les spectacles de rue.

Même si **les données les plus récentes des Nations Unies datent de 2015 [UNCTAD, 2019]**, toutes les études montrent que le secteur a continué à croître, **générant plus de revenus et d’emplois à l’échelle planétaire**. Les ICC sont notamment reconnues comme moteur pour la création d’emploi pour la jeunesse (les moins de 30 ans), favorisant l’inclusion sociale, l’autonomisation des femmes et la construction de la citoyenneté. Au-delà de ses rendements économiques et de son impact social, le secteur inclut des activités culturelles qui s’inscrivent dans l’histoire longue des groupes sociaux et dans les processus de formation identitaire des communautés et des nations, en apportant de la valeur, du sens, de l’épanouissement et de l’intégration sociale et culturelle.

---

<sup>1</sup>[Yencken 1988 ; Howkins, 2001 ; Florida 2002]

À l'ère numérique, ce secteur constitue aussi un moteur non négligeable pour l'innovation, en contribuant d'une manière significative à l'essor, à la diffusion et à la démocratisation des nouvelles technologies de l'information et de la communication. Ce secteur se trouve donc au cœur du régime d'accumulation souvent qualifié de post-industriel, de capitalisme cognitif, ou d'économie du savoir et de la connaissance.

Généralement considéré comme un pays qui n'a pas connu de phase d'industrialisation, le Liban est passé au 20<sup>e</sup> siècle d'une société rurale à dominante agricole à une économie fortement urbanisée et presque entièrement orientée vers les services. Le secteur des services constitue 80% du PIB du Liban, au moins depuis la fin de la guerre civile (1975-1990) [ACS, 2004-2017]. Dans ce contexte, les ICC jouent un rôle grandissant dans la transition du pays vers une économie innovante axée sur la créativité. En effet, le dynamisme du Liban dans ce secteur est reconnu à l'international et constitue une valeur ajoutée importante que le pays peut faire valoir dans ses exportations. Ainsi, en 2019, Beyrouth est sélectionnée par l'UNESCO parmi les six villes arabes qui ont intégré son réseau de 246 « creative cities<sup>2</sup> ».

Selon la Banque mondiale [2018], le secteur des industries créatives libanaises possède le plus grand potentiel de croissance comparé à tout autre pays du Moyen-Orient. En effet, les industries créatives représentent 4.75% du PIB du Liban, d'après le « Creative Economy Report 2010 » [UNESCO/UNDP, 2010].

Selon l'UNCTAD [2019], le Liban était jusqu'en 2015 parmi les plus grands exportateurs de produits et services culturels et créatifs du monde arabe. Ces données s'arrêtent en 2014, une année où le Liban semble avoir atteint un pic d'exportations d'ICC de 263 millions de USD. Quelques mises à jour dans les données des rapports internationaux sont disponibles pour 2015, mais il est pratiquement impossible de saisir l'évolution du secteur après cette date, tant les statistiques culturelles sont défailtantes au Liban, même au niveau d'agrégation le plus élevé. Ce rapport comble donc ce manque, en donnant des statistiques culturelles détaillées, au niveau d'agrégation le plus faible, pour les années 2016-2019.

Aussi, ce rapport intervient à un moment crucial de l'histoire du Liban. S'il est certain que les ICC ont joué un rôle considérable dans l'économie libanaise, nous manquons malheureusement de visibilité sur leur évolution au cours des 5 dernières années, l'économie libanaise étant entrée dans une phase de stagnation depuis 2016, avec une croissance presque nulle en 2017 et 2018, suivie par une forte récession à la fin de 2019. A partir de 2020, le pays s'enlise dans une forte dépression avec des conséquences économiques et sociales catastrophiques.

Entrant dans une période de crise qui semble s'installer dans la durée, le Liban pourrait-il compter sur les ICC pour un éventuel redressement économique ? Compte tenu de leur fort potentiel exportateur, les sous-secteurs des ICC peuvent-ils soutenir la compétitivité du pays en matière de commerce extérieur ou d'investissements directs de l'étranger ? **Si les ICC pesaient 4.75% du PIB avant 2015, comment ce secteur a-t-il évolué après cette date ?**

Les industries culturelles et créatives au Liban, diverses et dynamiques, s'appuient sur une tradition ancienne et se nourrissent d'une richesse culturelle recherchée et valorisée, d'une liberté d'expression qui favorise la créativité, et d'une ouverture sur le monde qui encourage le brassage et les expressions culturelles. Cependant, le secteur a toujours été soumis à des conditions difficiles qui, structurellement, ont limité son potentiel : manque

<sup>2</sup><https://en.unesco.org/creative-cities/events/unesco-designates-66-new-creative-cities>

voire absence de soutien de l'État, dépenses publiques insuffisantes, budget culturel détourné de ses objectifs par des mesures clientélistes, infrastructures défaillantes, réseaux de communication et de transports à la fois déficients et extrêmement coûteux et censure importante. Par ailleurs, les barrières réglementaires, financières et administratives, et surtout les politiques inadaptées s'ajoutent aux obstacles auxquels font face les industries créatives et culturelles au Liban. Quant à l'accès aux financements privés, il reste également sporadique, arbitraire et incertain et le secteur est encore loin de devenir une industrie pérenne. Plus globalement, les capacités de financement actuelles permettent difficilement aux entreprises et initiatives du secteur d'atteindre une taille critique sur le marché national ou international. Aussi, dans le contexte de crise économique actuelle, il y a fort à parier qu'avec l'assèchement des financements privés et publics, certaines « industries » naissantes ou émergentes survivront difficilement ou risqueront de disparaître.

En vue de repenser le développement et la structuration du secteur des ICC, l'étude vise à **identifier les atouts, caractéristiques et tendances générales du secteur** en apportant des exemples concrets de pratiques et de politiques à mettre en œuvre. L'étude établit un diagnostic chiffré des atouts et des faiblesses du secteur, à même de jeter les bases d'une réflexion publique sur son évolution. Elle vise aussi l'identification de mécanismes pérennes de financement et d'outils réglementaires en vue de l'élaboration d'une politique publique adaptée, au service de la création artistique et culturelle.

## Partenariat

Réalisée en collaboration avec l'Ambassade de France au Liban, l'Institut français du Liban (IFL) et l'Agence française de Développement (AFD), l'étude s'inscrit dans le cadre de la stratégie française de soutien aux industries culturelles et créatives à l'international.

Elle s'intègre aussi dans la stratégie quinquennale du ministère libanais de la Culture annoncée lors de la Conférence CÈDRE d'avril 2018, visant à établir une action publique encourageant et promouvant les échanges culturels avec la France et d'autres pays.

## Objectifs

Afin de démontrer le potentiel des ICC et d'apporter les éléments analytiques permettant de structurer une politique publique adaptée, l'étude poursuit trois objectifs :

- Dresser un panorama économique du secteur des ICC (cartographie, atouts majeurs, poids économique, emplois, tendances) ;
- Identifier les obstacles structurels, réglementaires et fiscaux ;
- Formuler des recommandations et des pistes d'action pour enclencher des trajectoires durables de développement.

L'étude économique sert à estimer la contribution directe des industries culturelles aux indicateurs macro-économiques de base tels que la valeur ajoutée, le PIB, l'emploi, le commerce, les exportations et importations. Cette approche est complétée par une analyse structurelle montrant la morphologie de chaque sous-secteur étudié et ses acteurs clés. L'étude permet également de mesurer la contribution économique de chaque

sous-secteur des ICC au niveau d'agrégation le plus faible possible. En parallèle, l'étude permet d'identifier les obstacles structurels, réglementaires et fiscaux qui freinent la croissance de ce secteur pour finalement formuler des recommandations et des pistes d'action.

## Méthodologie

Dans un premier temps, l'étude suit une méthodologie de recherche bibliographique rigoureuse basée sur la collecte de données quantitatives de seconde main (très riche jusqu'en 2015), et d'une triangulation des données et des analyses existantes dans les rapports internationaux (UNESCO, UNCTAD, Banque mondiale, McKinsey, etc.), ainsi que dans les études locales ou rapports ministériels (notamment les données de l'ACS, du ministère du Travail et du ministère de la Culture, etc.).

Dans un second temps, le rapport s'appuie sur des données de première main collectées auprès de la direction générale des Finances (DGF) et de l'administration des Douanes, concernant la plupart des sous-secteurs des ICC. Cela a permis ainsi pour la première fois de dresser une analyse détaillée des ICC au Liban, au niveau d'agrégation le plus faible. Les données de la DGF précisent les chiffres d'affaires et les taxes et impôts déclarés, et versés par les entreprises enregistrées, entre 2016 et 2019, permettant de construire les premières statistiques culturelles pour le Liban sur cette période. Par ailleurs, les données douanières permettent de retracer les exportations et les importations des biens culturels et créatifs (à l'exception des services), entre 2011 et 2020.

Jusqu'en 2014, les industries culturelles et créatives jouaient un rôle primordial dans les exportations du Liban. En 2019, l'exportation de la joaillerie et des bijoux occupait le premier poste des exportations libanaises, avec environ 1.5 milliard de USD d'exportations. Cependant, étant donné que les systèmes des douanes sont principalement centrés sur l'échange de produits physiques et matériels, un grand nombre de services créatifs ne rentrent pas dans la balance commerciale, bien qu'ils constituent indéniablement des atouts majeurs de l'économie libanaise, tels les services d'architecture ou l'industrie des jeux vidéo, etc...

Ces données quantitatives sont complétées par des entretiens et des groupes de discussion (focus groups) avec les principaux acteurs de l'écosystème culturel, dont la sélection a respecté la répartition sectorielle, la parité homme-femme et le positionnement des interlocuteurs à différents niveaux de la chaîne de valeur. Le rapport s'est appuyé également sur deux consultations (voir les annexes), la première portant sur l'apport des municipalités aux ICC, et la deuxième sous forme d'enquête sur les conditions économiques des artistes en temps de Covid-19.

La consolidation, l'analyse et la synthèse de ces données ont permis de dresser un panorama aussi complet que possible de ces industries, dans le but d'éclairer la réflexion, les décisions et les actions des acteurs culturels et des décideurs politiques, ainsi que des bailleurs de fonds et investisseurs.

Le cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles (Framework for Cultural Statistics, FCS) définit les industries culturelles comme un « ensemble d'activités qui produisent et distribuent des biens ou des services culturels, qui incarnent ou véhiculent des expressions culturelles, indépendamment de la valeur commerciale qu'ils peuvent avoir » [UNESCO, 2009 a].

Dans ce rapport, nous suivons une approche méthodologique de calcul et d'interprétation du secteur des ICC nommée « analyse du poids économique » [economic size analysis], qui est consacrée à l'estimation de la contribution directe des industries culturelles à la génération d'agrégats macroéconomiques de base (VA, PIB, emploi, commerce, exportation et importation). Cette approche est complétée par une analyse structurelle montrant la morphologie de chaque sous-secteur étudié, et une analyse à la loupe des acteurs clé, de leurs fonctions économiques et du périmètre de leur action culturelle.

L'approche par le poids économique et l'analyse structurelle n'est pas uniquement celle qui s'adapte le mieux à l'état des données quantitatives disponibles, mais elle est aussi considérée par l'UNESCO comme « l'approche méthodologique la plus populaire pour mesurer la contribution économique des industries culturelles ». Il s'agit d'une méthode pertinente pour mesurer la contribution des ICC au niveau international et la comparer avec d'autres secteurs. Bien entendu, cette méthode n'est possible qu'après la standardisation et la normalisation des termes et concepts concernant le sujet de mesure. Il s'agit d'une approche simple qui utilise des variables très compréhensibles d'agrégats macroéconomiques, qui sont présentées à la fois en termes absolus et en termes relatifs. Dans les cas où il n'est pas possible de calculer la valeur ajoutée, plusieurs autres mesures peuvent être utilisées pour estimer la contribution économique des industries culturelles, telles que le chiffre d'affaires. Sinon, la valeur ajoutée peut être calculée en utilisant les dépenses comme indicateur (proxy) de la valeur marchande. La valeur réelle des outputs (par exemple, chiffre d'affaires, valeur ajoutée) peut être calculée par des déflateurs de prix (par exemple, indice des prix culturels), pour permettre la comparabilité en termes réels [UNESCO, 2009a]. Dans cette étude, la contribution économique est principalement mesurée par les chiffres d'affaires déclarés par les entreprises au ministère des Finances.

## Contraintes et limitations

La réalisation de cette étude au cours de l'une des périodes les plus difficiles de l'histoire du Liban (octobre 2019 - août 2020) s'est heurtée à de nombreux obstacles sur le terrain tels que l'instabilité politique, économique et financière du pays, le manque d'infrastructures et la faible mise en application du cadre législatif et réglementaire, la pandémie de la COVID-19 et la tragique explosion du port de Beyrouth, le 4 août 2020.

Cette étude a également fait face à des limitations plus spécifiques au domaine des ICC comme le manque de données chiffrées ou un niveau insatisfaisant d'agrégation et la rareté des études antérieures sur le sujet. D'autres limitations sont inhérentes à tout projet de classification et d'analyse économique de l'économie créative, et notamment celles en lien avec la méthodologie de l'analyse du poids économique des ICC. Comme le souligne l'UNESCO [2009a], « les principales faiblesses opérationnelles de l'analyse du poids économique et l'analyse structurelle peuvent être dues aux différents niveaux d'agrégation des activités économiques dans les répertoires d'entreprises pour certaines activités (par exemple, la conception), au niveau de chiffres insuffisants dans la classification ISIC dans certains pays pour certaines activités (par exemple, artisanat, multimédia) ou des statistiques inadéquates de l'emploi dans le secteur culturel (statistiques de classification des professions inexistantes ou existant uniquement à un niveau d'agrégation élevé) . Une autre faiblesse est que l'analyse ne peut pas identifier l'emplacement des zones ou clusters où les entreprises créatives ont tendance à se regrouper. »

Plus particulièrement au Liban, les statistiques sur l'emploi sont rares et les chiffres disponibles, souvent contradictoires, relèvent principalement d'estimations mises à disposition par différentes parties prenantes. Un

autre problème résulte de la forte agrégation des données du ministère des Finances, qui rend difficile la distinction et l'identification claires de la part relevant des différents sous-secteurs culturels. Dans le même sens, comme le recommande le système finlandais des statistiques culturelles, certains produits sont fabriqués par plusieurs industries : par exemple, 70% de la production de l'industrie cinématographique est composée de films, les 30% restants incluant d'autres produits tels que la vidéo publicitaire [ministère de l'Éducation de la Finlande, 2009]. Or dans l'état actuel des données statistiques libanaises, il est pratiquement impossible d'estimer la part du produit principal et des autres produits dans la production totale de l'industrie pour chaque sous-secteur culturel.

Pour toutes ces raisons, notre analyse du poids économique sera combinée à une analyse structurelle et à une analyse de la chaîne de valeur. Notre objectif sera alors d'expliquer la structure et les fonctions des différentes étapes de la chaîne de valeur dans les industries culturelles et de repérer les principaux acteurs et parties prenantes de chaque sous-secteur. Nous nous concentrerons sur les activités culturelles les plus saillantes.

L'analyse structurelle consiste à étudier la structure des industries culturelles à travers la répartition des agrégats macroéconomiques par sous-secteurs ou groupes d'acteurs (auteurs, producteurs, distributeurs, etc.). En l'absence de données sur la valeur ajoutée par sous-secteur, l'analyse de base consistera à évaluer la contribution des ICC à partir du chiffre d'affaires, qui est généralement utilisé pour indiquer la valeur économique et le niveau d'activité dans les industries culturelles, donnant ainsi des indications sur l'environnement des ICC, la pénétration du marché des ICC, et sur la force économique des ICC et leurs effets sur le développement. Le chiffre d'affaires sera dans certains cas exploité pour estimer la valeur ajoutée.

Enfin, le contexte dans lequel l'étude s'est déroulée a entravé la collecte de données sur les deux dernières années budgétaires, notamment en raison des crises économique, financière et sanitaire, ainsi que la dépréciation de la livre libanaise face au dollar américain à partir d'octobre 2019.

## Définitions et classifications des ICC

La définition des ICC varie d'un document bibliographique à un autre et rend très complexe la comparaison des indicateurs socio-économiques. Or, le choix de définition permet de cibler des secteurs spécifiques à inclure dans l'étude et leurs classifications.

Selon la définition de l'UNESCO, « la culture, dans son sens le plus large, est considérée comme l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances » [UNESCO, 2005]. Ainsi, la culture, allant souvent de pair avec la créativité, est ancrée dans différents aspects de la société dans laquelle nous vivons.

Figure 2 | Classification des ICC de base selon l'UNESCO



Les industries culturelles et créatives sont définies par l'UNESCO comme « *les secteurs d'activité ayant comme objet principal la création, le développement, la production, la reproduction, la promotion, la diffusion ou la commercialisation de biens, des services et activités qui ont un contenu culturel, artistique ou patrimonial* ». <sup>3</sup>

D'après la définition « copyrights » de WIPO (World Intellectual Property Organization), le secteur des industries créatives et culturelles englobe les arts visuels, la musique, le spectacle vivant, le cinéma, la photographie, la télévision et la radio, les jeux vidéo, le livre et la presse, la publicité et le secteur de la «Communication and Softwares ».

Mais si ces définitions sont largement adoptées par différents pays, elles restent « larges et étendues » et suscitent de nombreux débats sur la définition même de la créativité et son lien avec la recherche et le développement. Ainsi, plusieurs définitions et nuances sont intéressantes à exploiter dans le but de définir un cadre d'étude.

Quels sont donc les avantages et les inconvénients de ces multiples définitions et classifications ? Comme le montre la figure 3 ci-dessous, il n'existe pas de définition spécifique au Liban ou à la région MENA, et les classifications existantes ne sont pas nécessairement les mieux adaptées au Liban.

<sup>3</sup>UNESCO, 2009

Figure 3 | Comparaison des définitions des ICC <sup>4</sup>

	UNESCO	France	Pays de la région	Liban
Définition	UNESCO	UNESCO adaptée	Pas de définition officielle	Pas de définition officielle
Secteurs	Héritage culturel et naturel, Arts de la scène et festivités, Arts visuels et artisanat, Livre et presse, Audiovisuel et médias interactifs, Design et services créatifs	Arts visuels, Musique, Spectacles vivants, Cinéma, Télévision, Radio, Jeu Vidéo, Livre, Presse, Publicité et communication	Héritage, divisé entre l'expression naturelle et culturelle, puis les sites culturels. Arts, divisés entre art visuel et performance. Médias, entre médias imprimés et médias audiovisuels. « Functional creations » divisé entre le design, les nouveaux médias et les services créatifs.	Théâtre / radio / films / TV, Composition / enregistrement / performance de musique, Patrimoine / arts visuels / fashion design et « craft », Publicité et graphisme, Architecture et design, Presse et édition, Logiciels / jeu-vidéo / web design
Remarques	Trop large, surtout orientée culture (ex : héritages, sites)	Spécifique et économique	Trop complexe	<b>Cette étude opte pour une définition plus proche de celle de la France</b>

Du point de vue opérationnel, nous adoptons dans ce rapport la **définition de l'UNESCO pour les statistiques culturelles** en lui apportant des modifications légères pour l'adapter aux données fiscales au Liban. Le cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles s'est appuyé sur une définition large de la culture basée sur le modèle du cycle culturel (qui saisit les différentes phases de création, de production et de diffusion de la culture).

Néanmoins, en agrégeant les différents sous-secteurs pour recomposer le secteur des ICC, nous proposons un **cadre de classification simplifié** qui nous semble se prêter le mieux aux données statistiques existantes au Liban. Ce cadre simplifié est inspiré à la fois du cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles et du cadre élaboré pour les statistiques culturelles en Amérique latine<sup>5</sup> [Convenio Andrés Bello, 2008]. À mi-chemin entre les deux classifications, nous proposons un cadre libanais des statistiques culturelles qui limite les domaines du patrimoine au seul patrimoine historique et visite des musées et sites, puisqu'il n'existe pas de données sur le patrimoine naturel ou immatériel au Liban, et qui élargit les catégories du design.

<sup>4</sup>UNESCO, 2015 ; Hill, 2008 ; EY, 2015

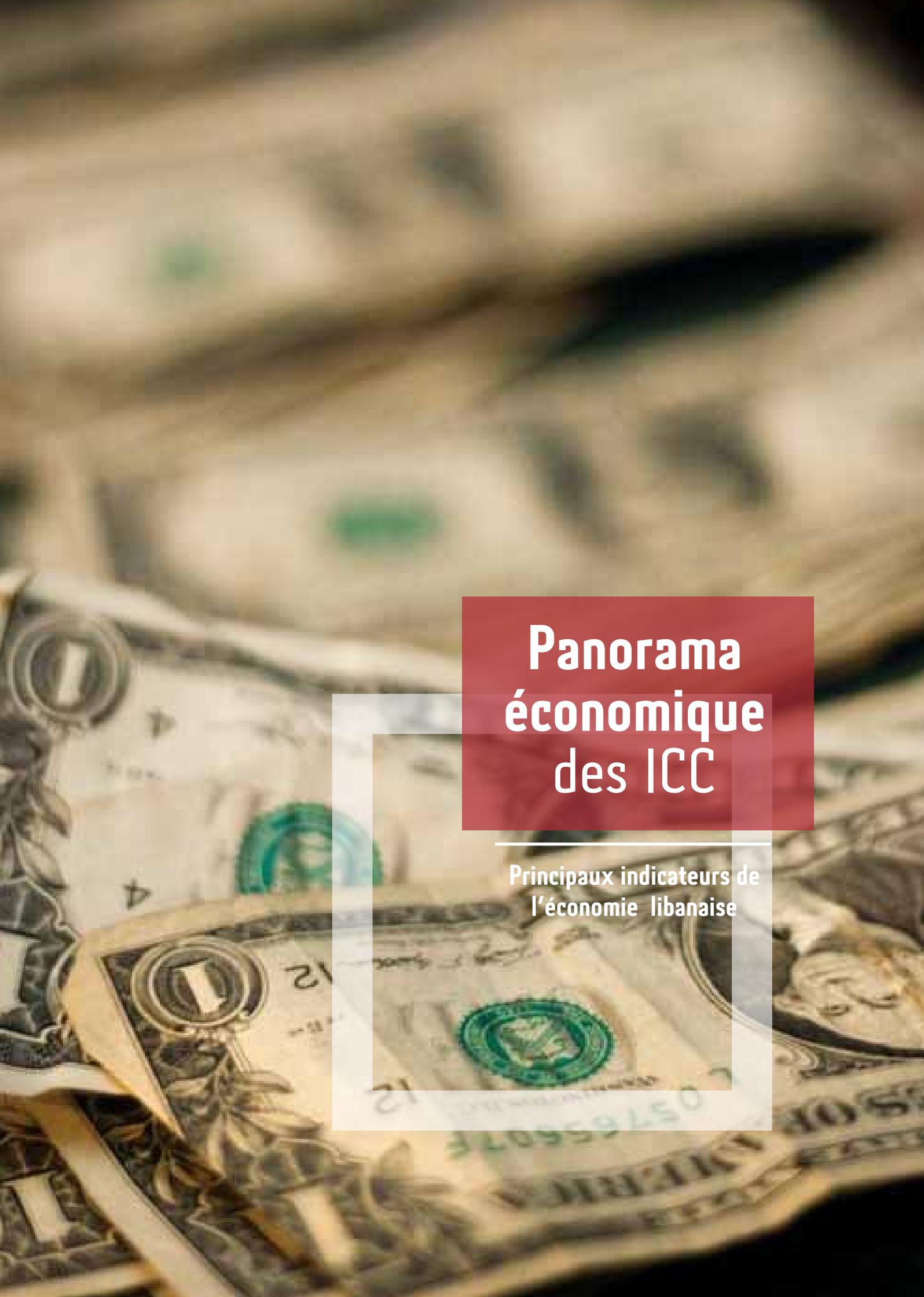
<sup>5</sup>Dans les Cultural Satellite Account (CSA) latino-américain (Convenio Andres Bello, 2008), les domaines culturels sont répartis en 12 secteurs et plusieurs sous-secteurs, comme suit: 1) création artistique (littéraire, théâtre, musique, etc.); 2) arts du spectacle (théâtre, danse, musique live, etc.); 3) arts visuels (photographie, sculpture, arts graphiques, arts industriels, etc.); 4) livres et édition (livres, périodiques, autres publications, etc.); 5) audiovisuel (cinéma et vidéo, radio et télévision, jeux vidéo, etc.); 6) musique (édition de musique et enregistrement de musique); 7) design (architectural, industriel, graphique, textile, mode, accessoires et joaillerie, etc.); 8) jeux et jouets; 9) patrimoine matériel (musées, bibliothèques, instituts du patrimoine, etc.); 10) patrimoine naturel (jardins botaniques et zoos, réserves naturelles, etc.); 11) patrimoine immatériel (festivals et foires, langues locales, cuisine et traditions culinaires locales, etc.); et 12) formation artistique

## Classification adoptée par l'étude avec une délimitation de 7 domaines culturels

- A. Le patrimoine historique, musées et sites
- B. **Les arts du spectacle et festivals (théâtre, festivals, danse, chants, musique live, etc.)**
- C. Les arts visuels (photographie, sculpture, arts graphiques, installations, galeries, expositions, etc.)
- D. Édition, livres et presse (Édition de livres, édition de journaux et magazines, autres éditions, bibliothèques (y compris virtuelles), salon du livre, etc.)
- E. **Audiovisuel (cinéma, vidéo, radio et télévision, jeux vidéo, multimédias, édition de musique, enregistrement de musique, publicité, etc.)**
- F. **Design (textile, mode et stylisme, bijoux, architecture, graphisme, design industriel, etc.)**

Sont exclus de notre classification le patrimoine naturel, le patrimoine immatériel, les industries annexes (récréatives, loisirs, tourisme, etc.) et transversales (éducation, archivage, etc.).

La suite de cette étude présentera le panorama économique et les cadres réglementaire et financier des ICC avant de se focaliser sur 3 industries : les arts du spectacle, l'audiovisuel et le design.



# Panorama économique des ICC

---

Principaux indicateurs de  
l'économie libanaise

# Panorama économique des ICC

## Principaux indicateurs de l'économie libanaise

Depuis le début de la guerre en Syrie en mars 2011, la croissance au Liban a été très volatile et en proie à une succession de chocs exogènes, notamment des attentats, des affrontements militaires dans les zones frontalières, et l'afflux de plus de 1.5 million de réfugiés syriens au Liban (qui constituent à présent près de 40% de la population libanaise). Cette situation a accru la vulnérabilité sociale et le chômage.

Les années qui suivent le début de la guerre en Syrie ont été particulièrement coûteuses pour le Liban, avec des soldes de la balance des paiements négatifs en permanence, et une diminution drastique de ses réserves de change. Le Liban n'avait jamais connu auparavant des déficits récurrents plus de deux années consécutives. Cependant, son modèle de croissance d'après-guerre semble avoir été principalement financé par des flux de capitaux volatils et des déficits jumeaux importants qui ont conduit la dette publique au-delà de 170% du PIB en 2019 (ministère des Finances, 2020). Sur le plan politique, la dynamique créée entre démocratie consensuelle et économie rentière a entraîné la dégradation progressive du service public et donné naissance à une corruption endémique au sein de l'administration publique libanaise, coûtant au Liban environ 9% de son PIB annuel [Banque mondiale, 2015].

Cette situation économique précaire est accentuée par la corruption économique, sociale et politique et le monopole au niveau d'une majorité de marchés. Le Liban est, en effet, parmi les premiers dans le classement des pays les plus corrompus (137e sur un total de 180 pays selon l'indice de corruption). Sur le plan budgétaire, le modèle économique se caractérise par une faible progressivité de l'impôt. En effet, 70% des revenus publics proviennent des impôts indirects ou régressifs.

Le modèle économique du Liban est souvent présenté comme celui d'une économie rentière, non productive, dans laquelle les secteurs productifs de l'industrie et de l'agriculture représentent environ 16% du PIB en 2019 contre 25% de PIB avant la guerre (1975-1990). Toutefois, cette labélisation du Liban en tant qu'économie « rentière » contribue parfois à marginaliser encore plus les secteurs productifs du pays et à escamoter l'apport économique et social des agents productifs. Comme le montrera ce rapport au fur et à mesure de son diagnostic sectoriel, la créativité et les industries qui en découlent ont joué un rôle crucial dans le régime d'accumulation et, dans ce sens, les ICC peuvent également contribuer à corriger certains malentendus et certains préjugés ou partis-pris idéologiques sur le modèle de croissance libanais.

Aujourd'hui, le Liban fait face à la plus grave crise économique, financière et sociale de son histoire récente. En effet, la contraction économique est estimée à -6.7% pour 2019 et -19.2% pour 2020 [Banque mondiale, 2020], tandis que le taux de change entre la livre libanaise et le dollar américain accuse une nette détérioration sur les marchés parallèles.

En 2018, 27% de la population vivait en dessous du seuil de pauvreté, un taux qui semble dépasser les 50% en 2021. La richesse est répartie de façon inégale avec 25% des revenus détenus par 1% des riches et 55% des revenus détenus par 10% des plus riches. Par ailleurs, l'économie libanaise ne crée pas suffisamment

d'emplois : en moyenne 50,000 individus entrent sur le marché du travail annuellement (dont 65% de diplômés), face à 27,000 nouveaux emplois créés. Cette situation place les travailleurs dans la précarité, et contribue à la fuite massive de talents : 77% des jeunes libanais veulent quitter le pays. Cela aboutit à un taux de chômage élevé, estimé officiellement à 11.4% avant la crise de 2019, mais qui dépasse les 50% après 2020 [Banque Mondiale, 2020].

En octobre 2019, des manifestations à l'échelle nationale ont éclaté, se transformant rapidement en un mouvement social gigantesque condamnant les défaillances institutionnelles et le manque de gouvernance, la mauvaise qualité des infrastructures et des services publics, la corruption et la détérioration des conditions socio-économiques.

En mars 2020, avec l'épuisement des réserves en devises étrangères de la Banque centrale, le gouvernement libanais a fait défaut sur sa dette souveraine et annoncé la mise en place de négociations avec les créiteurs. Il n'y a pas eu d'avancées dans les négociations à l'heure actuelle.

Au lendemain de la double explosion du port de Beyrouth le 4 août 2020, des quartiers entiers de la capitale ont été ravagés, provoquant des centaines de morts, des milliers de blessés et des centaines de milliers de déplacés. De même, des quartiers hébergeant un grand nombre de bâtiments historiques, d'ateliers, de galeries et de musées ont subi des destructions considérables. Les quartiers de Gemmayzé, Burj-Hammoud et Mar Mikhael, qui avaient constitué jusque-là un véritable hub créatif, ont subi des pertes de très grande ampleur. Les secteurs les plus gravement touchés sont ceux du logement, des transports et du patrimoine culturel matériel et immatériel dont les sites religieux et archéologiques, les monuments nationaux, les théâtres, les archives, les bibliothèques et autres monuments.

Compte tenu du caractère rapide de l'évaluation, le rapport propose des fourchettes de valeurs pour les dommages matériels, les pertes économiques et les besoins prioritaires pour les années 2020 et 2021. En matière de culture, le rapport « Évaluation rapide des dommages et des besoins » (RDNA) mené par l'ONU, l'Union européenne et la Banque mondiale au lendemain de l'explosion estime **les dégâts (coût de la reconstruction ou de la restauration) entre 1 et 1.2 milliard de USD et les pertes (manque à gagner en termes de flux) entre 400 et 490 millions de USD.**

Au lendemain de cette explosion et dans un effort de collecte de fonds pour soutenir les acteurs culturels et créatifs les plus touchés, un grand nombre d'initiatives a vu le jour. Elles ont été lancées par des organisations et des artistes à travers le monde, avec ou sans lien avec le Liban. Parmi ces initiatives :

- « Restaurer le patrimoine, la culture et l'éducation à Beyrouth - #ForBeirut » de l'UNESCO ;
- « Theater relief group in Lebanon » de Art Relief for Beirut ;
- « Beirut filmmakers and film workers relief fund » de Beirut DC ;
- « Lebanon Solidarity Fund » par Arab Fund for Arts and Culture – AFAC et Culture Resource de Al-Mawred Al-Thaqafy ;
- « Solidarity fund for audiovisual community » de la Fondation Liban Cinéma.

Même si l'impact de l'explosion dépasse le cadre temporel de notre étude, notre travail de terrain ayant été clôturé en juin 2020, il nous semble que la sauvegarde du patrimoine culturel et le maintien d'un tissu artistique et culturel libanais viable nécessitent aujourd'hui, ressources financières mises à part, une réhabilitation complète

et immédiate du secteur, fondée sur une concertation, une réflexion collective, et une implication active du plus grand nombre d'acteurs et opérateurs culturels, afin d'identifier les priorités, de repenser ses infrastructures, d'articuler les visions et de soutenir le secteur sur la base d'un soutien diversifié, cohérent et récurrent, des différents acteurs, bailleurs de fonds, ONG et autres organisations concernées.

## Principaux indicateurs des ICC avant 2015

En raison de l'absence d'une administration unique chargée spécifiquement de ce secteur, les données économiques sur les ICC restent anciennes, disparates, inexistantes, ou difficilement accessibles. Elles proviennent de différentes sources, souvent contradictoires ou non convergentes. Par ailleurs, la méthodologie de calcul n'étant pas toujours transparente, il est parfois difficile de comparer différents indicateurs provenant de différentes sources. Aussi, une analyse bibliographique rigoureuse a été menée afin de pallier ces insuffisances, l'objectif étant de tracer une ligne de référence avant de procéder ensuite à l'étude des données originales portant sur la période 2016-2019.

Dans une étude de 2007, quatre types de secteurs ont été pris en considération pour étudier l'impact socio-économique des ICC :

- Les secteurs ICC de base ;
- Les secteurs interdépendants (l'existence de ces secteurs dépend directement des ICC comme la vente des instruments de musique) ;
- Les secteurs partiels (secteurs dont une partie des activités seulement est dédiée aux ICC comme les matières premières et le textile) ;
- Les secteurs de support (une partie des activités économiques est générée grâce aux ICC comme les secteurs du transport ou de l'hôtellerie) [AUB, 2007].

En suivant l'approche WIPO, cette étude montre que les 4 secteurs des ICC représentaient **4.75% du PIB dont la moitié (53%) est générée directement par les ICC de base**. Le chiffre d'affaires des ICC de base atteint 1 milliard de USD en 2007 et les deux secteurs du cinéma et des spectacles vivants génèrent 233 millions de USD de revenus, soit 24% des ICC [AUB, 2007].

Tableau 3 | Répartition du PIB par secteur des ICC en 2007 [AUB, 2007]

	Part du PIB	Valeurs (millions de USD)	%
<b>Total ICC</b>	<b>4.75%</b>	<b>1.044</b>	<b>100%</b>
ICC de base	2.53%	553	53%
ICC inter-dépendants	0.71%	157	15%
Industries partiellement ICC	0.62%	136	13%
Industries de support ICC	0.89%	198	19%

Tableau 4 | Chiffres d'affaires des sous-secteurs créatifs [AUB, 2007]

	Chiffres d'affaires (millions de USD)	%
<b>Répartition des ICC de base en 2007</b>	<b>1.005</b>	<b>100%</b>
Livres et presse	373	37%
Musique et spectacles vivants	126	13%
Cinéma	107	11%
Radio et télévision	124	12%
Photographie	19	2%
Software	125	12%
Arts visuel et graphique	72	7%
Publicité	58	6%
Autres	1	-

Tableau 5 | Répartition du nombre d'entreprises des ICC de base selon les secteurs avant 2015

	Nombre d'entreprises	%	Nombre d'employés moyen
<b>Répartition des ICC de base</b>	<b>6.350</b>	<b>100%</b>	<b>3.8</b>
Livres et presse	2.600	41%	3.6
Musique et spectacles vivants	1.250	20%	2.0
Cinéma	900	14%	3.2
Radio et télévision	100	2%	40.0
Photographie	250	4%	2.0
Softwares	550	9%	4.5
Arts visuel et graphique	650	10%	2.2
Publicité	50	1%	16.0
Autres	-	-	-

Par ailleurs, l'étude montre que ce secteur emploie environ 50,000 personnes à temps plein (soit 2.1% du total des emplois), dont 24,000 dans les ICC de base, les deux secteurs des spectacles vivants et du cinéma représentant 22% de ces derniers. Une grande majorité de ces emplois est estimée être précaire, bien qu'aucune estimation fiable ne soit disponible. Cette précarité est due au manque d'emplois fixes et stables, ainsi qu'à l'irrégularité des revenus et à l'informalité des emplois [AUB, 2007].

Sur 4,700 entreprises nouvellement enregistrées à Beyrouth (moyenne annuelle sur 3 ans), environ 320 entreprises sont des ICC, soit 6.8% du total [AUB, 2007]. Alors que les entreprises du secteur des ICC employaient 3.8 employés par entreprise en moyenne, les deux sous-secteurs de la radio/télévision et de la publicité sont composés de grandes entreprises (employant respectivement 40 et 16 personnes en moyenne) [Hill, 2008].

Concernant le commerce extérieur avant 2015, les études ont montré jusqu'ici que la balance commerciale culturelle et créative était généralement déficitaire, les exportations libanaises d'ICC étant néanmoins en croissance continue sur la période 2005-2014 [UNCTAD, 2019].

Tableau 6 | Évolution des exportations de produits ICC (les biens à l'exception des services) de 2005 à 2014 (millions de USD) [UNCTAD, 2019]

Millions de USD	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Expositions	169	186	226	282	275	289	205	268	243	264
Artisanat	9	10	8	9	9	8	7	8	6	7
Audiovisuel	3	3	3	3	5	10	6	4	2	3
Design	121	133	155	206	168	159	121	168	141	126
Nouveaux médias	-	-	8	4	10	18	6	4	7	5
Arts du spectacle	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Édition	33	39	46	53	80	91	60	81	80	119
Arts visuels	3	3	5	5	4	4	4	4	6	5

Le pays exporte des produits de design d'une valeur comprise entre 120 et 168 millions de USD, dont le design de bijoux à lui seul représenterait quelques 65 millions de USD. L'exportation des livres et de presse occupe le second poste des exportations culturelles, alors que les autres sous-secteurs semblent stagner ou même régresser sur la période [UNCTAD, 2019].

Malgré sa balance commerciale déficitaire, le Liban semble se spécialiser dans les ICC pendant cette période. Déjà en 2010, en comparant les ratios de la contribution des ICC à la création de richesse dans la zone Moyen-Orient et Afrique du Nord (MENA), le Liban occupait la première place devant des pays comme la Jordanie, la Syrie et les Émirats arabes unis. Et dans un benchmark sur un échantillon de 12 pays, le Liban a été classé à la huitième place devant le Canada (4.50%), la Croatie (4.42%), la Lettonie (4.0%) et la Bulgarie (3.92%). Il est arrivé directement après le Mexique (4.77%), les Philippines (4.92%) et la Jamaïque (5.1%), les États-Unis se classant au premier rang mondial (11.12%), suivis de la Hongrie (6.67%) et de la Russie (6.06%) [UNCTAD, 2010].

## Évolution économique des ICC entre 2016 et 2019

### 1 | Poids des ICC après 2015

En reconstruisant les chiffres mis à notre disposition par le ministère des Finances, nous pouvons estimer le poids du secteur des ICC au Liban. Le poids économique de chaque sous-secteur, au niveau d'agrégation le plus faible sera détaillé systématiquement dans la suite de ce rapport. Mais la présente section tente de donner dans un premier temps un aperçu général du secteur sous forme de comptabilité nationale culturelle, à un niveau désagrégé, montrant les revenus générés par les sous-secteurs des ICC au Liban et la composition d'ensemble du secteur selon la classification de l'UNESCO, et suivant notre classification simplifiée.

Tableau 7 | Composition et évolution des revenus des ICC au Liban selon la classification de l'UNESCO

Classification ICC (UN) (USD)	2016	2017	2018	2019
<b>Patrimoine culturel et naturel</b>	<b>12,060,354</b>	<b>14,880,729</b>	<b>11,824,232</b>	<b>12,810,295</b>
Musées, sites et conservation du patrimoine	12,060,354	14,880,729	11,824,232	12,810,295
<b>Arts de la scène et festivités</b>	<b>92,835,167</b>	<b>114,514,367</b>	<b>99,330,352</b>	<b>86,144,627</b>
Total arts de la scène et festivités (hors musique)	92,835,167	114,514,367	99,330,352	86,144,627
<b>Arts visuels et artisanat</b>	<b>54,646,010</b>	<b>55,389,896</b>	<b>538,888,648</b>	<b>45,754,912</b>
Total arts visuels (hors artisanat et textile)	36,396,776	38,165,192	38,019,488	31,400,757
Total textile fabrication et réparation	18,249,234	17,224,705	15,869,161	14,354,155
<b>Livre et presse</b>	<b>494,256,050</b>	<b>476,757,914</b>	<b>417,898,006</b>	<b>353,028,202</b>
Édition de livres	60,719,847	57,278,393	55,435,211	53,909,332
Édition de journaux et magazines	55,437,996	39,085,286	31,846,457	23,305,514
Autres éditions	2,367,614	1,791,105	929,161	728,871
Autres ventes	375,730,592	378,603,129	329,687,176	275,084,485
<b>Audiovisuel et médias interactifs</b>	<b>133,930,990</b>	<b>143,308,949</b>	<b>138,470,426</b>	<b>120,256,155</b>
Total cinéma	87,000,295	93,086,065	89,171,695	78,810,150
Production de films pour télévision	46,930,695	50,222,884	49,298,732	41,446,005
<b>Design et services créatifs</b>	<b>194,724,315</b>	<b>191,291,556</b>	<b>249,793,830</b>	<b>276,258,250</b>
Total bijoux hors design	173,523,109	167,803,426	219,615,616	245,890,076
Bijoux et mode: design de bijoux et mode	14,691,919	14,972,139	17,995,790	19,579,535
Production de films pour entreprises et publicité	6,509,287	8,515,990	12,182,424	10,788,639
<b>Total ICC</b>	<b>982,452,887</b>	<b>996,143,410</b>	<b>971,205,494</b>	<b>894,252,442</b>

Cette agrégation des ICC nous donne un panorama du secteur dont le total des revenus générés entre 2016 et 2018 est de **presque 1 milliard de USD (de l'ordre de 2% du PIB), et autour de 900 millions de USD en 2019**. Ces revenus concernent uniquement le secteur dit formel, autrement dit les revenus déclarés des entreprises résidentes et enregistrées au Liban, déclarant leurs revenus au ministère des Finances. Le secteur des ICC a suivi le mouvement général de l'économie libanaise, affichant un pic de chiffre d'affaires en 2017, avec une légère augmentation de 1.4% par rapport à 2016, une hausse comparable au taux de croissance du PIB. En 2018 et 2019, le secteur est en récession, épousant le mouvement d'ensemble de l'économie nationale et subissant de manière amplifiée le ralentissement du niveau d'activité, **avec des taux de croissance négatifs de -2.5% en 2018 et -7.9% en 2019**. Les activités économiques mesurées dans le cadre de cette étude baissent ainsi de 996 millions de USD en 2017 à moins de 895 millions de USD en 2019. Étant donné qu'entre 2016 et 2019, les taux de variation des chiffres d'affaires sont pratiquement comparables aux taux de croissance de l'économie libanaise, **il est donc possible d'en conclure que le poids relatif des ICC au Liban reste inchangé, comparé à l'année 2015. Autrement dit, il reste compris entre 4.75 et 5% du PIB, soit une valeur marchande de quelques 2.3 milliards de USD.**

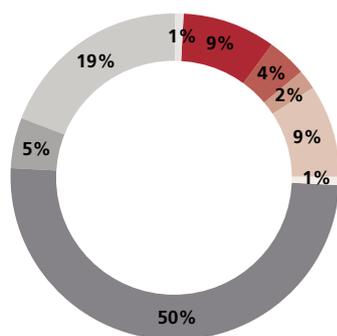
Notre comptabilité réussit ainsi à enregistrer un peu moins de la moitié des revenus du secteur culturel et créatif, dont le poids total a été estimé autour de 2.3 milliards de USD, l'autre partie (**représentant 1.3 milliard de USD de revenus au moins**) restant invisible pour différentes raisons, comme l'informalité, la tentation des acteurs économiques libanais de ne pas soumettre l'ensemble de leurs activités à la fiscalité nationale ou encore la faiblesse des catégories comptables du ministère. Cela dit, ces données concernant l'économie déclarée de la culture et de la créativité sous-estiment largement le poids réel du secteur et sa contribution à

la création de richesse. A part la tendance à sous-déclarer les revenus, la contribution économique réelle du secteur doit être nécessairement supérieure en raison du manque de données sur certains sous-secteurs (comme les revenus du patrimoine naturel, de la musique, du travail artisanal traditionnel, des nouveaux médias, et des services de l'architecture, des jeux vidéo et de la programmation, etc.) pour lesquels il n'existe pas de revenus déclarés au ministère. L'informalité contribue également à cette sous-estimation, tout comme la forte présence d'actions culturelles opérant via les associations qui, elles non plus, ne déclarent pas d'impôts sur les bénéficiaires.

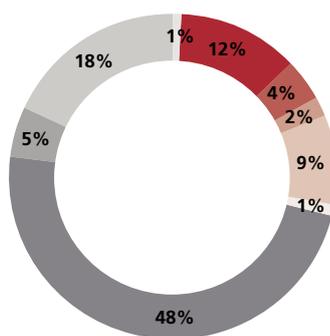
Au niveau sectoriel, c'est l'édition qui occupe la première place en termes de chiffres d'affaires, presque la moitié du total des revenus en 2016, pour baisser à 43% en 2018 et à moins de 40% en 2019. Le sous-secteur de la fabrication et réparation de bijoux occupe la deuxième place, suivi par les arts de la scène et festivals et par le cinéma. Les figures suivantes [Figure 4] montrent l'évolution des poids relatifs de chaque sous-secteur entre 2016 et 2019.

Figure 4 | Évolution de la composition du secteur des ICC de 2016 à 2019

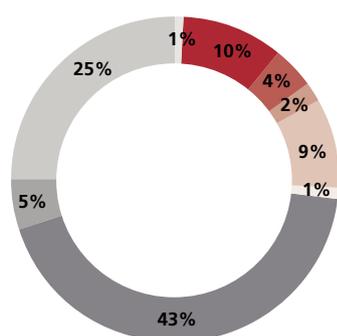
Composition du secteur ICC en 2016



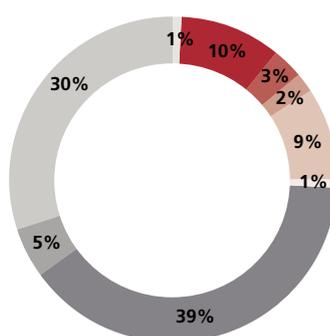
Composition du secteur ICC en 2017



Composition du secteur ICC en 2018



Composition du secteur ICC en 2019



- ADS
- Arts visuels
- Textile
- Cinéma
- Patrimoine
- Édition
- Séries TV
- Bijoux et design de mode
- Publicité

## 2 | L'emploi dans les ICC

Datant de 2018, l'étude la plus récente sur la population active au Liban (ACS & ILO, 2018), publiée par l'ACS avec l'Organisation internationale du Travail montre que la population en âge de travailler (15 ans et plus) au Liban est de 3.6 millions de personnes, avec une population active ne dépassant pas les 1.8 million. Cela montre que le taux de participation à la population active est faible (de l'ordre de 48.8%), avec notamment l'un des taux de participation des femmes les plus faibles au monde (29.3%).

Tableau 8 | Principaux indicateurs de la population active en 2018 (milliers de personnes)

	Nombre de personnes
Population de 15 ans et plus	3,677
Population active	1,794
En situation d'emploi	1,590
En situation de chômage	204

Ces données ne semblent pas constituer une base convenable pour l'étude de l'emploi dans le secteur culturel et créatif, encore moins pour les emplois créatifs. En effet, l'étude n'accorde pas de place particulière à la main-d'œuvre créative et se contente de préciser que la population active employée dans les « Métiers de l'art, des loisirs et du récréatif » serait estimée à 13,000 personnes, soit 0.8% du total de la population active, avec uniquement 3,000 femmes, ce qui est en flagrante contradiction avec les données sectorielles que nous avons pu regrouper dans le cadre de cette étude. Les limites méthodologiques de l'étude de l'ACS nous empêchent donc de la prendre comme source pour décrire la situation du marché du travail et de l'emploi, et notamment les données concernant l'emploi par activité.

Tableau 9 | Population active potentiellement employée dans les ICC (milliers de personnes)

Secteur d'activité	Nombre de personnes
Travailleurs qualifiés	264
Professions scientifiques et techniques	60
Métiers de l'art, des loisirs et du récréatif	13
Information et communication	25

D'après les rapports de McKinsey et de la Banque mondiale [2018], le secteur créatif emploie 4.5% de la population active, soit 75,000 personnes, chiffre qui semble largement sous-estimer l'emploi dans ce secteur. En effet, il semble que le total de la main-d'œuvre employée dans le secteur créatif peut être raisonnablement estimé à 100,000 personnes au moins, soit autour de **5.8% de la population active**. En s'appuyant sur les données contestables de l'ACS, aux 13,000 artistes stricto sensu on peut ajouter 25,000 employés dans le secteur de l'information et la communication et 60,000 dans les métiers « scientifiques et techniques ». Cette estimation de 100,000 travailleurs et travailleuses dans le secteur créatif - à ne pas confondre avec les métiers créatifs, dans la mesure que ces derniers ne représentent qu'une composante du total de la main d'œuvre employée dans le secteur - n'inclut pas encore les artisans et les ouvriers qualifiés employés dans des activités de support au secteur culturel ou créatif, ni les métiers annexes dans les domaines de l'éducation ou de la santé, ni les architectes, les ingénieurs et les architectes d'intérieur.

Si nous ajoutons aux travailleurs des secteurs créatifs au sens strict (100,000 personnes) l'ensemble des travailleurs qualifiés et des artisans (dont la part créative est impossible à déterminer), nous obtenons alors une **population « potentiellement créative » de l'ordre de 360,000 personnes, soit 20% du total de la population active, dont la part créative reste impossible à déterminer.**

Nous pouvons considérer que l'estimation de quelque 100,000 travailleurs dans le domaine culturel et créatif est concordante avec les données sectorielles que nous avons pu collecter dans le cadre de cette étude. Du moins, l'étude de 2007 sur la main-d'œuvre créative donne un nombre deux fois supérieur à celui de l'ACS,

avec le sous-secteur de la presse et de l'édition employant à lui seul plus de 9,000 personnes, au moment où la radio et la télévision employaient 4,000 personnes et la musique, le cinéma et la production de logiciels employaient chacun quelque 2,500 personnes. Ainsi, les emplois dans les ICC de base montaient à 24,000 emplois, alors que l'inclusion des métiers partiellement créatifs ou interdépendants donnait déjà en 2007 une population créative employée à temps plein de 50,000 personnes, soit 4.5% de la population active totale [AUB, 2007].

Tableau 10 | Le nombre d'emplois créatifs par type de secteur en 2007

	Emplois ICC / total emplois	Nombre d'emplois	%
<b>Total ICC</b>	<b>4.5%</b>	<b>50,000</b>	<b>100%</b>
ICC de base	2.1%	24,000	48%
ICC inter-dépendants	0.7%	8,000	16%
Industries partiellement ICC	0.7%	7,800	16%
Industries de support ICC	0.9%	10,200	20%

Tableau 11 | Répartition des emplois créatifs par sous-secteur en 2007

	Nombre d'emplois	%
<b>Répartition des ICC de base</b>	<b>24,000</b>	<b>100%</b>
Livres et presse	9,250	39%
Musique et spectacles vivants	2,500	10%
Cinéma	2,900	12%
Radio et télévision	4,000	17%
Photographie	500	2%
Softwares	2,500	10%
Art visuels et graphiques	1,400	6%
Publicité	800	3%
Autres	150	1%

À cette population, il faudrait ajouter également un nombre important de travailleurs informels sous différents statuts : travailleurs occasionnels sans emploi fixe et stable, travailleurs instables souffrant d'irrégularité des revenus ou occupant deux ou plusieurs emplois et les travailleurs permanents qui ne déclarent pas leur activité. Enfin, cette estimation de 100,000 travailleurs dans le secteur culturel ou créatif ne renvoie pas nécessairement à des métiers créatifs, et la part créative reste impossible à déterminer. Cependant, elle n'inclut pas les architectes, les ingénieurs et les architectes d'intérieur, regroupés dans une catégorie à part, ni les artisans et les ouvriers qualifiés employés dans des activités de support au secteur culturel ou créatif, dont une composante non négligeable appartient de plein pied au secteur créatif (comme les architectes) ou pourrait être effectivement employée dans des tâches créatives.

### 3 | Le potentiel exportateur des ICC

La balance commerciale (BC) culturelle et créative semble déficitaire de manière récurrente, sauf pour l'année 2014 à la suite d'une hausse importante des exportations, et pour les deux premiers semestres de l'année 2020 (principalement en raison de la baisse drastique des importations dans un contexte de dépréciation de la livre libanaise). L'année 2020 mise à part, il semble donc que les exportations créatives du Liban chutent de manière importante à partir de 2014, alors que les importations augmentent rapidement. Rien qu'en 2015, les importations augmentent de presque 12% par rapport à 2014, alors que les exportations chutent de presque 24%, faisant passer la balance commerciale culturelle et créative d'un excédent de 5.4 millions de USD à un déficit de 61.7 millions. En 2018, le déficit avait déjà doublé, passant à quelques 123 millions de USD.

Tableau 12 | Évolution des importations et des exportations des ICC de 2016 à 2019 (milliers de USD)

Année	Produits	Importations	Exportations	Balance commerciale
2016	Artisanat	64,469	3,783	-60,686
2016	Design et joaillerie	81,820	53,343	-28,477
2016	Arts visuels	9,193	2,249	-6,944
2016	Audiovisuel	-	-	-
2016	Édition	40,738	61,808	21,070
<b>Total 2016</b>		<b>196,220</b>	<b>121,183</b>	<b>-75,037</b>
2017	Artisanat	62,520	3,803	-58,717
2017	Design et joaillerie	122,144	53,355	-68,789
2017	Arts visuels	10,115	4,623	-5,492
2017	Audiovisuel	-	33	33
2017	Édition	43,713	71,391	27,678
<b>Total 2017</b>		<b>238,492</b>	<b>133,205</b>	<b>-105,287</b>
2018	Artisanat	56,875	4,442	-52,433
2018	Design et joaillerie	136,808	56,328	-80,480
2018	Arts visuels	12,646	3,992	-8,654
2018	Audiovisuel	20	1	-19
2018	Édition	46,592	65,201	18,609
<b>Total 2018</b>		<b>252,941</b>	<b>129,964</b>	<b>-122,977</b>
2019	Artisanat	42,601	5,027	-37,574
2019	Design et joaillerie	93,910	68,198	-25,712
2019	Arts visuels	11,301	3,168	-8,133
2019	Audiovisuel	-	5	5
2019	Édition	40,895	71,815	30,920
<b>Total 2019</b>		<b>188,707</b>	<b>148,213</b>	<b>-40,494</b>

(Voir les tableaux désagrégés de l'évolution de 2011 à 2020 en annexe 3)

L'édition ainsi que la joaillerie semblent être les seuls sous-secteurs qui connaissent durablement une balance externe positive.

Cependant, ces mêmes secteurs se trouvent dans une situation de fragilité qui remet en question leur potentiel exportateur. Concernant la joaillerie créative, la composante créative semble occuper une place négligeable au sein des exportations de bijoux. Le solde externe positif se maintient uniquement entre 2011 et 2014, passant à un déficit de quelque 80 millions de USD en 2018. **Si l'exportation de bijoux et de produits de la joaillerie s'élevait à plus de 110 millions de USD en 2012, elle ne représente plus que la moitié entre 2014 et 2018. Cependant, les exportations totales de bijoux (le créatif et le non créatif) semblent atteindre des pics historiques avec la crise, avec des exportations dépassant les 1.5 milliard de USD en 2019.**

#### **4 | Éducation et formations professionnelles**

Il existe 9 universités offrant des formations dans le théâtre et l'audiovisuel, tandis que 5 universités et écoles (ESMOD) proposent des cursus dans le design et la mode. Elles possèdent un bon niveau académique, mais elles manquent de moyens pour être à la pointe de l'industrie, surtout au niveau des équipements en matière de nouvelles technologies.

8,600 étudiants en moyenne se sont inscrits annuellement entre 2007 et 2012 dans des spécialités des ICC (3.3% du total des étudiants universitaires), dont 62% sont des étudiantes, le tiers allant à l'Université libanaise, 2,600 en formations professionnelle et technique.

Cependant, sur ce total de 8,600 inscrits, environ 2,150 sont diplômés annuellement et seules quelques centaines intègrent le marché du travail des ICC. Les autres poursuivent leurs études, travaillent dans un secteur hors ICC, se retrouvent au chômage ou émigrent.



# Cadre réglementaire et principaux acteurs

---

**Les acteurs publics peinent à soutenir  
l'action culturelle**

# Cadre réglementaire et principaux acteurs

Dotés d'un budget très limité, les acteurs publics peinent à soutenir l'action culturelle, alors que le secteur privé et les institutions internationales jouent un rôle primordial dans le soutien aux ICC.

## Les principaux acteurs institutionnels

### 1 | Le ministère de la Culture

La Loi no 35-2008 crée le ministère de la Culture et définit ses missions, les institutions publiques qui lui sont rattachées et ses moyens d'appui aux ICC. Le ministère a la charge de la formulation d'une politique culturelle générale, de la définition des plans sectoriels et de leur exécution, de l'établissement de la coordination et de la coopération avec les organismes publics et privés concernés, et peut apporter son soutien aux artistes et créatifs.

**Le budget du ministère de la Culture reste extrêmement limité (33 millions de USD) et ne représente que 0.24% du budget de l'État en 2020** contre 2.56% en France, malgré une croissance annuelle symbolique.

Tableau 13 | Évolution du budget du ministère de la Culture de 2015 à 2019 (millions de USD)

	2015	2016	2017	2018	2019
Budget du ministère de la Culture	24.20	24.96	26.41	32.27	33.22

En 2019, les dépenses opérationnelles (OpEx) représentent 88% du budget total contre 12% en dépenses d'investissement (CapEx). La masse salariale absorbe 76% du budget, alors que 3% du budget est alloué aux ICC sous la forme de subventions aux acteurs culturels, aux ONG et associations. Le détail des dépenses opérationnelles montre que 57% des allocations sont allouées au Conservatoire national, la direction générale des Antiquités obtenant 23% du budget ministériel.

Tableau 14 | Structure du budget du ministère de la Culture en 2019 (millions de USD)

	Dépenses	%
OpEx	27.31	82
CapEx	5.91	18
<b>Total</b>	<b>33.22</b>	<b>100</b>

### 2 | Les autres ministères

Différents ministères jouent également un rôle dans la prise de décisions et le développement des ICC au Liban :

- **Le ministère des Affaires Étrangères** comprend un département des affaires culturelles en charge du parrainage de toute activité culturelle à l'étranger.
- **Le ministère de l'Information** est responsable de l'application de la loi dans plusieurs secteurs tels que la radio, la télévision et la radiodiffusion par satellite.

- **Le ministère du Tourisme** alloue des fonds aux associations de tourisme, mais aussi aux associations culturelles et artistiques. Il subventionne principalement les festivals d'été comme celui de Baalbek qui a bénéficié, à lui seul, de 500,000 USD en subventions publiques en 2017.
- **Le ministère de l'Intérieur** applique la censure et la délivrance des visas aux professionnels des ICC étrangers.
- **Le ministère de l'Éducation** comporte un département dédié aux affaires culturelles et aux beaux-arts.
- **Le ministère des Affaires sociales** donne son approbation à la création d'associations culturelles et alloue des fonds à certaines associations.

La création d'associations culturelles se fait par une simple déclaration auprès du ministère de l'Intérieur [l'obtention d'un « علم وخبر »]. Une grande proportion des 7,000 associations civiles existantes n'a pas dépassé la phase de la fondation, faute de financement. Sur ces 7,000 associations, seules 95 ont obtenu le statut d'utilité publique par décret, ce qui leur procure reconnaissance, influence et subventions du secteur public. Cependant, il a été impossible dans le cadre de cette étude, de déterminer le nombre d'associations qui ont bénéficié d'aide publique. De même, le nombre d'associations relatives aux ICC reste inconnu.

### 3 | Les municipalités

La loi de 1977 relative aux municipalités définit les pouvoirs des conseils municipaux. Ces pouvoirs incluent le soutien aux clubs et l'aide aux associations sociales, sportives et culturelles.

Ainsi, la municipalité de Beyrouth soutient annuellement les bibliothèques publiques, les musées et plusieurs festivals et associations sociales et culturelles. Mais, paradoxalement, elle ne comprend pas de département dédié aux activités culturelles malgré le soutien de plusieurs bailleurs de fonds (France, Italie, villes européennes...) visant à mener des projets culturels spécifiques.

Sur les 1,044 municipalités du Liban, seule une poignée a les moyens de soutenir des associations socio-culturelles. Une consultation autour de l'action culturelle des municipalités a été menée dans le cadre de cette étude pour effectuer un mapping de leur potentiel et identifier les besoins existants.

L'Institut français du Liban a offert son soutien à cette étude en lançant une première consultation auprès des municipalités et unions de municipalités. Les résultats de ces consultations sont en annexe de ce rapport, incluant 14 municipalités de différentes tailles (comme Tripoli, Zahlé Saida, mais aussi Brital, Antoura, etc.), montrant entre autres résultats, qu'un pourcentage minime du budget municipal est alloué aux activités culturelles (généralement ne dépassant pas les 1% des dépenses). Jezzine apparaît comme un cas à part avec des dépenses allouées à la culture pouvant dépasser les 40% de son budget. Le montant de ces dépenses par tête d'habitant peut atteindre les 14.4 USD/personne et par an à Jezzine en 2018, alors qu'il n'atteint pas les 10 centimes à Tripoli.

Parmi les régions qui ont alloué plus de 1 USD/résident par an, on compte les municipalités de: Zouk Michael (4.6 USD), Jezzine (3.5 USD), Zgharta-Ehden (2.7 USD), Zahlé (2.6 USD) et Aley (2 USD). Malheureusement, avec les contraintes financières de la crise de 2019, les municipalités ont les poings liés, et les dépenses de Jezzine par habitant tombent en 2019 à 3.5\$ (4 fois moins qu'en 2018), puisque la municipalité n'a pu collecter que 12% de son budget prévisionnel.

#### 4 | Les acteurs privés

Le secteur privé est la source principale de soutien financier aux acteurs culturels libanais. En effet, jusqu'en 2019, les banques ont maintenu une politique active de mécénat et de sponsoring avec un budget variant de 50,000 à 500,000 USD par an. Ces sommes ont été allouées en grande partie aux festivals musicaux, aux galeries d'art et à certains musées. En parallèle, des entreprises privées sponsorisent des secteurs ciblés des ICC, souvent en fonction de leur appartenance géographique ou politique plutôt que de leur objectif marketing. Malheureusement, en raison de la crise actuelle, ce mécénat n'existe presque plus aujourd'hui.

#### 5 | Les ONG, fondations et initiatives indépendantes

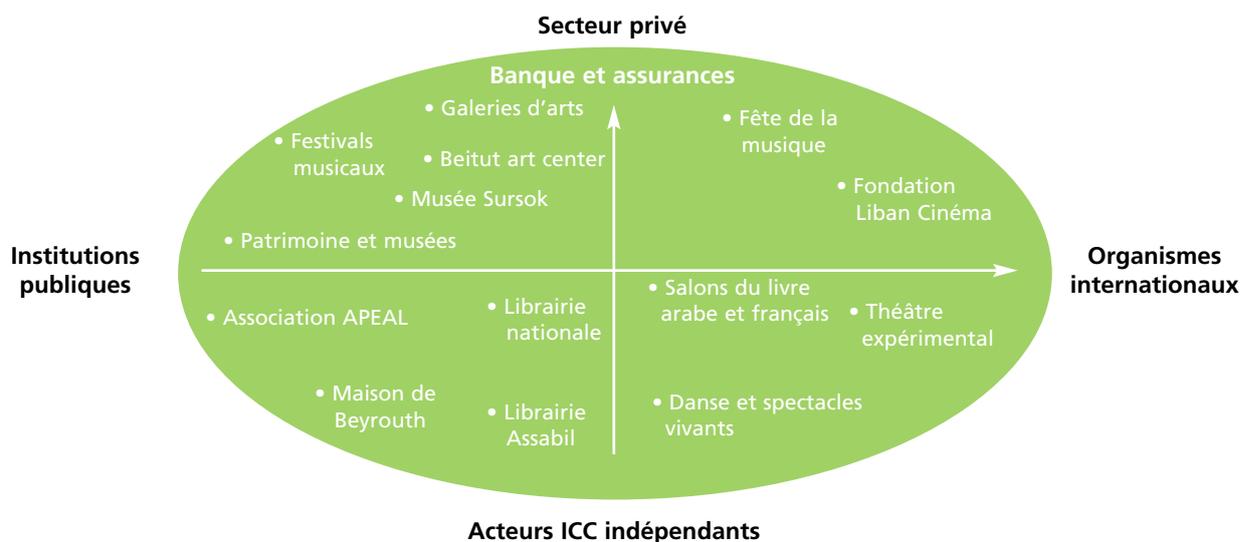
En 2014, on comptait 71 associations culturelles soutenues par le ministère de la Culture, des fondations nationales telles que les fondations Safadi, Samir Kassir, Issam Fares, Audi (Saïda), Aishti, Ashkal Alwan et une multitude d'initiatives individuelles dont le Musée NABU, le Modern And Contemporary Arts Museum (MACAM), Dar El-Nimr, Debbane, Demerjian, Dalloul, Mouawad, Makhzoumi, Saradar, Joumana Haddad Freedoms Center...

Certains centres culturels et créatifs font partie d'institutions universitaires privées telles que l'AUB, l'USJ ou l'Université de Balamand. De toutes les catégories, seul SHAMS a un statut de coopérative.

#### 6 | Le soutien international

De nombreuses institutions internationales soutiennent le secteur des ICC, de même que certaines structures basées dans les pays arabes. Cependant, les montants alloués restent largement en dessous des besoins du secteur. Dans ce contexte, plusieurs initiatives de coopération ont été mises en place sans pour autant être intégrées dans une politique culturelle claire et cohérente.

Figure 5 | Coopération intersectorielle du mécénat et sponsoring



# Le cadre législatif général

## 1 | La constitution libanaise

La constitution libanaise offre à la sphère culturelle un appui considérable qui fait du Liban une véritable exception culturelle protégée par son cadre constitutionnel. La constitution de 1926 garantit en effet un environnement propice à la créativité à travers plusieurs canaux :

- Elle garantit la liberté d'expression, la liberté de réunion et de création d'associations ;
- Elle définit l'arabe comme langue officielle mais permet l'enseignement des mathématiques, des sciences et de la littérature étrangère dans une langue étrangère ;
- Elle stipule explicitement le développement équilibré des régions, culturellement, socialement et économiquement, équilibre considéré comme pilier essentiel de l'unité de l'État et de la stabilité du système ;
- Elle ne définit pas des marqueurs identitaires spécifiques ni fait référence à une culture nationale hégémonique, mais défend explicitement la pluralité des formes culturelles et l'autonomie des communautés locales, dans ce qui pourrait se rapporter à une défense du multiculturalisme, avant la lettre. Bien entendu, même si le confessionnalisme politique pourrait être décrié en tant que mode d'organisation politique, force est de constater que la constitution libanaise de 1926 constitue une exception dans la mesure où elle ne fige pas l'identité nationale dans un socle prédéfini et protégé par un État-Nation, mais impose à l'État une neutralité en valeurs par rapport aux différentes visions du monde des communautés qui composent la nation.

## 2 | Le droit du travail

Le Code du travail, promulgué en 1946 et modifié à de nombreuses reprises, s'applique uniquement aux artistes et créatifs des secteurs ICC occupant un poste de travail salarié contracté auprès d'une entreprise, alors que la majorité des travailleurs indépendants, freelancers, travailleurs autonomes ou saisonniers ont des contrats qui ne relèvent pas du Code du travail mais qui sont plutôt régis par le Code des obligations et des contrats. Ainsi, dans le domaine du spectacle vivant, les agents créatifs (les acteurs, les techniciens, les écrivains, les musiciens, etc.) ont généralement un statut d'intermittents offrant des prestations de services, leurs activités professionnelles relevant donc du Code des obligations et du crédit. Par conséquent, ils ne profitent pas des protections légales offertes par le Code du travail (par exemple pas de protection contre le licenciement abusif) mais accèdent à d'autres formes de droits (comme par exemple, les indemnités liées aux ruptures des contrats).

## 3 | La loi de l'information

Portant le numéro 382-1994, la loi de l'information ne mentionne le mot « culture » qu'une seule fois dans l'article 40 : « Les institutions de télévision et de radio devraient diffuser, à raison d'une heure par semaine, des programmes nationaux, éducatifs, de santé, culturels et touristiques, et ce à la demande du ministère de l'Information ».

## 4 | Les accords internationaux

Le Liban a ratifié plusieurs accords et conventions relatifs aux droits d'auteurs, dont la Convention de Berne pour la protection des œuvres littéraires et artistiques de 1888, la Convention universelle sur le droit d'auteur de l'UNESCO de 1952 ainsi que la convention instituant l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle de 1967.

Par ailleurs, le Liban a adhéré à l'accord d'Agadir en 2016, accord auquel sont éligibles tous les pays méditerranéens liés à l'Union européenne par un accord de libre-échange. Il inclut la suppression de barrières non tarifaires et également le système des règles d'origine issu du Partenariat Europe.

Cependant, d'autres accords restent en attente de ratification par le Liban. Sous l'égide de l'UNESCO, l'Accord de Beyrouth (troisième session de l'UNESCO tenue à Beyrouth en 1948) facilite la libre circulation de films à caractère éducatif et du matériel audiovisuel. Cet accord a évolué jusqu'à l'Accord de Florence qui n'a jamais été ratifié par le Liban. L'Accord de Florence est conforme aux conventions de l'Organisation mondiale du Commerce qui dispose, parmi ses prérogatives, de la compétence en matière de commerce international de produits protégés par la propriété intellectuelle. Le Protocole de Nairobi est un instrument étroitement lié à l'Accord de Florence. Il prévoit l'octroi de licences et/ou de devises pour l'importation de certains objets, l'exemption des droits de douane et une disposition qui concerne la suppression des taxes intérieures (ne figurant pas dans l'accord mais uniquement dans le protocole et s'appliquant à un nombre limité d'objets). Les états sont libres de choisir les dispositions applicables dans l'ordre juridique national lors de l'adhésion au Protocole.

Il est donc primordial, dans le cadre de la politique publique en faveur des ICC, d'activer le processus d'examen des accords commerciaux internationaux relatifs aux ICC, d'évaluer leur impact sur la dynamique du marché de la culture au Liban et de les ratifier selon la procédure en cours.

## Corpus des lois et décrets relatifs aux ICC : caisse mutuelle, statut de l'artiste et censure

L'anachronisme du corpus législatif et fiscal est un frein réel au sauvetage et au développement de la culture au Liban. La plupart des lois qui s'y réfèrent sont anciennes, parcellaires et peu adaptées à la réalité d'aujourd'hui.

### 1 | Le statut de l'artiste et la procédure d'attribution : la loi 56-2008

La majorité des professionnels des ICC ne jouissent pas d'un véritable statut professionnel ni de sécurité sociale liés à l'exercice de leur profession. Plusieurs d'entre eux en sont exclus, dont les administrateurs, les techniciens et les employés à mi-temps. Les lois et décrets en vigueur excluent les nouvelles activités et structures qui ont émergé depuis la promulgation de la loi 56-2008 développée ci-dessous.

La loi 56-2008 a créé la « Caisse mutuelle unifiée des Artistes », un fond dirigé par des représentants des syndicats d'artistes et du gouvernement. Douze ans plus tard, le décret exécutif 3705-2016 définit les modalités de financement, de collecte et de reversement. Cependant, le corps syndical des ICC s'est beaucoup affaibli au Liban pour de multiples raisons, parmi lesquelles le clientélisme et le système de quotas établis par les partis politiques au pouvoir. Dans ce contexte et avec les faiblesses du cadre réglementaire général, les syndicats ne jouent pas leur rôle de représentants des droits des professionnels des ICC. À l'exception de la création musicale et littéraire, beaucoup d'artistes et employés des ICC n'y adhèrent pas par manque de confiance.

Un des principaux obstacles à l'adhésion aux syndicats et à la Caisse mutuelle unifiée des Artistes est la procédure d'attribution du statut d'artiste. Complexe, longue et injustifiée, elle passe par 4 étapes :

- La demande d'affiliation est déposée auprès du syndicat concerné, accompagnée de tous les documents requis ;

- Un comité est en charge d'une première décision d'homologation traduite par une attestation, et cette décision est prise à la majorité (2/3). Ce comité est désigné par le ministre de la Culture et il est composé dans chaque syndicat, du directeur général de la Culture ou de son représentant, d'un employé du ministère de la Culture en charge du secrétariat, d'un membre du syndicat concerné mandaté par le président du syndicat, et d'un professeur d'université possédant une expérience dans la catégorie pertinente, nommé par décision du ministre ;
- Le comité envoie l'attestation au ministère de la Culture (et non au ministre) ;
- Le ministère de la Culture approuve ou non l'attestation du statut de l'artiste. Il n'est nulle part précisé à qui incombe la charge de cette approbation au ministère.

Cette attestation est requise par le ministère de la Culture et le ministère des Finances. L'hésitation des jeunes professionnels à déposer une demande pour l'obtenir les prive d'un statut légal reconnu par l'État et prive ce dernier de la richesse produite par certains artistes, techniciens et professionnels des ICC.

Il est donc aujourd'hui essentiel et urgent de réformer le statut d'artiste pour y inclure ceux qui en sont exclus (administrateurs et techniciens, travailleurs intermittents ou informels, nouvelles structures...) ainsi que de réviser sa procédure d'obtention.

## 2 | La Caisse mutuelle unifiée des Artistes : décret 3705-2016

Le décret 3705-2016 définit les procédures de financement de la Caisse mutuelle unifiée des Artistes et la valeur des redevances, comme suit :

- Le ministère des Finances perçoit la redevance financière au profit de la Caisse mutuelle, à un taux de 2% de la valeur des billets de concert et de spectacles artistiques, et la redevance financière au taux de 10% de la valeur des contrats signés avec des artistes étrangers ayant conclu un contrat sur le sol libanais ;
- Le ministère des Finances transfère à la Caisse mutuelle le produit de ces deux redevances sur une base mensuelle conformément au mécanisme convenu entre les deux parties ;
- Les redevances doivent être déclarées et payées pour les billets avant que ces derniers ne soient proposés à la vente, et ils sont marqués (timbrés) après leur paiement. Tout billet vendu et non étiqueté donne lieu à une poursuite judiciaire ;
- Le débiteur a le droit de récupérer la commission de 2% pour les billets invendus uniquement, à la suite d'une demande soumise à la direction de la Caisse mutuelle et à son approbation dans un délai d'un mois.

Ces valeurs et procédures sont remises en question aussi bien par les professionnels des ICC et des ADS que par les autorités ministérielles. Aussi, le MdF s'abstient de reverser la valeur des 2% collectés au profit de la Caisse mutuelle sous prétexte de non-concordance du décret 3705-2016 avec la loi budgétaire, au nom des principes de l'universalité et de non-affectation des ressources. L'approbation du Conseil constitutionnel de la loi et ses décrets exécutifs n'a pas changé la situation, qui reste actuellement bloquée.

## 3 | La problématique de la censure

Le décret n°66 de 1967 traite de la censure sur les productions culturelles et artistiques. Il régle le contrôle des œuvres cinématographiques, qui sont soumises à la censure à toutes leurs étapes, du scénario au tournage, à la présentation et jusqu'à l'importation ou l'exportation.

Le décret législatif de 1977 régle les œuvres théâtrales et donne à la Sûreté générale le contrôle préalable des actes théâtraux et, explicitement, le droit de refuser ou d'accepter leur diffusion, sans normes ni directives.

Les périodiques, politiques et non politiques, sont soumis à l'autorisation du ministère de l'Information, après consultation avec le syndicat de la presse. Pour toute diffusion audio ou visuelle, ils doivent subir la censure préalable de la Sûreté générale et un contrôle administratif ultérieur par le ministère de l'Information et le Conseil national de l'Audiovisuel.

Plus particulièrement dans le secteur du cinéma, l'article 4 de la loi sur la censure des films dispose que « les décisions des observateurs » doivent respecter les principes suivants :

- Respect de l'ordre public, de la morale et des bonnes manières ;
- Respect des émotions du public et la discrétion envers les tensions religieuses ;
- Maintien du prestige des pouvoirs publics ;
- Résistance à tous les cas défavorables à l'intérêt du Liban ».

En plus de la censure appliquée à toute production en lien de loin ou de près au boycott d'Israël, la censure au Liban, comme dans d'autres pays du monde arabe, est régie par la triade de la religion, du sexe et de la politique. Cependant, en 2018, sur les 20 films dont l'interdiction a été recommandée par le comité de censure, le ministère de l'Intérieur n'en a interdit que trois.<sup>6</sup>

Les contrevenants risquent la fermeture du lieu pour un an, un emprisonnement pour une période d'un à trois ans et une amende financière.

#### 4 | Propriété artistique et droits d'auteur

Loin des défis du piratage, des litiges en cours et de la contrebande, il est important de revoir la loi n°75-1999 et le décret n°918-2007 pour les remettre à jour et y inclure les nouveaux secteurs et structures non mentionnés : théâtre, danse et spectacles vivants. En parallèle, un soutien à la création de syndicats et fédérations pour les droits d'auteurs des créatifs et techniciens des industries de la musique et des arts du spectacle doit être apporté.

#### 5 | La fiscalité des ICC

La fiscalité des ICC varie d'une industrie à l'autre, comme le montrera la suite de ce rapport dans les différentes études sectorielles.

Il est à noter que la loi de la TVA n°379-2001 et son décret d'application n°7333-2002 ne font aucune distinction entre les institutions à but lucratif et celles à but non lucratif. Le cas des festivals illustre bien cette problématique. En effet, ces derniers sont assujettis à la TVA même s'ils ont un statut légal d'association ou de fondation, car considérés par le Mdf comme concurrents au secteur privé dans l'activité de divertissement qu'ils exercent.

De même pour le théâtre, où aucune distinction n'existe au niveau fiscal entre les « clubs », « pubs », « théâtre » ou « salle d'exposition ou de performances artistiques », les déclarations d'impôts de ces différentes institutions étant regroupées dans la même rubrique dans les comptes du Mdf.

<sup>12</sup>Annahar du 3 novembre 2018

## 6 | Les autres taxes et impôts

- **Impôt sur le revenu** : l'impôt sur le revenu des salariés varie entre 2% et 25% (pour des revenus supérieurs à 225 millions de LPB) sans exception pour les secteurs des ICC ;
- **L'impôt sur les bénéfices** : il est fixé à 15%, y compris pour les entreprises des ICC ;
- **Les droits de douanes** : ils varient beaucoup (de 2% à 103%) et se situent entre 5% et 15% pour les produits et services relatifs aux ICC, avec certains articles exonérés tels que les livres et les équipements cinématographiques.

Il est à noter qu'il existe un projet de loi au Conseil des ministres datant de 2014 et visant une exonération de 50% de l'impôt sur les bénéfices pour l'industrie cinématographique. Il serait pertinent de réactiver aujourd'hui ce projet de loi, voire de le modifier en y incluant d'autres secteurs en danger, tel que celui des ADS.

## 7 | Établissements d'utilité publique

Le décret législatif n°87-77 encadre l'attribution du statut d'établissement d'utilité publique. En 2017, cela concerne plus de 7,000 associations civiles au Liban, dont certaines se limitent à l'obtention d'un « علم وخير » L'accès à ce statut d'utilité publique dépend bien souvent de l'activation de réseaux de relations interpersonnelles et de pistons auprès des personnalités d'influence.



**Panorama général  
des arts du spectacle  
et focus sur le théâtre  
et les festivals**

---

**Arts vivants**

# Panorama général des arts du spectacle et focus sur le théâtre et les festivals

## Morphologie des ADS

Les arts du spectacle (ADS), dits aussi arts vivants, regroupent un grand nombre de disciplines dont l'objectif est la représentation devant un public. Il s'agit de pratiques issues du théâtre, de la danse, du cabaret, du conte, du cirque, de la performance ou du spectacle de rue.

Pour se référer à une définition plus précise, il faut consulter la caractérisation présentée par l'UNESCO<sup>7</sup> qui est plus vaste : « Les arts du spectacle sont aussi bien la musique vocale instrumentale, que la danse et le théâtre, la pantomime, la poésie chantée et d'autres formes d'expression encore. Ils recouvrent de nombreuses expressions culturelles qui reflètent la créativité humaine et que l'on trouve également, dans une certaine mesure, dans de nombreux autres domaines du patrimoine culturel immatériel ».

Ce chapitre présente les revenus annuels entre 2016 et 2019 du secteur des ADS, ainsi que deux études fiscales portant sur le théâtre et sur les festivals (des institutions ayant les chiffres d'affaires les plus élevés) pour appuyer l'analyse.

Dans la base de données du MdF, le secteur des ADS semble s'intégrer dans un univers total composé de 2,610 entreprises enregistrées dans la catégorie des « festivals et spectacles vivants », dont uniquement 432 semblent toujours actives, réparties sur 7 sous-catégories. Cependant, la classification du MdF montre que le secteur des ADS n'est pas clairement distingué des arts visuels, des musées, des galeries d'art ni du patrimoine historique.

Tableau 15 | Nombre de contribuables dans les secteurs des ADS, arts visuels et patrimoine

Secteur d'activité ADS au MDF	Secteur d'activité ADS au MDF	Nombre de contribuables
المرقص	Clubs	10
نشاط تنظيم المعارض	Organisation d'expositions	58
النشاطات الفنية	Galleries d'art	50
تعهد حفلات وتنظيم مهرجانات	Festivals et événementiels	242
نشاط إدارة صالات العرض	Gestion de salles d'exposition	13
أنشطة قاعات الحفلات وجانات الرقص	Pubs et salles de fêtes	31
أنشطة المتاحف والمحافظة على الأماكن والمباني التاريخية	Musées, sites et patrimoine	28
<b>Total</b>		<b>432</b>

<sup>7</sup><https://ich.unesco.org/fr/arts-du-spectacle-00054>

La classification du théâtre est confuse, puisqu'il n'est pas considéré comme une activité indépendante en soi dans la base de données du MDF. D'après la classification de ce dernier, le théâtre est inclus pour les chiffres d'affaires et la TVA dans l'une des catégories suivantes, traduites littéralement des définitions du ministère du Tourisme:

« Le Pub est un établissement touristique spécialisé dans l'offre de boissons alcoolisées. Il comprend une salle de musique et des spectacles (danse, chant) et la restauration y est facultative. L'orchestre peut être remplacé par un équipement artistique musical moderne, à condition qu'il soit approuvé par le ministère du Tourisme ».

Figure 6 | Classification des Pubs selon le ministère du Tourisme



« Le Club est un établissement touristique spécialisé où se joue de la musique avec des instruments artistiques modernes. Il y est permis de danser, de chanter et de se servir des boissons alcoolisées et de la nourriture, à condition de consacrer un espace pour la danse ».

Figure 7 | Classification des Clubs selon le ministère du Tourisme



Dans le cadre de cette étude, les définitions adoptées dans les tableaux et chiffres du MdF sont donc groupées comme suit :

- Festivals et évènementiels ;
- Pubs (qui incluent le théâtre si son CA est supérieur au seuil d'enregistrement à la TVA) ;
- Clubs (qui incluent le théâtre si son CA est inférieur au seuil d'enregistrement à la TVA) ;
- Gestion de salles d'exposition ;
- Organisation d'expositions.

Quant aux données de la douane, elles contiennent peu d'indications relatives aux ADS car seuls les biens y sont inclus, à l'exclusion des services et des créations immatérielles. Les chiffres disponibles se limitent ainsi aux instruments de musique, aux arts visuels et à l'artisanat.

Le panorama économique des ADS dressé dans ce rapport se caractérise ainsi par le manque de statistiques et d'études disponibles, en particulier à cause de l'imputation aléatoire des chiffres dans les bases de données du MdF et des douanes.

Aussi, puisque les classifications du MdF et la saisie des données ne fournissent pas une image exacte ni détaillée de l'écosystème des ADS, nous faisons face à une difficulté majeure. La classification des festivals et évènementiels ne permet pas de déterminer la part de l'un et l'autre, et les organisateurs de concerts et autres spectacles musicaux sont regroupés avec les festivals. Pour contourner ces obstacles, les 5 entreprises ayant les chiffres d'affaires les plus élevés dans chaque sous-secteur ont été étudiées à part, ce qui permet par exemple de donner une idée du fonctionnement des festivals et d'évaluer leur modèle économique. Enfin, pour remédier aux limites conceptuelles et catégorielles des données quantitatives, l'approche qualitative a permis de consolider le panorama. Une série d'entretiens individuels et en groupe a été menée au cours des premiers mois de l'étude, puis s'est ralentie suite à l'épidémie de la Covid-19, pour s'arrêter à cause de la double explosion du 4 août 2020. En conséquence, et dans l'objectif de générer plus d'indicateurs à partir du terrain, certaines données ont été extraites d'informations publiques publiées dans les médias.

## Les principaux acteurs des ADS

Des fondations aident les artistes et leurs associations de différentes manières selon leur domaine de spécialisation en leur offrant des subventions, des espaces de performance et de répétition ainsi que des programmes de formation. Certaines fondations et organisations collaborent afin de soutenir et de fortifier le secteur, ainsi que pour le préserver pendant les périodes critiques. Parmi celles-ci :

- **Al Mawred Al Thaqafy** : ONG régionale fondée en 2004, elle vise à soutenir les artistes dans la région du monde arabe. Elle favorise les échanges culturels entre les pays. De plus, elle offre des subventions, des bourses et des formations d'une valeur variant entre 5,000 et 10,000 USD.
- **AFAC** : fondation indépendante créée en 2007, elle cible les artistes indépendants du monde arabe et les soutient avec des subventions arrivant jusqu'à 50,000 USD, dans le but de construire une scène culturelle régionale.

Durant les cinq dernières années uniquement, AFAC et Al-Mawred ont reçu 2,000 propositions de la part d'artistes et institutions libanaises et en ont soutenu plus de 250.

- **Zoukak**: fondée en 2017, l'organisation offre aux artistes des espaces gratuits pour la création et la diffusion de leurs œuvres, ainsi qu'un lieu d'expérimentation autour du processus de création artistique.
- **Le Collectif Kahraba (CK)** : il couvre une grande variété de structures et de profils : acteurs et techniciens individuels, petites associations sociales et culturelles, écoles privées ou publiques, fondations, municipalités, et ONG. Avec 12 années d'expérience dans le domaine du spectacle pour jeune public et adapté à tout type de lieu, le collectif Kahraba est aussi à la tête de la direction artistique de « Hammana Artist House », un lieu de résidence dédié aux ADS et aux arts visuels. À travers cet espace, le collectif poursuit sa mission de décentralisation de l'art et de la culture au Liban.

D'autres acteurs sont à citer, dont :

- **Musée Surstock** : le musée d'art contemporain inclut les arts du spectacle dans son programme et organise des performances de manière synchrone avec l'art visuel.
- **Minwal Theater Company** : fondée en 2012 à Saïda, la compagnie offre des programmes de formation financés par AFAC.
- **Ashkal Alwan** : fondé en 2011, il dispose d'un espace de 2,000 m<sup>2</sup> consacré à l'éducation artistique et la production.
- **Temporary Art Platform** : fondée en 2004 par Amanda Abi Khalil, conservatrice de patrimoine, l'organisation facilite la rencontre d'artistes libanais et internationaux dans des résidences temporaires.
- **Beirut Art Center** : fondé en 2009, l'espace de 1,500 m<sup>2</sup> est consacré aux expositions, aux performances et à la production et recherche en art contemporain local et international.
- **Dar El-Nimer** : il dispose d'un espace dédié à l'art palestinien et international et à l'organisation de performances durant les périodes d'expositions.

Par ailleurs, les écoles de danse au Liban sont nombreuses, dont certaines, comme la troupe Caracalla, ont acquis une renommée internationale et font des tournées autour du globe. Au cours de la dernière décennie, de nouveaux groupes de chants et de danse ont émergé et se développent malgré un contexte difficile :

- **Al-Fayhaa** : chorale de Tripoli.
- **Al-Mayass** : compagnie de danse qui a rencontré un franc succès dans les compétitions internationales et sur les médias sociaux.
- **Maqamat Dance Theater**: fondé en 2004, il accueille le « BiPod-Beirut International Platform of Dance ».

Beaucoup d'autres acteurs viennent enrichir la scène. Ils traitent des sujets d'actualité et s'adressent à des populations défavorisées dont : **Taqween** (école de danse contemporaine), **Beit el-Raqs** (studio à Baakline et Deir el Qamar), **Les Amis des marionnettes** (compagnie de théâtre de marionnettes pour tout public), **Arab Puppet Theatre Foundation**, **l'association Agia**, le groupe **Dictaphone** et bien d'autres...

## Formation et emploi

Il existe 9 universités au Liban offrant une éducation en théâtre et en audiovisuel : UL, IESAV, USJ, LAU, USEK, ALBA, AUST, AUT et Al Kafaat.

- **L'Université Libanaise** : l'Institut des Beaux-Arts propose plusieurs spécialisations dans les secteurs du théâtre, du cinéma et de la télévision. Il délivre des diplômes (licence ou master) en arts du spectacle

(mimique et danse dramatique), préparation d'acteur, études de théâtre, de cinéma et de télévision, scénarisation, mise en scène et scénographie.

- **L'Université Saint-Joseph** : 3 programmes de formation en théâtre, niveau master, sont offerts : mise en scène, dramaturgie et recherche. L'université possède son propre théâtre (le théâtre Beryte) où les étudiants produisent leurs travaux 2 à 3 fois par an.
- **L'Université Libanaise Américaine (LAU)** : les directeurs de théâtre y enseignent l'histoire du théâtre libanais, arabe et international. Chaque année, un professeur metteur en scène dirige une pièce de théâtre interprétée par les élèves, en collaboration avec des acteurs professionnels.
- **L'Université Américaine de Beyrouth (AUB)** : la directrice de théâtre, Sarah Assaf, organise la rencontre entre des amateurs et des professionnels pour la création d'une initiative théâtrale. Cette initiative permet aux étudiants de produire et interpréter des pièces de théâtre dans des conditions réelles, entourés par des acteurs professionnels et des techniciens.

Au sein des ADS, malgré l'absence de chiffres fiables, il est estimé que les femmes sont plus nombreuses que les hommes. Au-delà des incertitudes sur les chiffres, il est certain que les femmes constituent plus des deux tiers des diplômés, et qu'un grand nombre de femmes artistes jouit d'une renommée internationale.

## Évolution des chiffres d'affaires des ADS entre 2016 et 2019

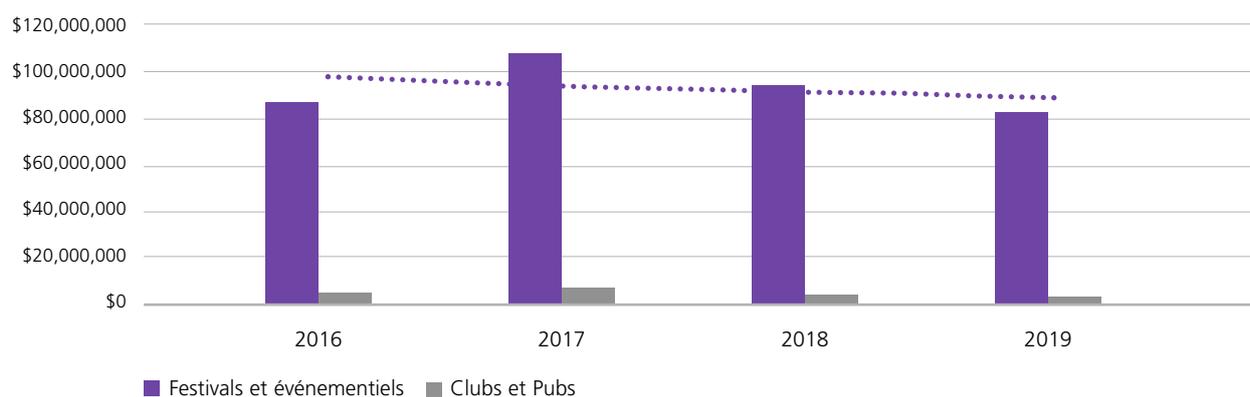
Avec la classification de l'UNESCO, les ADS (festivals et événementiels + festivals) génèrent des revenus évalués entre 80 et 115 millions de USD entre 2016 et 2019 et représentent 11% du chiffre d'affaires total des ICC en moyenne.

Tableau 16 | Évolution du chiffre d'affaires des ADS (USD)

Année	Festivals et événementiel	Clubs et pubs	Total (USD)
2016	86,747,725	6,087,442	92,835,167
2017	106,744,402	7,769,965	114,514,367
2018	94,126,269	5,204,083	99,330,352
2019	82,182,373	3,962,254	86,144,627

Le chiffre d'affaires des ADS atteint son apogée avec une valeur de 114.5 millions de USD en 2017 et subit depuis, une chute graduelle qui reflète le déclin de la situation économique du pays. En 2020, avec les crises consécutives, le Covid-19 et l'explosion du port du Beyrouth, les ADS, théâtres et festivals sont devenus des secteurs sinistrés, avec la fermeture forcée de leurs activités, sans aucune compensation ou indemnité. Dans une consultation auprès de 123 artistes, visant l'évaluation de l'impact de la Covid-19 sur les conditions de vie des acteurs et des opérateurs de la scène artistiques (les résultats détaillés sont en annexe), il nous a semblé que la crise économique a eu un impact bien plus grave sur les artistes que les restrictions liées à la pandémie. En effet, la crise bancaire et le gel des capitaux représentent un frein majeur à la reprise de l'activité des acteurs culturels, car la majorité travaille aussi à l'international. Enfin, le chiffre d'affaires des ADS en 2020 est estimé proche de zéro, à l'exception de quelques subventions internationales et d'initiatives de financement communautaire pour des artistes en détresse.

Figure 8 | Évolution du chiffre d'affaires des ADS entre 2016 et 2019 (en USD)



## Financement et fiscalité dans le secteur des ADS

Les projets artistiques nécessitent parfois la combinaison de plusieurs subventions pour couvrir les frais associés à la production. Les associations et ONG, les fondations nationales, le secteur privé, les initiatives individuelles ainsi que les institutions régionales et internationales sont les principales sources de financement des ADS.

En ce qui concerne les allocations publiques allouées aux associations des ICC, elles sont estimées en 2014 à 350 millions de LL (225,000 USD) avec une moyenne de 5 millions (3,500 USD) par association, dont un montant minime est dédié aux secteurs des ADS. Le théâtre Al-Madina, qui a réussi pendant quelques années à obtenir un soutien financier du MdC, a vu ce soutien annuel diminuer de 50,000 à 25,000 USD et réduit à néant depuis 2018.

Le secteur des ADS est caractérisé par une forte concentration des revenus, au profit des grands festivals. Les données du MdF étant anonymes, il est impossible de comparer les sous-secteurs des ADS entre eux, mais tout laisse croire que les festivals sont les grands acteurs du secteur. Le nombre de contribuables déclarés dans les ADS compte approximativement 60 festivals. Or, les 5 plus grands chiffres d'affaires dans ce secteur génèrent plus de 40% du total des revenus du secteur. Le chiffre d'affaires annuel cumulé des tops 5 du secteur des ADS dépasse les 41 millions de USD en 2018, ce qui équivaut à 41.6% du CA total des ADS. Ce pourcentage s'explique par le fait que cinq à six festivals nationaux dépassent le seuil des 3 millions de USD de chiffre d'affaires, le premier générant des revenus de l'ordre de 20.6 millions de USD en 2018.

Tableau 17 | Chiffre d'affaires annuel des tops 5 du secteur des ADS en 2018

Milliers de USD	Top 1	Top 2	Top 3	Top 4	Top 5
Chiffre d'affaires	20,621	6,976	5,166	4,710	3,839
Part du CA/secteur	22%	7%	6%	5%	4%

Tableau 18 | Chiffre d'affaires annuel cumulé des tops 5 du secteur des ADS en 2018

Milliers de USD	Total top 5	Total secteur
Chiffre d'affaires cumulé	41,312	99,331
Total top 5/ total secteur	41,6%	100%

## Focus sur le théâtre

Malgré les succès du théâtre musical de renommée régionale et internationale (Fairouz et Caracalla), du théâtre expérimental et récemment celui de l'informel dit « alternatif », le secteur est incapable de perdurer sans un soutien public et/ou international. Dans les autres pays de la région (notamment en Egypte, au Maroc et en Tunisie), les autorités publiques soutiennent le théâtre pour le rôle qu'il joue en termes de cohésion sociale et de rayonnement culturel (Hariri et Kassis, 2016). Sur les 43 théâtres qui existaient au Liban, seuls 7 étaient encore ouverts en 2019, et le prix du billet d'entrée le moins cher est autour de 8 à 9 USD.

À ses débuts, le théâtre libanais n'a pas émergé de la tradition et des coutumes populaires comme en Europe. Il s'agissait surtout d'une production urbaine créée par des artistes qui s'étaient passionnés pour l'adaptation de pièces internationales au contexte libanais. À ce niveau, le théâtre francophone a joué un rôle important dans la propagation de la culture du théâtre (Georges Schéhadé, Andrée Chedid, Gabriel Boustani, etc.). C'est à partir des années soixante, et grâce à l'impulsion donnée par le festival de Baalbek que le mouvement théâtral a commencé à se structurer. Profitant d'une atmosphère démocratique qui a permis son développement, de jeunes écrivains souvent opposés au pouvoir en place se sont construits un nom sur les scènes nationale et régionale. L'année 1965 a marqué un tournant avec l'ouverture de trois grands théâtres: théâtre Al-Achrafiyyeh, le Grand Théâtre et le Théâtre National, ainsi que l'établissement d'une école des Beaux-Arts avec une spécialisation en théâtre. C'est à ce moment que le théâtre musical s'est développé avec Fayrouz et les frères Rahbani et leurs chansons qui ont marqué l'histoire du Liban. Ils ancrent leur succès dans le folklore et l'identité libanaise et sont devenus un symbole national. Ce sont, jusqu'à nos jours, les produits culturels les plus exportables du pays.

Durant les années de guerre civile (1975-1990) sont apparues deux catégories de théâtre :

- Le théâtre commercial et de boulevard : en dehors du théâtre musical, les vaudevilles attirent un large public et réalisent un chiffre d'affaires considérable ;
- Le théâtre socialement et politiquement engagé, dit progressiste, dont les deux expériences les plus réussies sont celles de Ziad Rahbani et de Hakawati. Ziad Rahbani, auteur et compositeur, met en scène des comédies qui livrent une critique acerbe de la société libanaise et des contradictions de la guerre. Quant au théâtre Hakawati créé en 1977, il travaille la mémoire collective des Libanais en adoptant la forme traditionnelle du conteur arabe et constitue une expérience unique du théâtre libanais contemporain.

Sur le plan financier, le théâtre au Liban s'est développé grâce à des initiatives originellement privées puis soutenues par le secteur privé dans le cadre d'un mécénat sélectif. Ce sont souvent les professionnels du théâtre, metteurs en scène, acteurs ou directeurs qui louent le théâtre à leurs frais, répétitions et représentations incluses, et prennent en charge la rémunération des membres de la troupe ; ils supportent ainsi seuls, les risques liés à la rentabilité du projet.

À partir des années 1990, et dans un contexte marqué par l'optimisme de la reconstruction d'après-guerre, une nouvelle génération affiche, dans ses performances théâtrales, un regard pessimiste et désabusé, tendance qui a perduré, sous différentes variantes, jusqu'aux prémices de l'effondrement économique du pays à partir de 2017-2018. En parallèle, une autre génération entre en scène en dehors des circuits du théâtre traditionnel, en multipliant des performances dans les cafés, places publiques et les médias sociaux.

Hormis le palais de l'UNESCO, il n'existe aucune structure nationale dédiée aux ADS. Le palais de l'UNESCO, construit en 1948 et restauré en 1998, comprend un amphithéâtre de 1,200 places et deux salles d'exposition.

La plupart des théâtres ont été montés autour des années soixante, âge d'or du théâtre libanais, et plusieurs ont fermé durant la guerre. Ils appartiennent en majorité au secteur privé, le reste étant des théâtres universitaires et municipaux. Malheureusement, parmi les 43 théâtres privés qui ont existé au Liban, seuls 7 ont été encore actifs en 2019 (hormis les théâtres universitaires), avec une capacité totale cumulée de 3,170 places : Monot, Al-Madina, Tournesol (Shams), Château Trianon, Palace, Verdun et George V.

Les informations disponibles sur les quatre théâtres les plus actifs montrent :

- **Monot**

Capacité : 285 personnes

Coût du loyer par performance : 700 USD

Coût du loyer par répétition : 150 USD

- **Al Madina**

Capacité : 450 personnes

Coût du loyer par performance : 850 USD

Coût du loyer par répétition : 175 USD

- **Tournesol (Shams)**

Capacité : 300 personnes

Coût du loyer par performance : 400 USD

Coût du loyer par répétition : symbolique ou gratuit.

La crise économique qui secoue le pays depuis octobre 2019 et le manque de financement pèsent lourdement sur ces organismes et menacent leur pérennité. La première barrière est le prix du billet d'entrée dont le moins cher varie en moyenne entre 8 et 9 USD par performance, ce qui exclut une partie importante de la clientèle. Durant la dernière décennie, trois théâtres ont disparu en raison de leurs difficultés financières : le théâtre Jeanne d'Arc (2003), le théâtre de Beyrouth (2012) et le théâtre Babel (2016), qui viennent s'ajouter à bien d'autres ayant fermé leurs portes durant ou juste après la guerre civile : le Grand théâtre de Beyrouth, Théâtre national de Chouchou, Baalbek, Farouk, Piccadilly, Orly...

*Nidal Achkar : « Pour vous donner un exemple, nous [théâtre Al Madina] n'avons pas payé le loyer depuis 3 ans ! il est de 70,000 USD par an et nous sommes sous poursuite judiciaire. Nous avons réduit le prix de location de notre salle de 400 places aux jeunes artistes de 1,000 à 600 USD par jour, un montant ne nous permettant pas de couvrir nos coûts d'opération. Malgré cela, il y a aujourd'hui peu de producteurs ou d'artistes qui peuvent payer ce prix, pourtant réduit au minimum ».*

De plus, le théâtre libanais souffre du manque d'espace de répétition et de performances à prix abordables. Les metteurs en scène et producteurs louent un théâtre équipé à un prix qui varie entre 400 et 1,000 USD par jour, ce qui représente une charge importante dans le coût de production. Les solutions de partage de coût et de coproduction artistique entre les théâtres et les compagnies sont très limitées. Aussi, beaucoup d'artistes et de techniciens ne bénéficient d'aucune protection sociale ni syndicale. Finalement, comme pour tous les acteurs des ICC, les artistes, techniciens et producteurs de théâtre font face aux contradictions et lacunes du statut de l'artiste dans les lois libanaises.

Dans ce paysage délabré, certains producteurs et acteurs résilients ont choisi de reproduire leurs événements créatifs dans les différentes régions libanaises, ouvrant aujourd'hui la perspective du théâtre gratuit, comme le montre l'expérience innovante de Kassem Istambouli Theater Company.

*Kassem Istambouli Theater Company : fondée en 2008, cette compagnie a pour vision de créer un mouvement de théâtre local, réunissant des volontaires libanais, palestiniens et syriens au sud du Liban. Elle organise le « Festival international de théâtre » à Tyr et le « Festival libanais international de théâtre » à Tyr, Tripoli et Nabatiyeh. Elle crée une plateforme pour les artistes émergents dans les régions libanaises et leur offre des espaces publics pour s'entraîner et s'engager. Elle est impliquée dans la rénovation de plusieurs cinémas et théâtres fermés, tels que le « Cinéma Star » à Nabatiyeh et le « Hamra Cinéma » à Tyr.*

## Le théâtre informel

Au cours de la dernière décennie, un nouveau théâtre informel a vu le jour, avec une nouvelle génération ; né hors circuit des salles traditionnelles, spécialisé en contournement de la censure, il attire un public jeune de tous milieux et représente un espace de liberté qui les assemble et leur ressemble.

Cette scène culturelle dite « informelle » ou « alternative » inclut différentes formes d'expression parmi lesquelles : le théâtre d'improvisation, la danse, le play-back, les spectacles de rue, les comédies standup, les drag shows, les performances /installations...

Elle se développe en marge de et en opposition à la culture des théâtres commerciaux ou des festivals financés sur fonds publics, et critique les autorités à travers ses créations artistiques.

Même si, dans l'histoire du théâtre libanais, les artistes ont constamment cherché à critiquer les autorités, ce sont les jeunes qui, aujourd'hui, représentent le renouveau du théâtre. À partir d'une culture alternative, ces jeunes artistes se produisent en dehors du cadre et des lieux traditionnels, le plus souvent dans des cafés ou des espaces culturels privés ou des boîtes de nuit. En 2018, certaines « stars » atteignent un tel niveau que ce sont les théâtres et salles dites « classiques » qui leur offrent l'opportunité de s'y produire.

Ainsi, plusieurs endroits et espaces alternatifs accueillent les jeunes performeurs et acteurs du théâtre informel, dont beaucoup de bars et cafés-restos de la capitale (Ked, Oum, Now Beirut, etc.) souvent selon la formule de partage de revenus. Ces petites entreprises, en majorité issues d'investissements individuels, ciblent, à travers leurs performances, un public plus jeune et engagé. Même si ces derniers ont un pouvoir d'achat limité, ces cafés-resto ont réussi à les attirer en pariant sur la carte du volume.

D'autres espaces, plus grands en capacité, et loin des espaces du théâtre classique, sont apparus durant la dernière décennie, parmi lesquels :

- **Metro Al Madina** : fondé en 2012, c'est un espace cabaret, à mi-chemin entre une salle de théâtre et une boîte de nuit, produisant et coproduisant des performances artistiques. Plusieurs pièces qui y ont été jouées, souvent des vaudevilles et des musicaux sur fond de critique sociopolitique, ont connu un important succès.
- **The Mansion** : fondée en 2012, c'est une villa de 800m<sup>2</sup> datant de l'époque ottomane délaissée depuis 1980 et aménagée en espace comprenant des ateliers de travail et une salle de performance à frais peu élevés.
- **The Citerne** : fondée en 2017 à Beyrouth, elle offre un espace flexible de 1,000 m<sup>2</sup>. À l'occasion de l'édition 2017 de Bipod, elle a accueilli 22 performances de danse et connu un grand succès.
- **Station Beirut** : fondé en 2013, c'est un espace culturel hybride offrant un programme interdisciplinaire de performances, d'ateliers (workshops), mais aussi incorporant art visuel et digital. Centre culturel d'avant-garde, cet espace a permis à un groupe d'homosexuels libanais de prendre la parole devant 250 personnes pour partager leurs histoires en toute liberté, au cours d'une soirée inédite au Liban et dans la région.

*Shaden Esperanza, créatrice artistique et actrice de standup comédie.<sup>8</sup> Shaden décrit ainsi son expérience récente : « Notre secteur est assez jeune, même au niveau mondial. Depuis à peu près 5 ans, une nouvelle génération est entrée dans les secteurs des ICC, avec un nouveau narratif, libéré des tabous et de toute censure. Nous, les jeunes performeurs, avons connu une croissance continue et nos spectacles sont à guichets fermés. Ce théâtre informel est celui d'une culture underground, un espace de liberté et de tolérance, et surtout, un espace d'espoir, à un moment où les Libanais sont en train de perdre tout espoir de sortie de crise. D'ailleurs nous ne sommes pas seuls. Beaucoup d'autres formes de performance se développent, comme le théâtre interactif du play-back, des artistes créateurs de danse contemporaine, de performance scénique...etc. deviennent parfois des producteurs indépendants de leur œuvre créative ».*

*L'expérience de Moe Khansa, danseur de « Belly Dance » et chorégraphe, est un exemple du dynamisme de ce nouveau théâtre. Khansa brise les stéréotypes de genre et représente un symbole d'une scène riche de jeunes talents qui ont recours à différentes expressions de leur créativité et leur engagement envers une cause qu'ils défendent à travers l'art. « Pour moi, le changement se produit lorsque vous le faites, tout simplement... Mais maintenant, je me considère en faillite. Je n'ai rien sur mon compte, je vis toujours avec mes parents et c'est le bordel ».*

Dans les circuits alternatifs du théâtre, un pourcentage de 40 à 50% des revenus générés par les ventes est remis à l'artiste qui joue sur place. Ceci inclut les revenus générés par « l'accès » minimal (sans vente directe de billets), mais également ceux relatifs à la consommation de produits (boissons et nourriture). Sous le couvert de l'anonymat, un jeune artiste « performer » a déclaré : « je ne paye d'impôts que lorsqu'il y a un contrat officiel avec une institution reconnue, comme l'AUB qui l'impose lorsque je produis une performance dans leurs clubs. Comme je n'ai pas un numéro d'inscription en tant qu'acteur indépendant, c'est l'institution qui déduit 7.5% du contrat de prestation et le verse au ministère des Finances ».

---

<sup>8</sup>Interview du 3 juin 2020

*Shaden découvre une nouvelle source de revenus potentiels: « En 2019, j'ai fait 15,000 USD de bénéfiques, sachant que le prix du billet d'entrée au spectacle était de 15,000 LL en moyenne. Aujourd'hui, avec l'effondrement de l'économie, nous nous inquiétons pour le prix que les gens trouveront abordable. J'ai donc lancé une mini-enquête sur Instagram posant la question suivante : êtes-vous prêts à payer 35,000 LL pour assister à mon spectacle ? Réponse : oui - non. Sur les 2,000 réponses obtenues, seulement 1/8 a répondu par un non et 7/8 par oui. Ce qui a attiré mon attention, c'est la demande qui émerge des expatriés libanais qui sont prêts à payer online pour visionner mes vidéos. Cela me convient bien sûr, mais la question du paiement en USD que les banques libanaises finiront par garder pour elles-mêmes ne m'encourage pas, en ce moment, à considérer cette option ».*

Enfin, les pièces de théâtre sont soumises comme toutes les autres œuvres au pouvoir discrétionnaire de la censure, exercé par la Sûreté générale à qui le metteur en scène présente trois copies du texte. Ce dernier est responsable des extraits refusés par cette autorité et s'engage, par sa signature, à modifier les textes. La résilience des artistes libanais a fait ses preuves à travers les années : ils savent transcender toutes sortes de restrictions et considèrent leur travail artistique comme une forme de résistance contre la censure et les conflits politiques régionaux. Ils contournent donc la censure de façon créative en ayant recours aux dispositifs suivants :

- Jouer dans les espaces publics ;
- S'empêcher d'imprimer des billets d'entrée qui nécessitent automatiquement l'obtention d'une autorisation par la Sûreté générale et l'imposition des revenus. Le billet d'accès est remplacé par un tampon ou un bracelet phosphorescent au poignet, ou encore un billet pour une consommation qui ne mentionne aucunement le spectacle ;
- Limiter le nombre de représentations d'une performance et ainsi, ne pas laisser le temps aux autorités de censurer le travail ;
- Présenter un texte incomplet aux autorités, utilisant la phrase « le réalisateur improvise » à plusieurs reprises ;
- Enfin, certains choisissent de modifier leur texte pour une couverture médiatique qui condamne la censure, attirant ainsi l'attention des spectateurs.

Beaucoup de plaidoyers politiques et juridiques ont été menés par de nombreux membres de la communauté artistique afin de mettre fin à la censure, mais ces efforts sont restés sans succès à ce jour.

## Revenus et fiscalité des théâtres au Liban

Dans la base de données du MdF, le CA d'un théâtre est déclaré sous le code des Clubs à 5% de TVA ou sous celui des pubs à 11%. Il est imposé à 11% dans la catégorie Pubs si le chiffre d'affaires est supérieur au seuil de l'application de la TVA (qui est de 150 millions de LL ou l'équivalent de 100,000 USD avant 2019), et dans la catégorie **Clubs** à 5% s'il est inférieur à ce chiffre.

Le seul indicateur disponible étant relatif au top cinq des chiffres d'affaires du secteur et à la fiscalité d'un des deux premiers, cette classification ne permet pas de distinguer la part du théâtre comparée à celles des autres activités de « pubs » et « clubs ».

Les cinq premiers centres de « festivals » (dont le théâtre) en termes de chiffres d'affaires représentent 90% du total des chiffres d'affaires du sous-secteur théâtre et festivals. Dans le respect de la confidentialité des informations requises par la loi, les noms des tops 5 CA du secteur ne sont pas communiqués mais, selon une source du MdF, le premier CA du théâtre correspond à un théâtre de vaudeville qui affichait auparavant un bénéfice compris entre 300,000 à 400,000 USD par an et dont les revenus ont drastiquement diminué, entraînant de graves pertes à partir de 2017.

Tableau 19 | Chiffres d'affaires des tops 5 du sous-secteur du théâtre et festivals

Milliers de USD	Top 1	Top 2	Top 3	Top 4	Top 5	Total top 5	Total du secteur
Chiffre d'affaires	4,925	1,552	1,201	982	627	9,286	10,290

L'étude de cas de fiscalité d'un des deux théâtres aux chiffres d'affaires les plus élevés pour 2018 montre les chiffres suivants :

Tableau 20 | Étude de cas de fiscalité d'un théâtre en 2018

Top CA	Taux d'imposition	en USD
Chiffre d'affaires annuel		815,920
Coûts des spectacles		192,394
Charges de personnel		114,392
Charges opérationnelles		426,890
<b>Résultat de l'exercice</b>		<b>82,245</b>
Impôts sur les bénéfices - société	17%	13,982
Impôts sur les dividendes en cas de distribution	10%	6,826
TVA - société	11%	9,027
Cotisation CNSS - % du salaire de base (sous charges)	23.50%	3,329
<b>Total des impôts</b>		<b>33,164</b>
Taux d'imposition cumulé / valeur	11%	
Taux d'imposition cumulé (sans la TVA)	27%	

À ces charges viennent s'ajouter d'autres, comme la taxe municipale et les frais de visa de 400 USD par artiste étranger. Pour le théâtre musical, inviter un orchestre représente un coût exorbitant, voire rédhibitoire, ce qui limite la présence des orchestres aux grands festivals ou exceptionnellement à de petits festivals qui en font l'événement phare ou unique, de leur programmation, comme c'était le cas dans le festival de Sourat, avant sa fermeture.

Au niveau des acteurs et techniciens du théâtre, très peu sont des salariés, la majorité travaillant par projet en tant qu'indépendants. Souvent, ils déclarent les revenus de leur second métier, s'il leur assure un minimum de sécurité sociale.

## Focus sur les festivals

Un chiffre d'affaires qui est passé de 114 millions de USD en 2017 à 86 millions de USD en 2019 et à néant en 2020.

60 festivals nationaux, dont 5 à 6 internationaux avec un budget supérieur à 3 millions de USD, taxés à hauteur de 33%.

Impact de la situation sécuritaire sur les coûts : « primes de risque » des artistes étrangers et dépenses en sécurité additionnelles.

La crise sanitaire de la Covid-19 causant un arrêt total des activités.

Définir le « festival » au Liban est plutôt difficile, car aucune réglementation n'existe à ce sujet. Quelques initiatives timides ont été prises au ministère du Tourisme, mais n'ont plus abouti. Toute association ou municipalité a le droit d'en organiser un.

La tenue des festivals n'a pas toujours une dimension culturelle pertinente. Fêtes de villages et fêtes religieuses y sont nombreuses ; « *L'engouement pour les festivals a commencé en 2014. Depuis, nous avons assisté à une augmentation du nombre de festivals régionaux jusqu'à ce que le nombre à l'été 2017, atteigne environ 185 festivals autorisés par le ministère du Tourisme. La répartition entre les gouvernorats était la suivante : Beyrouth 27%, Mont-Liban 43%, Akkar 3%, Nabatieh 2%, Bekaa 4%, Baalbek-Hermel 3%, Sud-Liban 5% et Nord-Liban 13%* » précise Rabei Shaddad, chef du département des festivals au ministère du Tourisme.

Décider si un festival mérite l'appellation « international » n'est défini ni octroyé par aucune institution publique ou privée. Mais il est reconnu que trois festivals se sont démarqués par leur programmation (Baalbek, Beiteddine et Byblos), par le nombre de personnalités internationales qu'ils accueillent et le professionnalisme dont fait preuve la gestion de l'évènement. Cela dit, d'autres festivals ont tenté de suivre ce modèle dans les dernières années (comme Batroun), avant que les multiples crises ne viennent suspendre la quasi-totalité des festivals.

Les festivals dépendent dans leur gestion de la direction des Affaires culturelles au ministère de la Culture. Leur impact économique ne se limite pas à la richesse créée par l'évènement en soi, mais par les activités économiques régionales qu'ils stimulent :

*Latifé Lakkis, présidente du festival de Byblos, rappelle : « Si nous continuons d'investir, c'est parce que le festival n'est pas seulement un évènement culturel et touristique, mais joue également un rôle économique très important pour la ville hôte. Les hôtels de Byblos étaient tous complets pendant l'été, les restaurants étaient pleins, avant et après chaque concert, en plus de la création d'emplois qu'il génère ».*

Tableau 21 | Évolution du chiffre d'affaires des festivals de 2016 à 2019 (USD)

Année	Festivals et événementiel	Total ADS
2016	86,747,725	92,835,167
2017	106,744,402	114,514,367
2018	94,126,269	99,330,352
2019	82,182,373	86,144,627

En 2018, le CA des festivals et événementiels représente 95% du total des ADS. Comme pour les autres secteurs de l'économie, les chiffres d'affaires des festivals ont commencé à baisser dès 2018 et sont proches de zéro en 2020.

Cela dit, en règle générale, les festivals ne sont pas rentables et souffrent d'une hausse des coûts et surtout d'une fiscalité exorbitante. En 2016, les budgets de la plupart des festivals ont oscillé entre 1 et 3 millions de USD, avec un financement assumé par les sponsors - entre 30% et 50%, le reste étant couvert par la billetterie et les subventions publiques. Ces dernières ont atteint 8 milliards de livres libanaises versés aux festivals en deux ans (2015 et 2016)<sup>9</sup> en plus des revenus de la billetterie. L'inflation des coûts grignote leur marge de profit au fil des années, cumulée avec des taxes démesurées. Depuis quelques années, les professionnels du secteur demandent à être exonérés d'impôts. Par exemple, le montant total des impôts, taxes et contributions sociales versés à l'État par les festivals représentent 33% de leurs chiffres d'affaires, selon Céline Haddad (L'Orient-Le Jour, 6/9/2016), pourcentage qui se confirme selon l'étude fiscale détaillée que nous avons menée.

Pour donner un ordre de grandeur, en 2016, les budgets de la plupart des festivals ont oscillé entre 1 et 3 millions de USD, avec un parrainage couvrant 30 à 50% du financement. Certes, l'Etat subventionne une partie des festivals. Par exemple, en 2017, 2.6 millions de USD de subventions ont été attribués aux festivals, dont 500,000 USD pour le festival de Baalbek seul. En 2019, le ministère du Tourisme a alloué 1,300,000 USD aux différents festivals du pays, surtout les festivals d'été. Cependant, les fonds alloués parviennent aux organisateurs avec parfois un retard de deux ans, comme l'explique Maria Frem, responsable médiatique du festival de Jounieh, dans une interview :

*« Un festival est toujours déficitaire et les subventions publiques arrivent très en retard. Cette année, nous avons reçu les subventions d'il y a deux ans ».*

Les principaux bailleurs de fonds privés restent les banques et les compagnies d'assurance. Jusqu'en 2019, elles ont maintenu une politique active de **mécénat** envers les festivals, avec des budgets qui varient de 50,000 à 500,000 USD par an, alloués en grande partie aux festivals musicaux.

Pour les grands festivals tels que Baalbek et Beiteddine, ce sont parfois plusieurs banques qui sponsorisent l'évènement. Cependant, ces sociétés décident de leur politique de mécénat en fonction de leurs connexions avec les responsables des festivals, la localisation géographique ou leur appartenance politique (Banque Byblos/Festival de Byblos, Société Générale/Festival de Beiteddine, Fransabank /Jeunes artistes des beaux-arts,

<sup>9</sup>Céline Haddad, OLJ du 6 septembre 2016

Blom Bank/Festival Baalbek, Libano-Suisse /Beirut Art Center...). Avec les crises successives qui se profilent et celle du secteur bancaire en particulier, **ce mécénat risque d'être réduit à néant.**

En ce qui concerne le soutien régional et international, il s'adresse rarement aux festivals musicaux et s'oriente plutôt vers d'autres secteurs des ICC tels que le cinéma (la Mission européenne a consacré environ 130,000 euros pour financer le festival du Film européen) et vers les ONG, qui elles-mêmes soutiennent les artistes et créateurs libanais.

Un rappel du cadre réglementaire concernant la fiscalité des ICC permet de mieux évaluer l'impact du cadre fiscal sur les festivals et les ADS en général. En effet, l'exonération de la TVA concerne 13 secteurs dont bénéficie seulement l'édition parmi tous les secteurs des ICC (article 17 de la loi de la TVA). Par ailleurs, sur les 10 exonérations de l'impôt sur les salaires, aucune n'est relative aux activités culturelles et créatives. De plus, les cotisations sociales des entreprises ou des professionnels indépendants des ICC varient entre 4% et 25% selon les échelons. Par conséquent, le secteur des ADS a totalisé un montant total de TVA reversé à l'État de l'ordre de 1.34 millions de USD en 2018, ce qui en fait l'un des secteurs qui contribuent activement à renflouer les caisses de l'État.

## 1 | Étude de cas fiscal d'un festival

Tableau 22 | Étude de cas de fiscalité d'un festival

	En USD	En LL (1500 livres = 1 USD)
Chiffre d'affaires	2,665,340	4,018,000,000
Charges des employés	171,144	258,000,000
Coûts des spectacles	2,430,514	3,664,000,000
Charges opérationnelles (loyer, électricité)	192,371	290,000,000
Charges calculées nettes	132,007	199,000,000
<b>Total des charges</b>	<b>2,926,036</b>	<b>4,411,000,000</b>
<b>Résultat de l'exercice</b>	<b>(260,697)</b>	<b>(393,000,000)</b>
TVA	86,198	129,943,000
Impôts sur les bénéfices - société	-	-
Impôt sur le revenu pour les professions libérales	60,721	91,537,000
Impôt sur le revenu / employeur	5,461	8,233,000
Charges CNSS / employeur	24,624	37,121,000
Charges CNSS / employé	3,284	4,950,000
2% des ventes à la CMUA	-	-
<b>Total des impôts</b>	<b>180,288</b>	<b>271,784,000</b>

Le poids d'imposition cumulé est confirmé par les professionnels du secteur :

*« Les taxes que nous devons payer sont pénalisantes, nous demandons qu'elles soient réduites pour pouvoir survivre », déclare Nayla de Freige.*

Par ailleurs, cette étude de cas de fiscalité omet d'autres coûts qui viennent s'ajouter aux taxes et impôts (voire le coût de l'insécurité, chapitre pour une politique culturelle des ADS, les loyers, les charges d'électricité, etc.). À noter que les professionnels n'ont réussi qu'une seule fois à obtenir une exemption des taxes sur les artistes non-résidents, et ce pour la saison 2017 à la suite d'une campagne de lobbying auprès de la Sûreté générale. Mais depuis, les charges fiscales continuent à peser lourdement sur les comptes des festivals.

## Au-delà de la question économique : les défis des arts du spectacle vus par les artistes et les opérateurs culturels

Dans le cadre des enquêtes menées sur le terrain, les acteurs des ADS au Liban, artistes créateurs, techniciens, producteurs et ONG ont tous fait part des défis auxquels ils font face quotidiennement et ont proposé les bases sur lesquelles une politique publique des ADS pourrait s'appuyer. Parmi les différents coûts cités, l'insécurité se plaçait au premier rang.

### 1 | Le coût de l'insécurité

Depuis des années, la situation sécuritaire impacte directement les coûts, dont deux fardeaux : les « primes de risque » des artistes étrangers et les dépenses en termes de sécurité.

*Abdo Hussein, directeur général de Ticketing Box-Office qui prend en charge la vente de billets de la grande majorité des festivals du Liban, avait déclaré en septembre 2016 : « Quand un artiste étranger accepte de venir, il faut ajouter une "prime de risque" à son cachet. Cette tendance existe depuis 10 ans, mais les cachets des artistes ont augmenté d'environ 40% ces deux dernières années. Nous ne pouvons pas suivre et certainement pas répercuter cette hausse sur les prix des billets ».*

*Latif Lakkis, présidente du festival de Byblos, a indiqué : « Après les attentats de Qaa, nous avons augmenté le nombre de vigiles, et, finalement, nous avons dépensé 300,000 USD pour la sécurité sur les trois mois d'été, contre 225,000 USD l'année dernière (2015) ».*

En 2020, la crise économique et financière, la pandémie du Covid-19 et la situation sécuritaire du pays mettent en danger certaines formes d'expression culturelle, notamment dans les ADS, et le théâtre en particulier apparaît comme un art en danger. Aux côtés des défis économiques, d'autres contraintes s'imposent aujourd'hui dans le cadre de l'effondrement des structures de l'Etat, à savoir : le cadre législatif et fiscal inadapté et injuste, l'affaiblissement du système éducatif national, la faiblesse de l'affiliation syndicale et du rôle des syndicats, le tout couronné par une émigration des talents qui videra le pays de son essence culturelle et éventuellement, de son identité culturelle.

Rares sont les acteurs des ICC qui vivent exclusivement de leur art ; la plupart travaillant dans le secteur informel, ils restent tributaires de revenus très instables. Incapables de se produire, de fonctionner et de survivre, les meilleurs quittent le pays. Les institutions culturelles historiques des ADS au Liban, tels que le Festival de Baalbek, de Beiteddine et le théâtre Al-Madina, risquent désormais de disparaître si les réformes structurelles ne sont pas mises en œuvre. Les fondatrices de ces institutions décrivent la situation actuelle de la majorité des activités de spectacle au Liban et expriment leur désarroi face aux risques croissants d'insécurité :

« Nos revenus, qui sont composés au 1/3 du ministère de la Culture, 1/3 du mécénat et 1/3 des ventes de billets, ont beaucoup diminué dit Nidal Achkar. Le théâtre est devenu un luxe que les Libanais ne peuvent plus se permettre... et la détérioration générale du niveau culturel, artistique et créatif au Liban est un danger imminent... Les jeunes créateurs sont forcés d'émigrer pour faire carrière... Nous avons toujours œuvré pour l'éducation du public, mais la tâche devient énorme aujourd'hui... La surmonter seuls face à une situation qui risque de se détériorer encore plus est impossible... Aujourd'hui, la priorité est de pouvoir payer les salaires des employés. 5 familles seront au chômage si je n'arrive pas à vite trouver les fonds ».

Nora Joumblatt, présidente du festival de Beiteddine, liste les difficultés auxquelles doivent faire face les ADS en général et les festivals en particulier : « Nous faisons face à des difficultés multiples, telles que l'absence d'un climat politique propice pour attirer les touristes, les coûts élevés, l'augmentation des taxes et d'autres facteurs, afin de maintenir les activités de la région à un niveau digne de la beauté et du caractère unique de la montagne ». <sup>10</sup> Et d'ajouter dans un tweet du 21 août 2020 : « Cette explosion (du 4 août) est un autre choc jeté sur la mémoire collective du Liban... Elle rejoint les guerres, les occupations et les assassinats. C'est une longue liste de tragédies pour un petit pays qui a l'impression qu'elle ne finira jamais ».

Décrivant la situation, Nayla de Freige, présidente du festival de Baalbek, raconte : « Le Festival de Baalbek est menacé depuis sept ans au moins. Les factions armées se disputent âprement et sauvagement des bouts de territoire, mais sur ce front baptismal, sans lequel n'importe quel pays serait juste condamné à survivre : la résistance culturelle. D'un autre côté, la région subit des assauts continus et reste sujette aux répercussions de la guerre syrienne. Depuis 2013, des spectacles ont dû être délocalisés vers divers lieux de la capitale et ses proches alentours ».

## 2 | La liberté comme modèle

Roger Assaf, metteur en scène et fondateur de la coopérative culturelle SHAMS et du théâtre Tournesol créé en 2000 : « La relation du théâtre aux problèmes de la société ne se limite pas aux performances et à la relation avec le public, il y a une chose plus importante, et elle est très importante pour moi. Je la vois et je la pratique. Nous parlons de liberté, de démocratie et de non-sectarisme ... Ce sont des choses que nous pouvons faire et cette cellule de théâtre devient un modèle pour la vie possible au Liban ».

## 3 | Le besoin d'une vision

Nayla de Freige insiste sur la nécessité d'une « vision culturelle » pour le pays du cèdre. « Je souhaite que la culture ne soit pas reléguée au deuxième ou troisième plan, malgré les difficultés que traverse le pays... La diversité et l'importance des industries culturelles sont une des singularités de l'économie libanaise. La relance doit aussi passer par la culture ». <sup>11</sup>

Les nouvelles générations auront peu de chance d'avoir accès à la culture et la créativité en général, et aux ADS en particulier, si un effort n'est pas mis au profit de l'éducation. Malgré le potentiel économique limité (mesuré en chiffre d'affaires et emploi), le théâtre devrait rester au cœur de la politique publique des ICC. Il

<sup>10</sup>Al-joumhouria du 11 juillet 2018

<sup>11</sup><https://www.lorientlejour.com/article/1203513/abbas-mortada-a-la-culture-et-lagriculture-le-grand-ecart-inevitablement.html>

est urgent que cette politique encourage l'emploi des talents et techniciens des ADS et la mise à jour des cursus académiques pour y inclure les bases des nouvelles technologies, de l'entrepreneuriat et du management.

#### 4 | La résilience, un recours inévitable

Les évènements qui se sont succédé au Liban (guerres, crises, attentats) n'ont fait que prouver la résilience et la volonté des Libanais de survivre, avec une colère qui gronde dans les rues et les places publiques. Le festival de Baalbek a organisé le concert « le son de la résilience », l'un des premiers grands évènements culturels virtuels, une première au Moyen-Orient après la période de confinement due à l'épidémie de Covid-19.

*Et Nayla de Freige d'expliquer : « Pour nous, maintenir une date (du concert) est une forme de "résistance culturelle" : dire que nous existons toujours et rappeler le rôle primordial de la culture même dans le contexte actuel »<sup>12</sup>.*

Durant les périodes de croissance qu'a connues le pays, le soutien de philanthropes locaux, des banques commerciales et des PME a toujours été primordial pour le secteur. Après l'effondrement de l'économie et du secteur bancaire, il est très probable que ce soutien financier se dissipe et même disparaisse pour les années à venir. Ce facteur représente un danger extrême qui menace la survie de ces entreprises culturelles et créatives pour des raisons de pertes colossales qu'elles ne peuvent plus assumer et l'émigration massive des talents créatifs vers d'autres horizons plus prometteurs. Aussi, une politique publique en faveur des ICC, appuyée par un soutien régional et international est nécessaire pour pallier ces insuffisances, en allant de pair avec les réformes requises au niveau du cadre législatif, du régime fiscal et du système éducatif.

## Analyse SWOT des ADS

Figure 9 | Analyse SWOT des ADS



<sup>12</sup>Le commerce du levant du 3 juillet 2020

Synthèse des points forts et des faiblesses des ADS au Liban :

- **Longue tradition du spectacle libanais** : l'histoire des ADS au Liban, que ce soit le théâtre ou les festivals présente un avantage important. De belles réalisations et les compétences techniques et créatives nécessaires sont déjà bien établies au Liban, même si elles nécessitent davantage d'encadrement et de structuration.
- **Diversité en termes de contenu** : la diversité des œuvres et des spectacles offerts est un facteur crucial qui permet aux ADS de satisfaire un grand nombre de goûts. Cette diversité permet aussi le développement et le renouvellement constant de l'offre artistique à travers les collaborations entre les artistes et le fusionnement des genres.
- **Manque d'espaces de répétition et de performance** : le nombre de locaux à disposition des acteurs des ADS a fortement diminué avec la crise économique, et ceux qui restent ont du mal à couvrir leurs frais de fonctionnement sans imposer des prix de location prohibitifs. Les professionnels des ICC, eux, n'ont plus les moyens de louer des espaces de répétition et de performance avec l'effondrement de leurs revenus.
- **Absence de politique culturelle nationale** : le développement récent du secteur des ADS dépend d'une multitude d'initiatives sans cadre global qui régisse la création des spectacles au niveau national. Même si le secteur connaît un certain succès, il est important de créer des synergies entre toutes les parties concernées afin que celles-ci se complètent pour avoir une scène artistique cohérente.
- **Participation des jeunes dans les ADS** : l'intérêt et la participation des jeunes sont un avantage important des ADS au Liban. En effet, les nouveaux entrants qui interviennent en majorité dans le secteur informel rajeunissent ce secteur par les thèmes abordés, les genres employés et la pertinence de leurs idées. Cette participation s'avère cruciale pour permettre aux l'ADS libanais de se développer et d'attirer une plus grande audience parmi les jeunes au Liban et à l'étranger.
- **Nouvelles sources de revenus possibles** : l'apparition des nouvelles plateformes de streaming permettra aux artistes libanais non seulement d'assurer une plus grande présence sur la scène mondiale, mais aussi de monétiser leurs œuvres et de diversifier leurs sources de financement.
- **Tourisme interne** : la crise financière, économique et bancaire actuelle affecte fortement les voyages des Libanais, surtout en raison du manque de devises étrangères. Cela renforce le tourisme interne et pourra attirer de nouveaux publics pour les productions artistiques libanaises.
- **Coûts élevés des billets** : pour pouvoir attirer une plus grande partie de la population nationale vers les ADS, les billets devraient être plus abordables. Pour le moment, le prix des billets reste un obstacle.
- **Assèchement des ressources financières** : La dépendance excessive des ADS sur les dons et les subventions menace le futur de ce secteur. Les crises économique et sanitaire actuelles pèsent sur les ressources des secteurs public et privé, ce qui se reflète sur les ressources mises à disposition des ADS. De nouveaux modèles de financement devront éventuellement être explorés tels que les fonds communautaires, la réallocation des taxes, etc.

## Recommandations pour les ADS

Les professionnels des ADS rencontrés au cours de l'étude de terrain affirment tous, que leurs activités ne doivent pas relever du seul enjeu de l'offre et de la demande. Ils mettent aussi l'accent sur la nécessité d'un plus grand rôle des nouvelles générations dans l'amélioration de l'écosystème des ADS.

Les professionnels du théâtre réclament l'élaboration d'une politique publique en faveur des ICC. Cette politique pourrait **se servir du théâtre comme vecteur de changement et de réflexion** sur les difficultés

rencontrées par les jeunes libanais. Ils sont convaincus qu'exploiter la synergie que le théâtre est capable de créer entre le culturel, le social, l'éducatif et l'urbain, est une démarche nécessaire au Liban pour rapprocher les Libanais et Libanaises autour d'une identité commune. **Les pistes d'action suggérées et spécifiques au théâtre portent sur :**

- L'augmentation du nombre et de la qualité des formations, séminaires et échanges internationaux pour développer les compétences ;
- La réintroduction du théâtre dans le cursus académique, même sous forme de cours optionnels, afin de transmettre aux générations futures le capital accumulé de talent et de savoir, et ce, dans les écoles, lycées et universités ;
- La sortie du théâtre du cadre limité de son enceinte (la scène) pour jouer dans les espaces publics ;
- Le soutien financier pour assurer des représentations à des prix abordables ou pour soutenir le théâtre gratuit. Dans ce sens, la réouverture des salles de théâtres fermées comme lieux d'expérimentation ou espaces de répétition et de performances pourrait également soutenir les artistes en diminuant les coûts de production.

Les professionnels des festivals au Liban ont proposé des recommandations autour de trois axes principaux :

- **L'urgence d'un soutien financier pour la survie des festivals en 2021** : l'assèchement des ressources financières provenant des subventions publiques et du mécénat (qui représentent ensemble 65% du total de leurs ressources annuelles) combiné aux conséquences dramatiques de l'épidémie de la Covid-19 et à l'instabilité politique, économique et monétaire font que les festivals risquent de disparaître pour un certain temps. Un fonds dédié au sauvetage des ADS et financé par les bailleurs de fonds internationaux serait à même de soutenir le secteur à travers le financement de projets prometteurs comme ceux ayant recours à la diffusion digitale et la diffusion de la culture à travers l'éducation nationale ;
- La modification du cadre légal pour **réglementer et définir le « festival » au Liban et exonérer les festivals des taxes et impôts pour les cinq années à venir**. Il est à rappeler que les festivals sont taxés à hauteur de 33 % et que le montant total de la TVA des ADS, tous secteurs confondus, ne dépasse pas 1.35 million de USD en 2018 ;
- **Le besoin de développer de nouvelles plateformes de streaming** qui augmenteraient le rayonnement des ADS libanais sur la scène mondiale et diversifieraient leurs sources de financement.

*« Une jeunesse créative avec beaucoup de talent, mais à qui ce pays n'offre rien. Combien de temps peut-on résister et combattre, combien de sommets peut-on tenter de gravir seul et pieds nus pour obtenir une certaine reconnaissance et un revenu décent ? Un pays qui ne dessine pas une politique culturelle à long terme à laquelle doivent coopérer toutes les forces perdra un jour et à coup sûr son potentiel culturel » assure Hanane Hajj Ali.*

Touchés de plein fouet par les crises qui se sont succédé depuis octobre 2019, le secteur des ADS au Liban et le théâtre en particulier, sont en danger extrême de disparition. Entre fermeture de lieux de spectacles, de concerts et annulations des festivals, les conséquences économiques sur ce secteur sont dramatiques. Si des mesures d'urgence ne sont pas prises pour soutenir les acteurs de cette industrie et les aider à reprendre leurs activités, ce n'est pas seulement le secteur qui risque de disparaître, mais aussi la diversité culturelle du Liban.



**Panorama du  
secteur du design  
et focus sur la  
joaillerie et la mode**

---

**Une activité de création  
souvent à vocation industrielle  
ou commerciale**

# Panorama du secteur du design et focus sur la joaillerie et la mode

## Morphologie du secteur du design

Le design est une activité de création souvent à vocation industrielle ou commerciale dont le but ultime est d'inventer, d'améliorer ou de faciliter l'usage ou le processus d'un élément ayant à interagir avec un produit ou un service matériel ou virtuel. Les champs d'action se définissent selon les formes de production :

- **Spatiale** : design d'espace, architecture et architecture d'intérieur ;
- **Volumique** : architecture, design de produits, design industriel ;
- **Matériaux et Textiles** : design de mode et d'accessoires, stylisme ;
- **Graphique** : design graphique et graphisme ;
- **Interactive** : design interactif et design numérique.

Dès 2011, l'ONG *MENA Design Research Center* (MDRC) se positionne comme un acteur majeur de la recherche et du soutien académique à la formation multidisciplinaire des designers.

De son côté, la Beirut Design Week, qui voit le jour sous forme d'une série d'expositions annuelles et d'événements culturels itinérants dans toute la ville, tente de promouvoir le design libanais en le dotant d'une visibilité internationale. La semaine du design accueille de plus en plus des personnalités mondiales invitées à l'honneur du « Made in Lebanon », l'édition 2018 ayant compté 215 événements dans 93 localités, avec des dizaines d'ateliers, de tables rondes et de conférences.<sup>13</sup> Dans le même sens, la première édition de la Beirut Design Fair voit le jour en 2017, à la suite de la Beirut Art Fair, dédiée à l'art contemporain, qui fêtait en 2019 sa 10<sup>e</sup> édition.

Enfin, à l'instar des grands centres commerciaux qui accordent une place privilégiée dans leurs espaces de vente aux designers de tout genre, les Souks de Beyrouth se sont dotés du Khan el-Joukh, (marché des tissus), lui offrant un espace gratuit pendant deux ans, et ont aussi accueilli l'école de mode gratuite Creative Space Beirut, avec Rabih Keyrouz (Starch Foundation) et de jeunes designers du secteur.

Différents acteurs institutionnels sont disposés à « réactiver » cette industrie à fort potentiel, dont le Conseil économique et social, l'Association des commerçants de Beyrouth, l'Association des industriels libanais, BIAT (Association d'incubation d'entreprises à Tripoli) ...

De même, plusieurs syndicats sont actifs sur cette scène, dont le Syndicat des créateurs de mode libanais, le Syndicat des experts de l'orfèvrerie et la bijouterie au Liban, l'Ordre des Ingénieurs et des Architectes, le Syndicat libanais des décorateurs d'intérieur, le Syndicat des commerçants de vêtements, tissus et nouveautés, le Syndicat des marchands de tissus d'ameublement et de rideaux et autres.

---

<sup>13</sup><https://www.menadrc.org>

Et il existe des initiatives prometteuses du secteur privé, dont « Collect to Create » (startup qui travaille à transformer des objets jetés ou cassés en produits utiles et artistiques), Exposition Minjara (intitulée « Le design éthique à la rencontre de l'artisan ») et bien d'autres.

L'UNIDO a tenté de soutenir activement les formations et les expositions des designers libanais (notamment dans la joaillerie, comme c'est le cas du projet Creative Lebanon), et l'Union européenne a intégré le Liban dans plusieurs projets de développement des capacités du secteur (comme Medneta, Medculture).

Les designers libanais de tout bord contribuent également à l'essor des autres industries créatives et récréatives, comme c'est le cas de la publicité ou de l'hôtellerie et de la restauration, dans lesquelles beaucoup d'artistes libanais sont appelés à contribuer au développement de projets commerciaux de conceptualisation et de design 100% libanais.

## Formation et emplois dans le secteur du design

Avec cette scène foisonnante, Beyrouth était considérée comme un hub régional pour la création. Des programmes d'enseignement supérieur dédiés au design ont été développés (niveaux licence et master), dont les plus récents après ESMOD, sont le programme de master en Global Design à l'Académie libanaise des Beaux-Arts de l'Université de Balamand (ALBA) et le programme de licence (BA) en mode (fashion design) à l'Université américaine libanaise (LAU). Il est à noter que les femmes ont une présence importante dans le secteur du design au Liban. 67% des étudiants diplômés de design sont des femmes. Elles sont employées davantage que les hommes dans les entreprises de conception, puisqu'elles représentent environ 80% de la force de travail dans certains secteurs comme le textile.

*ESMOD : Première école spécialisée à être créée dans la mode et membre d'un réseau mondial d'institutions, elle est reconnue comme l'un des principaux exportateurs de talents. Présente au Liban depuis 20 ans, le nombre de ses étudiants diplômés dépasse le millier et beaucoup d'entre eux travaillent pour des marques prestigieuses ou créent leur propre label.*

*Autres initiatives de formation : « Fantasmeem » lancé par le Goethe-Institut et qui offre un programme d'un an autour du partage de connaissances et la promotion de l'entrepreneuriat culturel, et le « Creative Space Beirut », une école gratuite qui forme les stylistes sans accréditation.*

Cette scène émergente a encouragé, en 2012, Parsons School of design à envisager d'ouvrir son centre régional à Beyrouth (Parsons Liban). Parsons aurait favorisé un temps le Liban à Dubaï selon Ayssar Arida, l'un des instigateurs libanais de cette initiative, ayant compris le potentiel du pays comme celui d'une économie créative qui peut être un hub pour l'une des meilleures écoles de design au monde. Malheureusement, cette initiative n'a pas vu le jour, les séries d'attentats qu'a connues le pays après la crise syrienne les ayant dissuadés.

Ainsi, la scène du design au Liban peut être analysée sous une double perspective, avec d'un côté un marché foisonnant marqué par une formation de qualité et des talents émergents qui s'imposent comme des « success stories » à l'international, et de l'autre, des occasions manquées liées à la sous-exploitation des talents créatifs par manque de stabilité des investissements, des infrastructures et des équipements culturels. On peut aussi ajouter d'autres facteurs négatifs liés à l'instabilité politique, sécuritaire, économique et financière du pays.

## Contribution économique du secteur du design

L'économie du design au Liban reste **faible en termes de volume absolu**, et même comparativement aux autres pays de la région MENA où les industries du design semblent avoir atteint un niveau de revenu de l'ordre de 147.5 milliards de USD en 2019<sup>14</sup>, avec un taux de croissance qui a dépassé celui de l'industrie mondiale de plus de 4.7 fois depuis 2010 [DDFC, 2015].

En effet, l'industrie du design au Liban s'est davantage orientée vers les ventes en édition limitée, y compris dans le prêt-à-porter haut de gamme, les bijoux et les accessoires et la haute couture. Les designers libanais produisent **en majorité des articles exclusifs se vendant à des prix élevés** à des clients du golfe (61% de toutes les exportations industrielles libanaises sont destinées aux marchés arabes).

Une autre caractéristique des industries du design est la **sous-traitance** : près de 60% des entreprises<sup>15</sup> sous-traitent partiellement ou totalement leur production à des usines ou ateliers de confection locaux dont la moitié est spécialisée dans la couture, le prêt-à-porter de luxe et la mariée. Ce pourcentage varie selon le sous-secteur étudié. Alors que dans le design du meuble, le pourcentage de la sous-traitance locale semble important, la haute couture a tendance à sous-traiter à l'étranger une grande partie de sa production, à quelques exceptions près.

Un examen attentif des chiffres de l'export des industries du design au Liban nous fournit des indicateurs fiables sur les secteurs à fort potentiel de croissance, et ce au niveau non seulement de leur valeur en devises, mais aussi de **leur créativité et leur image de marque**.

## Focus sur la joaillerie : morphologie du secteur de la joaillerie et des bijoux

L'industrie de la joaillerie a une longue histoire au Liban. Les créateurs de bijoux transmettent leur **savoir-faire d'une génération à l'autre**.

Certains ont réussi à se faire une renommée à l'international, depuis le maître bijoutier suisse Georges Karam ou la maison Nourbel & le Cavalier à Londres jusqu'aux jeunes designers qui font la couverture des plus grands magazines comme Joanna Constantine (dont la liste des fans inclut Rihanna, Eva Green ou les Kardashians) ou Ralph Masri, le gagnant du Swarovski Award à l'âge de 18 ans (et dont les bijoux sont portés par Gigi Hadid, la Reine Rania de Jordanie et l'ancienne Duchesse de Sussex Meghane Markle).

Certains bijoutiers libanais devenus légendaires de leur vivant, à l'exemple de Mouawad qui s'est imposé comme une référence dans les designs extravagants et qui a fait depuis deux décennies le design d'une ligne de lingerie de pierres précieuses pour Victoria Secret, dont le célèbre Royal Fantasy Bra se vendant à des prix qui dépassent les 10 millions de USD, sont des exemples de succès à l'international renforçant la notoriété du Liban dans ce secteur.

<sup>14</sup><https://www.statista.com/statistics/694814/mena-design-market-value/>

<sup>15</sup><https://raseef22.net/article/15026-Liban-from-manufacturing-elegance-to-importing-it>

Avec des enseignes qui peuvent s'enorgueillir de compter plusieurs générations de bijoutiers et des décennies d'expérience à l'international, l'industrie libanaise jouit désormais d'un capital de réputation, de fiabilité et de bon goût, comme la maison Tabbah, dont la signature est attestée dans les grandes maisons d'enchères comme marque d'authentification. L'industrie libanaise des bijoux s'intègre donc dans une économie patrimoniale qui profite à tous les nouveaux designers libanais qui veulent se lancer sur le marché local ou international. Ainsi, aux côtés des grandes maisons familiales qui dominent le marché, coexistent une centaine d'enseignes de designers dont au moins une quarantaine est reconnue pour la haute charge créative investie dans des œuvres customisées ou des pièces uniques.

Une importante diaspora est engagée dans le commerce mondial de bijoux, le pays comptant un nombre important de grands collectionneurs de renommée mondiale (les familles Sursock ou Pharaon, et leurs musées privés). Beyrouth a désormais son propre musée de métaux, de minéraux et de pierres précieuses (le Musée MIM) lui-même émanant d'une collection privée (la famille Eddé).

A cette tendance s'ajoute les récits des grands succès créatifs libanais dans des industries proches, notamment dans la fabrication ou le design des montres (Swatch) ou encore dans le fashion design. Les nouveaux succès viennent alimenter les dotations initiales en termes de réputation et de savoir-faire. C'est le cas par exemple de la designer de bijoux Gaele Khoury qui s'appuie sur ses collaborations avec Elie Saab, ou de Lylus Bags qui combine design d'habits, d'accessoires et de bijoux ou encore de Eloga Swiss, Georges Kekwa ou Pieroger (Pierre et Roger Abou Madi), qui fabriquent des montres de luxe ornées de bijoux. **Le sous-secteur des horlogers constitue ainsi un domaine à fort potentiel de croissance**, notamment entre 2011 et 2016, quand certains bijoutiers arrivent à vendre des pièces de leur création à des prix qui dépassent les 100,000 USD. Cependant, ce commerce connaît un ralentissement à partir de 2017, le volume des exportations de 2019 ne représentant que le tiers de leur niveau de 2011.

Enfin, la présence de **maitres bijoutiers et d'artisans arméniens** dotés de savoir-faire ancestraux et d'un « honneur du métier » constitue une caractéristique centrale du secteur de la joaillerie libanaise et un atout majeur pour la compétitivité de ses productions, même s'il reste difficile à quantifier. Si la concurrence asiatique, avec ses multiples ateliers et usines de production de masse (dont certains sont dirigés par des producteurs libanais eux-mêmes), constitue aujourd'hui une composante incontournable du commerce mondial de bijoux, les créateurs libanais peuvent compter sur l'apport local d'artisans, de grossistes et de maitres arméniens jouissant eux aussi d'une réputation mondiale et d'un réseau transfrontalier. Il y a fort à parier que la fabrication locale à Burj-Hammoud constitue un déterminant majeur de la réussite des grandes enseignes qui, aujourd'hui, dominent le marché, et notamment pour HIMO, Zoughaib et Moukarzel dont les designers se trouvent dans les quartiers arméniens de la banlieue de Beyrouth.

## Structuration professionnelle et principaux acteurs de la joaillerie au Liban

Le secteur de la joaillerie, des bijoux et du commerce de métaux précieux et semi-précieux est composé de 2,714 entreprises enregistrées auprès du ministère des Finances, dont **416 entreprises actives qui continuent à déclarer leurs impôts à l'État**; 76% travaillent dans la vente au détail de bijoux et montres, et 43 entreprises sont spécialisées dans le design créatif « de bijoux et de mode » (stylisme). Il est difficile de distinguer, au sein des catégories du MdF, entre ces deux types de design créatif.<sup>16</sup>

<sup>16</sup>Cette liste compte uniquement les entreprises enregistrées auprès du MdF et payant la TVA

Dans cette dernière catégorie, il nous a été impossible de déterminer la proportion de la composante de stylisme et de design d'habits et celle qui reviendrait spécifiquement à la joaillerie étant donné que les données du MdF sont anonymes et qu'un certain nombre de designers travaillent dans les deux sous-secteurs simultanément. Aussi, nous avons eu recours à d'autres méthodes de collecte de données, consistant à lister à travers nos entretiens et nos recherches documentaires tous les designers de bijoux, ou du moins ceux qui ont la reconnaissance de leurs pairs. Ainsi, nous avons pu lister **au moins 102 designers de bijoux** (deux fois plus que ce que laisse montrer la liste du MdF), dont au moins la moitié opère sur le secteur du design high-end à fort investissement créatif et haut potentiel exportateur (voir : annexe 4 - Liste des bijoutiers et classification par type d'activité). Une analyse schématique des 102 bijoutiers créatifs les plus importants que nous avons pu lister à partir de nos recherches et entretiens montre qu'une partie est localisée à l'extérieur de Beyrouth (Tripoli, Byblos et Kaslik notamment). A travers les entretiens, nous avons pu proposer une brève classification de leurs activités selon qu'ils vendent au détail ou en gros, sur le marché local ou à l'exportation, et selon la charge de créativité de leurs produits. Cette classification schématisée laisse voir les résultats suivants :

- Au moins 10 enseignes portent des noms de familles arméniennes, renvoyant le plus souvent à des grossistes et des ateliers, des manufactures et des usines de fabrication.
- 48 designers et enseignes hautement créatives de grande renommée, dont 24 enseignes portent le nom d'une femme designer.
- 4 sociétés de fabrication d'équipements et d'outils pour la joaillerie et 4 sociétés de ventes d'équipements, où les familles arméniennes semblent dominer le marché.

Tableau 23 | Répartition des entreprises par sous-secteur d'activité

Secteur d'activité	Secteur d'activité	Nombre d'entreprises
صناعة المجوهرات المقلدة	Bijoux: production de bijoux-fantaisie	6
البيع بالجملة للساعات والمجوهرات	Bijoux: vente en gros de montres et bijoux	26
البيع بالجملة للمجوهرات	Bijoux: vente en gros de bijoux	38
البيع بالتجزئة للساعات والمجوهرات	Bijoux: vente au détail de montres et bijoux	130
البيع بالتجزئة للمجوهرات	Bijoux: vente au détail de bijoux	168
إصلاح الساعات والمجوهرات	Bijoux: réparation de montres et bijoux	5
أنشطة تصميم الأزياء والمجوهرات	Bijoux et mode: design de bijoux et mode	43
<b>Total</b>		<b>416</b>

Tableau 24 | Répartition des 102 entreprises de design de bijoux par type d'activité en 2019

Produits customisés et pièces uniques	Vente de gros	Vente de détail	Hautement créatif	Exportateur	Usine, fabrication et/ou sous-traitance
58	46	91	48	65	22

Dans la liste des 102 designers que nous avons pu répertorier, au moins 58 travaillent dans la production de produits customisés et de pièces uniques, dont 48 sont reconnus par leurs pairs pour leur charge hautement créative (évaluation certes subjective, mais qui émane d'abord d'un jugement de méfiance à l'égard des grossistes qui, semble-t-il, ne peuvent pas concilier créativité et travail à la chaîne). Le tableau 26 en donne ainsi les principales caractéristiques (une même entreprise peut appartenir à plusieurs catégories).

Par ailleurs, parmi les grands acteurs de la scène de la joaillerie, on peut compter Hela qui offre **des services de prototypage** pour l'industrie des bijoux, avec des **designs numériques en 3D et avec la technologie CAD-CAM**, ainsi que Nawbar, le musée et la galerie d'art qui expose et commercialise le travail des designers ou enfin le **Jewelry and Technological Institute** of Lebanon qui forme des artisans, des techniciens et des designers.

En réalité, il est apparu à travers les entretiens menés dans le cadre de cette étude, que la plupart des bijoutiers préfèrent former "in house" les apprentis qu'ils recrutent et ont faiblement recours aux diplômés d'institutions telles que Kafa'at et Malak College pour le recrutement d'artisans et de techniciens (6% uniquement selon le rapport du ministère du Travail), ayant aussi recours aux promotions internes de leurs apprentis.

Du côté de la commercialisation, le développement au cours des deux dernières décennies de **marchés de niches**, avec une forte demande intérieure, a encouragé la formation de grandes initiatives, comme le « **Made in Lebanon** » devenu un important argument de vente ou encore l'initiative de l'UNIDO de mettre en contact des artisans de Burj-Hammoud avec des designers libanais de grande renommée en vue de l'exportation. De cette dernière initiative est né le « **Creative Lebanon** » qui vise à faciliter l'exportation des créations libanaises. Du côté des structures de l'offre, plusieurs initiatives ont été développées pour inciter les jeunes entrepreneurs à se lancer dans de nouvelles start-ups. Par exemple, en 2014, **le projet PRIME** (« Promouvoir l'apprentissage intergénérationnel dans les pays méditerranéens »), une collaboration entre la Chambre de commerce de Tripoli et le Syndicat des bijoutiers du Nord, visait à transférer des compétences et de l'expertise aux jeunes intéressés par le secteur de la gemmologie. Il a également généré des programmes de mentorat pour les entrepreneurs potentiels et facilité l'échange d'expériences et de savoir-faire.

Enfin, aux côtés des créateurs du premier tableau, on compte un grand nombre de **créateurs ou vendeurs de bijoux-fantaisie** (voir le tableau en annexe - Liste des commerçants, retailers et de vendeurs de bijoux-fantaisie), dont le potentiel créatif reste très faible et qui ne concurrencent que très faiblement les premiers, même si certaines entreprises tentent de se positionner simultanément sur les deux marchés, comme Fady Sawaya.

Ainsi, le marché de la joaillerie est marqué par une grande diversité de produits locaux ou importés, et par la forte structuration de la production dans d'anciens **Souks fonctionnant comme des clusters de production et de distribution** (comme souk El-Sagha à Burj-Hammoud, Hamra et Barbir).

À la marge des clusters et des grandes enseignes, des **designers individuels** se font une renommée par la production de modèles uniques, la signature individuelle du créateur constituant ainsi la part la plus importante de la valeur ajoutée. Par conséquent, on constate la coexistence, parfois au sein d'un même cluster, d'un segment low-budget de produits standardisés de faible valeur esthétique, et d'un marché high-end qui se distingue par un fort investissement de talents et de savoir-faire.

À l'autre bout du spectre, les grandes enseignes se livrent une concurrence forte, avec de multiples points de vente dans les grandes villes. Pour ces derniers (Zoughaib, Moukarzel, HIMO, etc.), les **tendances sont à la vente massive et en série de produits standardisés**, ces enseignes tentant néanmoins de diversifier et de distinguer leurs produits en lançant de multiples « nouvelles » collections (certains allant jusqu'à en lancer 3 par an) intensivement médiatisées pendant les périodes de fêtes. Cependant, leurs produits restent faiblement différenciés, tant au niveau des prix qu'au niveau de la qualité et du design, les poussant à se livrer à une véritable concurrence spatiale, en multipliant leur présence dans la plupart des grands centres commerciaux.

L'accès de plusieurs jeunes designers à ce marché hautement concurrentiel se fait par le biais d'une formation solide à l'international, dans les plus grandes écoles d'Europe ou des États-Unis, comme le Gemological Institute of America et son célèbre « Robert Mouawad Campus », l'Afedap ou encore l'École Boule.

De **jeunes femmes designers** imposent désormais leurs marques sur le marché local (Cynthia Raffoul, Christina Debs, Gaelle Khoury, Sylvie Saliba ou encore les Mukhi Sisters) avec un design dit contemporain qui se veut en rupture par rapport aux traditions ancestrales des enseignes établies. Ces designers offrent par exemple **un marché e-commerce dynamique** de produits high-end à des prix accessibles (les prix de certaines gammes de produits destinées à l'exportation variant entre 100 et 500 USD), avec souvent d'importantes réductions de prix pour les ventes en ligne. Cynthia Raffoul offre par exemple une livraison gratuite à l'international pour les ventes dépassant 400 USD.

Le développement du e-commerce présente de nouvelles opportunités tant pour les commerçants que pour les designers. De nombreuses entreprises l'ont déjà adopté et certaines basent entièrement leurs activités sur le commerce électronique. Elles sont souvent considérées comme des startups technologiques ou numériques. De plus, **l'utilisation intensive des médias sociaux** pour les campagnes médiatiques et les promotions en a fait des composantes incontournables pour les jeunes artistes. De nombreuses nouvelles entreprises telles que Lebelik et GiftstoLebanon se sont développées sur un tel modèle.

## Les déterminants de la demande de bijoux au Liban

Le marché de la bijouterie a connu des changements substantiels pour s'adapter aux variations de la demande. Concernant les particuliers et notamment ceux intéressés par les bijoux féminins, on demande de plus en plus d'articles simples, légers et pas chers. En parallèle, la nouvelle génération semble demander plus de bijoux en or. Selon un propriétaire de magasin à Chiyah, c'est surtout le progrès au niveau des techniques de production - qui permettent la manipulation de bijoux de plus en plus fins - qui encourage les jeunes femmes à demander les bijoux en or. Il explique : « [...] *Les modèles anciens, plutôt grands et lourds, n'attiraient pas les jeunes femmes. Mais les articles qu'on produit ces jours-ci sont plus légers et plus à la mode, donc elles préfèrent ça. Enfin, au lieu d'un bijou-fantaisie, elles achètent de l'or qui gardera sa valeur.* ». Le bijou moyen de cette catégorie pesant 2 à 3 grammes d'or, il coûte entre 80 et 100 dollars.

### 1 | Les déterminants de la demande externe

**Le secteur de la joaillerie au Liban jouit d'une réputation régionale. Une grande partie des exportations était destinée aux pays de la péninsule arabique.** Les modèles les plus prisés sont des ensembles diamantés (boucles d'oreilles, bracelets et colliers) ou des bijoux généralement lourds et donc plutôt chers. Comme au Liban, cette demande évolue progressivement vers des bijoux plus légers, avec moins d'or et plus de détails.

En outre, la montée en puissance des concurrents au niveau international, surtout la Turquie, a eu un effet négatif sur le volume des exportations libanaises notamment au niveau de la demande provenant des pays du golfe. Un joaillier interviewé a signalé un changement supplémentaire au niveau de la demande, les marchands du golfe important à présent les bijoux libanais sans pierres précieuses. Ces marchands se procurent les pierres précieuses a posteriori et les fixent eux-mêmes - la fixation étant une opération plutôt simple tant que la fabrication de la partie en or est de bonne qualité. Cette tendance affecte négativement la marge de profit des joailliers.

Comme l'explique le joaillier « *le vrai profit - à peu près 15% du prix du matériel - se fait sur les diamants, car ils sont plus chers que l'or. [...] Cela a eu un effet négatif sur le secteur des bijoux diamantés au Liban* ». Il donne l'exemple d'un bijou contenant de l'or d'une valeur de 300 USD et de diamants coûtant 900 USD. Sa marge de profit étant plutôt fixe et proportionnelle au prix total du bijou, il se trouve dans une situation où il subit toujours plus ou moins les mêmes coûts de production, mais avec une marge de profit significativement inférieure. Le commerçant, lui, bénéficie de la qualité supérieure de la manufacture du bijou en or et d'une marge de profit supérieure.

## 2 | Instabilité politique

Toutes les parties prenantes contactées ont mentionné **l'instabilité politique** comme **une des raisons principales de la baisse de la demande**. Les **périodes de crise politique** sont souvent accompagnées par une incertitude qui touche les consommateurs, et qui naturellement diminue leurs achats de bijoux - un produit de luxe et dispensable. Selon le président de l'association des commerçants de bijoux, les effets des événements politiques pèsent sur le secteur surtout depuis 2005. Il affirme que les ventes en 2019 représentent moins de 50% du volume des ventes durant la période précédant 2005.

Cette instabilité ne touche pas seulement la demande provenant de la population nationale. Le tourisme constitue une source importante de la demande pour la joaillerie libanaise. Selon le président de l'association des commerçants de bijoux, les ventes augmentent d'habitude de 60 à 80% durant les mois de juin, juillet et août. La majorité de cette demande provient des Libanais qui résident dans la péninsule arabique et viennent au Liban en vacances.

Depuis le début de 2019, l'or, le diamant et les pierres précieuses sont redevenus des valeurs sûres pour les Libanais et leur offrent un moyen de faire sortir les capitaux des grands comptes bancaires, surtout au début de la crise lorsque les bijoutiers acceptaient encore les chèques bancaires et les cartes de débit.

## 3 | Disparités régionales

Nos entretiens avec les joailliers **dans différents quartiers de Beyrouth** ont révélé **une grande disparité dans les ventes**. Les magasins visités à Achrafieh par exemple, avaient confirmé que jusqu'en octobre 2019, leurs ventes avaient dépassé celles des années précédentes. Pourtant les autres joailliers, et même le syndicat des joailliers, affirment que les deux dernières années ont été difficiles - dans la continuité du déclin du secteur à partir de 2005. Cela pourrait être dû aux classes sociales qui habitent dans les régions en question, celles d'Achrafieh appartenant généralement à la classe moyenne ou aisée. De plus, le grand nombre de non-Libanais dans ces régions permet d'assurer une demande indépendante des troubles socio-économiques libanais. Un joaillier à Chiyah, au sud de Beyrouth, explique que la chute de la demande a commencé il y a bien longtemps, et se fait sentir surtout durant certaines occasions et périodes : la fête des mères, la Saint-Valentin et l'été. Il explique que ses collègues dans les villages se trouvent dans de meilleures conditions, étant donné que les Libanais qui visitent le pays durant les vacances se rendent de plus en plus dans leurs villages et augmentent donc la demande dans ces régions.

## 4 | Les bijoux et l'économie des cadeaux et des dons au Liban

Entre 2017 et 2019, la demande de bijoux et de pièces et lingots d'or a augmenté, car beaucoup de clients ont décidé de profiter de la baisse des prix mondiaux de l'or pour épargner (tablant donc sur une éventuelle hausse future des prix) et parce que l'or représentait un placement sûr et moins risqué depuis que la santé du système bancaire a été remise en cause à partir de la fin de 2018.

Depuis une vingtaine d'années, les bijoux en or sont devenus des cadeaux de plus en plus courants, habituellement vendus lors de certaines occasions comme la Saint Valentin ou la fête des mères, et indispensables comme cadeaux de fiançailles et de mariage. Profitant de la surévaluation de la livre libanaise par rapport au dollar pendant les années de stabilité des changes, **les libanais ont intégré les bijoux dans leur économie « de cadeaux »**, partant du principe que « l'or conserve toute sa valeur » (ha 'o fih).

## 5 | Le manque de transparence et les asymétries d'information

Le manque de transparence du marché ne se limite pas uniquement à l'encadrement légal et institutionnel. Il est aussi dû à la fabrication et **la commercialisation de faux et de produits trafiqués, une constante du marché local (non destiné à l'exportation)** dans tous ses segments à part celui des designers utilisant leurs noms comme signature. Même si la plus grande partie de nos interlocuteurs a minimisé l'importance de ces mécanismes de contrefaçon ou de revente de produits volés ou œuvres de faussaires (probablement par peur de nuire à la réputation du secteur), certaines personnes-clés assurent que la fabrication domestique destinée à la demande locale est entachée de ces **pratiques illicites, notamment dans les ventes de diamants**. En sa qualité de réserve de valeur, l'or semble moins l'objet de ces pratiques, mais le diamant offre un terrain fertile à ces pratiques malhonnêtes, la plus importante étant l'utilisation par certains du **zircon brillant** dans des bijoux ornés de quelques diamants et **vendus à des clients incapables de discerner le zircon du diamant dans les certificats**. Profitant aussi du manque de discernement des clients, certains certificats sont falsifiés et des pierres d'imitation sont parfois vendues comme des pierres d'extraction noble.

Pour lutter contre ces fléaux, le syndicat des bijoutiers libanais a **créé un laboratoire permettant aux clients de vérifier et d'authentifier les bijoux achetés**, en vue de diminuer les asymétries d'information, d'améliorer la réputation du secteur et de préserver la confiance des clients. Mais par manque d'information et de compétences, la grande majorité des clients ne se livre pas à ces procédures d'intermédiation, notamment pour les bijoux à faible valeur marchande qui semblent ne pas se prêter à des coûts de transaction supplémentaires.

## Les déterminants de l'offre de bijoux au Liban

### 1 | Coûts de production

En ce qui concerne les ateliers de fabrication de bijoux, une **entreprise est composée en moyenne de 15 employés et les plus grandes ont un personnel qui varie entre 20 et 30 salariés**, avec des possibilités de recrutement très faibles. En effet, les ateliers comptent généralement sur une main-d'œuvre spécialisée et fidélisée qui est formée sur place.

Comme dans de nombreux autres secteurs, les entreprises et les designers sont touchés par la récession économique et souffrent notamment d'une augmentation du coût des loyers, d'une hausse des coûts de main-d'œuvre et d'une pénurie d'investissements financiers.

Le secteur de la joaillerie bénéficie d'un avantage en termes de coût de main-d'œuvre. D'après nos entretiens, **le coût moyen de fabrication d'un gramme d'or varie entre 3 et 4 dollars USD** - soit 10% du prix du gramme. Ce même gramme coûterait 6 ou 7 USD pour un produit importé d'Italie. Mais plusieurs compétiteurs au niveau mondial menacent la joaillerie libanaise. Un producteur ayant participé à une exposition de joailliers à Dubaï en 2019 affirme que **les joailliers turcs** ont réussi à attirer les commerçants avec des **prix de fabrication de 2.5 USD**. Il explique que les bijoux turcs sont de qualité similaire à ceux produits au Liban, et parfois même de meilleure qualité.

De plus, les coûts fixes élevés au Liban freinent le développement du secteur. L'instabilité du courant électrique est un des obstacles les plus cités durant nos entretiens, ainsi que les charges fiscales et celles de la sécurité sociale. L'exemple de la Turquie est fréquemment cité, pays où l'État soutient le secteur en offrant des produits financiers, des exonérations fiscales et surtout en fournissant 25 kilos d'or au taux minimal de l'once par an.

## 2 | Disponibilité de la main-d'œuvre

Toutes les parties prenantes ont affirmé que les joailliers libanais sont perçus comme les meilleurs au monde. Le président du Syndicat des Maîtres joailliers au Liban les compare à des « professeurs d'université » vu leur maîtrise du métier et leur capacité à fabriquer des bijoux complexes et de haute qualité. Cependant, il prévient d'une hémorragie au sein de **la joaillerie libanaise qui perd graduellement les maîtres joailliers plus âgés et qualifiés, sans que le secteur n'attire de nouveaux entrants** prêts à apprendre le métier. Il cite plusieurs raisons à cela. D'abord, la baisse de la demande au niveau national diminue les opportunités d'emploi de ces joailliers. Par ailleurs, la rémunération de ces derniers, souvent calculée par rapport au poids d'or que contient le bijou, s'avère insuffisante pour garantir aux joailliers un niveau de vie acceptable. C'est surtout le cas depuis les dernières années avec la montée en puissance des bijoux légers qui contiennent moins d'or que les anciens modèles, mais qui nécessitent toujours la même quantité de travail.

Au niveau du sertissage, les coûts au Liban sont significativement plus élevés que ceux d'autres pays. Un joaillier à Achrafieh indique que les sertisseurs spécialistes qui pratiquent le métier au Liban sont plutôt rares, la plupart ayant quitté le domaine. Il explique que le sertissage d'un rubis au Liban coûte entre 1 et 3 USD. En Chine, le sertissage coûte 10 centimes de USD. Du fait, les commerçants de bijoux libanais ont **recours à des sertisseurs chinois**. Ce phénomène a poussé les sertisseurs à chercher de nouveaux métiers.

## 3 | Formation technique

Le président du Syndicat des Maîtres joailliers a indiqué que la qualité de formation au Liban influence négativement le secteur. Il affirme que les instituts présents sont **souvent mal équipés** alors que de nouvelles technologies apparaissent régulièrement dans le secteur et que **les instituts techniques n'ont pas les capacités financières nécessaires** pour se les procurer. De plus, il indique que les instructeurs sont rarement de haut calibre. Un projet est préparé par le syndicat pour établir un institut qui permettrait aux maîtres joailliers les plus âgés de partager leur savoir-faire avec une nouvelle génération de joailliers capables de développer le secteur.

## 4 | Disponibilité de la technologie

La joaillerie libanaise ne souffre généralement pas de manque de technologies. Cela ne contredit pas l'existence de nouvelles technologies au niveau mondial qui, par manque de demande ou de capital, ne se retrouvent pas dans les ateliers libanais. En fait, ces machines sont généralement chères (dans les centaines de milliers d'euros) et ne s'avèrent rentables que pour d'importantes productions qui dépassent la capacité de vente des joailliers libanais. Un exemple souvent cité est celui des machines qui produisent les chaînes plutôt fines et délicates. Toutefois, la joaillerie libanaise, même avec les technologies existantes dans le pays, reste compétitive au niveau local, même régional. Les producteurs rencontrés dans le cadre de cette étude ont partagé leur volonté d'acheter de nouvelles machines lorsque la conjoncture économique serait plus favorable.

## 5 | Publicité et Marketing

Généralement, les grands ateliers de joailliers n'ont pas recours à des publicités payantes. Leurs clients étant les magasins ou les commerçants, une relation plutôt stable se construit avec eux. Les magasins ont recours à des vendeurs indépendants qui offrent les produits à de nouveaux magasins. Les parties interviewées affirment

qu'elles n'allouent pas de budget pour attirer de nouveaux clients au Liban. En revanche, ces ateliers ont souvent recours à des expositions internationales pour pénétrer de nouveaux marchés. Le coût de ces expositions est un des obstacles les plus importants au développement du secteur selon les joailliers.

Cela n'est pas le cas des ateliers de petite taille vendant directement aux consommateurs finaux. Ces ateliers ont surtout recours aux réseaux sociaux pour atteindre de nouveaux clients. Ils préfèrent ce type de marketing pour ses coûts faibles et sa capacité à cibler plus clairement leur marché de prédilection (classe moyenne, habitants étrangers, jeunes professionnels, etc.).

## 6 | Fiscalité et Douanes

Même si la fiscalité au niveau du secteur pourrait être améliorée, il ne s'agit pas de l'obstacle le plus important. En réalité, la TVA sur les bijoux reste largement inférieure à celle d'autres produits, ne dépassant pas 1% pour les bijoux en or, et 2% pour les bijoux diamantés. Les droits de douane d'environ 2,000 USD par kilo, eux, sont perçus comme un facteur inhibiteur du développement du secteur. Aussi, il apparaît que certains commerçants ont recours à des pratiques de contournement de la réglementation fiscale nationale, voire à des pratiques illicites d'entrée et de sortie des marchandises (transport personnel de bijoux achetés à l'étranger).

Selon le Syndicat des Maîtres joailliers, les droits de douane ne sont pas suffisants. Ils réclament des mesures protectionnistes en insistant sur le fait que la concurrence des bijoux importés (légalement ou illégalement) est l'une des causes principales du déclin du métier. Face à un flux constant de produits fabriqués en masse avec de nouvelles machines, les joailliers libanais se trouvent incapables de rivaliser.

## 7 | Disparités au niveau de la taille

Nos recherches indiquent que les joailliers avec des ateliers plutôt de petite taille (3-4 employés) sont beaucoup moins sensibles à la chute de la demande. Ces ateliers vendent directement au consommateur final et fabriquent plutôt des modèles personnalisés. Ils tirent parti de leurs modèles uniques, de la loyauté et la confiance de leurs clients et de leur capacité à facilement réduire leurs coûts durant les périodes de ralentissement de la demande (loyer, salaires...etc.). Cependant, les ateliers plus avancés et avec plus d'employés ont des difficultés à persister durant ces périodes puisque leurs coûts - surtout les coûts fixes - ne sont pas facilement ajustables.

# Poids économique et potentiel exportateur de la joaillerie

Étant donné que le design de la mode et celui de la joaillerie entrent sous une même classification dans la nomenclature du MdF et qu'il est difficile d'estimer la part de chacun, les données douanières sont les seules capables de mettre en évidence les tendances de ce secteur.

Alors qu'elle enregistrait un léger excédent en 2014, la balance commerciale devient négative à partir de cette date. Mais l'exportation croît à partir de 2017 et passe de 53.4 millions à 68.2 millions de USD. Ces chiffres ne représentant que la partie déclarée des exportations de bijoux « créatifs », autrement dit, la partie visible de l'iceberg. Car l'exportation totale des bijoux et de métaux précieux (le créatif et le non-créatif) suit une dynamique toute autre, avec des exportations de l'ordre de 1.5 milliards de USD en 2019, point sur lequel nous reviendront par la suite. Contentons-nous de mentionner à ce niveau que cette croissance peut s'expliquer, d'un côté par le fait que le Liban a toujours été une plaque tournante de ce commerce triangulaire entre

l’Afrique et le reste du monde et spécialement vers l’Europe et les pays du golfe, et d’un autre côté par la valeur refuge que représente la joaillerie pour la fuite discrète des capitaux depuis le début du blocage politique et économique du pays.

## 1 | Valeur du marché et exportations

Selon le rapport de 2018 élaboré par le ministère du Travail [2018], le marché local de bijoux et de pierres précieuses est estimé à 600 millions de dollars, soit plus d’1% du PIB.

Cependant, ces chiffres avancés par le ministère nous semblent discutables, dans la mesure où ils ne résultent pas d’une étude de marché, mais s’appuient visiblement sur des estimations tirées de la presse locale et d’un rapport plus ancien de Blominvest (2016) qui lui-même se fonde sur des estimations données par des bijoutiers.

Or, les exportations de bijoux, de métaux et de pierres précieuses se chiffrent à elles seules à plus de 600 millions de USD par an, en période normale (2013-2018) et peuvent dépasser les 1.2 milliard de USD en période de forte instabilité économique et politique, comme en 2011 et 2012 après la guerre en Syrie ou en 2019, quand les exportations dépassent les 1.4 milliard de USD avec l’enlisement du pays dans la crise financière.

Avec des activités exportatrices d’une valeur deux fois supérieure aux estimations du ministère du Travail, l’exportation libanaise de bijoux à elle seule pourrait ainsi peser quelques 3% du PIB du pays en 2019.

Tableau 25 | Évolution de la balance commerciale des bijoux de 2011 à 2020 (milliers de USD)

Année	Importation	Exportation	Balance commerciale
2011	2,141,359	1,492,250	-649,109
2012	1,585,147	1,724,497	139,350
2013	1,135,646	769,721	-365,925
2014	975,830	541,658	-434,172
2015	822,121	434,056	-388,065
2016	1,255,255	828,336	-426,919
2017	996,116	586,002	-410,114
2018	1,252,303	648,011	-604,292
2019	931,392	1,454,914	523,522
2020	325,118	520,728	195,610

De leur côté, les importations libanaises de bijoux, de métaux et de pierres précieuses se chiffrent en moyenne autour de 1.2 milliard de USD annuellement, entre 2011 et 2019.

## 2 | Structure de l’importation-exportation des bijoux et métaux précieux en 2019

Le tableau ci-après montre qu’entre 2011 et 2020, les principales exportations libanaises étaient constituées de l’or suivi du diamant, de la joaillerie et des bijoux en (ou couverts de) métaux précieux. Ces produits conservent des proportions comparables au fil de la décennie, mais seule l’exportation de l’or connaît des fluctuations importantes au fil des ans, notamment en 2011, 2012 et 2019 (atteignant son pic en 2012 avec

presque 1.4 milliard de USD d'exportation d'or, sur un total de 1.7 milliard de USD pour toutes les exportations de bijoux et métaux précieux).

Ainsi, rien qu'en 2019, la seule exportation d'or dépasse les 1.1 milliard de USD (sur un total de 1.45 milliard de USD) et au cours des 6 derniers mois de 2020, elle dépasse les 430 millions de USD, c'est-à-dire deux fois la moyenne annuelle au cours des 6 années précédant la crise de 2019.

Tableau 26 | Répartition de l'import-export de bijoux et joaillerie en 2019

Produits	Importation		Exportation	
	Milliers de USD	Poids en tonnes	Milliers de USD	Poids en tonnes
Perles (71.02.22)	196	-	10	-
Diamant	332,576	-	238,793	-
Pierres précieuses et semi-précieuses	18,908	4	1,439	-
Pierres précieuses et semi-précieuses synthétiques ou composées	683	8	316	-
Grains, sables, de pierres précieuses et semi-précieuses	3	-		
Argent	620	3	1,079	2
Or	483,990	12	1,134,973	27
Platine	318	-	77	-
Récupérations de métaux précieux	-	-	-	-
Joaillerie et bijoux en (ou couverts de) métaux précieux	85,676	5	66,037	2
Argenterie et autres mobiliers en métaux précieux	191	4	1,547	18
Autres artefacts en (ou couverts de) métaux précieux	3	-	23	-
Produits en perles ou pierres précieuses	76	6	9	-
Accessoires et bijoux-fantaisie	7,964	614	582	8
Monnaie	188	-	29	1
<b>Total</b>	<b>931,392</b>	<b>656</b>	<b>1,454,914</b>	<b>58</b>

Entre 2010 et 2019, le secteur de la joaillerie a connu un essor considérable et une hausse de la demande intérieure et internationale pour les produits domestiques. **Le Liban est ainsi devenu en 2014, le 5<sup>e</sup> plus grand exportateur de bijoux pour l'Europe.** Les principaux partenaires commerciaux sont l'Afrique du Sud, les Émirats arabes unis et la Suisse pour les exportations, et le Togo, le Bénin, les Émirats arabes unis, la Belgique et la Suisse pour les importations.

La guerre en Syrie, à partir de mars 2011, a perturbé quelque peu les mécanismes d'exportations, tout en accélérant les exportations de l'or. Mais la hausse de la demande en ligne semble avoir compensé la baisse de la demande syrienne, et le niveau global des ventes n'a pas été affecté significativement avant 2019.

### 3 | Commerce international des produits créatifs

Si l'on se limite maintenant au commerce international des produits créatifs, on constate que les exportations libanaises de design de bijoux et de bijoux-fantaisie ne constituent que 10% du total

des exportations de bijoux, métaux et pierres précieuses (autour de 60 millions de USD en moyenne entre 2013 et 2018 et 110 millions de USD en 2012, pic historique du secteur).

De leur côté, les importations de bijoux et de bijoux-fantaisie représentent en moyenne 85 millions de USD entre 2011 et 2019, constituant ainsi presque 10% du total des importations de bijoux, métaux et pierres précieuses. Le tableau de l'annexe 4 - exportation et importation de bijoux donne l'évolution des exportations des bijoux et pierres précieuses entre 2011 et 2020.

Tableau 27 | Répartition de l'import-export de design de bijoux et joaillerie par produit en 2019

Produits	Import		Export	
	Milliers de USD	Poids en tonnes	Milliers de USD	Poids en tonnes
Joaillerie et bijoux en (ou couverts de) métaux précieux	85,676	5	66,037	2
Argenterie et autres mobiliers en métaux précieux	191	4	1,547	18
Autres artefacts en (ou couverts de) métaux précieux	3	-	23	-
Produits en perles ou pierres précieuses	76	6	9	-
Accessoires et bijoux-fantaisie	7,964	614	582	8
<b>Total design bijoux et joaillerie</b>	<b>93,910</b>	<b>629</b>	<b>68,198</b>	<b>28</b>

#### 4 | Un avantage comparatif révélé (ACR)

Au Liban, la joaillerie est un secteur à avantage comparatif révélé (ACR) présentant un potentiel de croissance des exportations particulièrement fort. Le ACR est un indice utilisé en économie internationale pour calculer l'avantage ou le désavantage relatif d'un certain pays dans une certaine classe de biens ou de services, comme en témoignent les flux commerciaux. L'indice ACR indique les secteurs dans lesquels la part du Liban dans les exportations dépasse la part des exportations mondiales du même secteur. Ce sont les domaines dans lesquels le Liban a un avantage comparatif. Les secteurs au Liban avec le ACR le plus fort comprennent la transformation de la pierre, du verre et du bois.

Le Liban jouit de cet avantage comparatif puisqu'il profite de l'existence d'une main-d'œuvre hautement qualifiée et relativement pas chère comparée aux travailleurs européens. Plus particulièrement dans le marché de Burj-Hammoud, les designers peuvent compter sur la contribution d'une **main-d'œuvre spécialisée et fidélisée**, ce qui diminue considérablement les coûts de transaction.

Enfin, la compétitivité des produits libanais s'explique par les **relations directes entre les fournisseurs, les artisans, les designers et les clients**. Dans ce sens, des pièces en or de 18 carats peuvent se révéler plus compétitives que des produits de 14 ou de 9 carats en Europe.

#### 5 | Douanes : un déterminant de la compétitivité

Les **faibles droits de douane** sont également un déterminant majeur de la compétitivité des produits libanais, notamment quand les pierres non travaillées ou non finies sont exemptées de droits de douane, ce qui diminue considérablement les coûts de production.

En 2000, le WGC (World Gold Council) a suggéré de réduire les droits de douane à 4% afin de concurrencer le marché émergent des pays du golfe. Reconnaisant la nécessité de défendre le secteur, le gouvernement libanais a pris des mesures drastiques pour soutenir les exportations, telles que la baisse de la TVA à moins de 1.3% et la réduction de moitié des droits de douane sur l'exportation des bijoux en or finis importés. **Aujourd'hui, l'État ne perçoit pas d'impôt (TVA) ni droits de douane sur l'exportation de l'or, de l'argent, du diamant, des perles et des pierres précieuses, alors que les pièces finies sont soumises à des droits de douane minimum de l'ordre de 5% et à une TVA variant entre 0.88% et 1.3%.**

## Le marché local de la bijouterie et ses niches

### 1 | Vente au détail : une composante dominante

A l'instar des autres sous-secteurs, les ventes des grossistes connaissent une croissance de leur chiffre d'affaires, avec une légère baisse en 2019. À un niveau proche de 100,000 USD par an, **la vente en gros représente le quart des ventes totales de bijoux**, montres, pierres et métaux précieux. **La vente au détail** de montres, bijoux, pierres et métaux précieux est la composante dominante du secteur, représentant **88.5% des entreprises** (2,185 entreprises) et des ventes qui dépassent les 200 millions de USD à partir de 2018, soit le tiers du chiffre d'affaires du secteur environ.

Ces ventes connaissent une croissance significative en 2019, quand la dépréciation de la livre libanaise a encouragé l'achat d'or comme valeur refuge.

### 2 | Design de bijoux

Le sous-secteur du **design, de la bijouterie et du stylisme** (design d'habits et mode) semble représenter, à lui seul, une valeur marchande déclarée qui **dépasse les 14 millions de USD par an en 2016**, avec une augmentation de 25% en 2019 par rapport à son niveau de 2016.

Puisque la moitié des entreprises travaillant dans ce sous-secteur est spécialisée en design de bijoux, on peut raisonnablement estimer les services de design créatif de bijoux à quelques 10 millions de USD en 2019.

### 3 | Niche des bijoux-fantaisie

Malgré son faible chiffre d'affaires, **le marché des bijoux-fantaisie, montres et autres services liés à la joaillerie** qui recoupe celui des accessoires de mode dans le secteur mode, représente un sous-secteur à fort potentiel de création de richesse. Avec ses 41 entreprises spécialisées, la fabrication de bijoux-fantaisie est un sous-secteur dynamique. Le sous-secteur atteint un chiffre d'affaires record de 3.5 millions de USD en 2017, mais subit de plein fouet les conséquences de la stagnation économique de 2018, avec des ventes au moins dix fois inférieures. Cependant, les ventes de bijoux-fantaisie sont reparties à la hausse en 2019 par rapport à 2018, tout en restant bien en-deçà de leur niveau au cours des années précédentes.

### 4 | Niche des services de réparation

Aux côtés de la fabrication et de la commercialisation des produits, les services de la joaillerie connaissent également **un essor considérable au cours des dernières années**. Les services de réparation de montres et de bijoux représentent une valeur approximative de 500,000 USD par an en moyenne, mais leur **chiffre d'affaires baisse drastiquement (presque de moitié) en 2019**.

Les chiffres douaniers, qui eux-mêmes sous-estiment largement le potentiel exportateur du secteur, donnent une meilleure image de la taille réelle du secteur de la joaillerie. Avec des exportations régulières de l'ordre de 600 millions de USD par an et pouvant dépasser le milliard de dollars par an en période d'instabilité (2011 ou 2019), on peut raisonnablement estimer une contribution du secteur à la création de valeur ajoutée de l'ordre de 900 millions de USD en 2019, représentant au moins 2% du PIB.

Aussi, à travers une triangulation des données du ministère des Finances, de l'administration des Douanes et des chiffres avancés par les rapports internationaux, il nous semble que la joaillerie est le secteur le plus stratégique pour l'économie libanaise du point de vue de sa contribution à la création de richesse et de son potentiel d'exportation, mais également du point de vue de sa capacité à apporter des sources de financement pour l'État, le manque à gagner pour l'administration fiscale étant le plus important parmi tous les sous-secteurs de l'économie créative.

Cela dit, il reste difficile d'estimer le poids du segment créatif (design de bijoux) au sein de ce secteur, compte tenu de la nature même de ses opérations économiques caractérisées par le secret professionnel et par certaines pratiques qui échappent à l'administration fiscale.

Aussi, si les bijoux occupent désormais la première place des exportations libanaises, dépassant le milliard de dollars certaines années, il reste difficile d'estimer la contribution de la créativité à l'essor de ce secteur et la part du « commerce triangulaire » (le Liban jouant un rôle non négligeable dans le commerce de diamant entre l'Afrique et l'Europe). Beyrouth est devenue une plaque tournante pour les circuits du commerce illégal de bijoux et le blanchiment d'argent. Ainsi, l'importation de diamant s'élève à 380 millions de USD par an et le Liban en réexporte pour une valeur de 250 millions en 2011, et ces valeurs restent comparables en 2019.

Dans le même sens, le Liban est également un grand importateur de bijoux, ce qui rend encore plus difficile d'estimer la part de la production domestique. Étant donné qu'une grande partie des designers libanais importe les matériaux bruts de l'étranger, il est également difficile d'estimer à quel niveau de la chaîne de valeur intervient la créativité ou la contribution à la création de la valeur ajoutée.

## Financements et fiscalité du secteur de la joaillerie : étude de cas fiscale

En considérant que les pratiques de contournement de la réglementation fiscale et que l'absence de visibilité comptable caractérisent une partie de ce sous-secteur, il y a donc fort à parier que la joaillerie contribue à la création de richesse au Liban beaucoup plus que ne le laisse croire les chiffres du MdF. **Par exemple, dans ce secteur, les 2 plus grandes entreprises en termes de chiffre d'affaires affichent des pertes dans leurs déclarations fiscales et ne sont donc pas ou peu imposables.** Le secteur de la joaillerie est de loin celui qui contribue le moins au financement des caisses de l'État, surtout quand on sait que les droits de douane sont proches de zéro et que la TVA est de 5%.

Tableau 28 | Chiffres d'affaires des top 5 du design de bijoux et mode en 2018

Milliers de USD	Top 1	Top 2	Top 3	Top 4	Top 5	Total top 5	Total du secteur
Chiffre d'affaires	3,512	3,460	1,287	916	889	10,064	17,023

Comme le montre l'étude fiscale ci-dessous, l'entreprise affichant le plus grand chiffre d'affaires du secteur, soit presque 14 millions de USD en 2019, enregistre néanmoins un résultat négatif de 135,323 USD.

Tableau 29 | Étude fiscale de l'un des premiers CA dans la joaillerie en 2018

	Taux	En USD	En LL
Chiffre d'affaires annuel		13,736,650	20,708,000,000
dont à l'export		557,877	841,000,000
marché national		13,178,773	19,867,000,000
Charges matières premières		9,161,526	13,811,000,000
Charges opérationnelles (loyer, électricité...)		2,220,896	3,348,000,000
Charges employés		1,984,080	2,991,000,000
Charges calculées nettes		505,473	762,000,000
<b>Total des charges</b>		<b>13,871,975</b>	<b>20,912,000,000</b>
<b>Résultat</b>		<b>(135,325)</b>	<b>(204,000,000)</b>
Impôts sur les bénéfices - société	11%	138,094	208,177,000
Impôts sur les dividendes en cas de distribution	17%	-	-
Charges CNSS / employé		5,247	7,910,000
Charges CNSS / employeur		287,894	434,000,000
<b>Total impôts</b>		<b>431,235</b>	<b>650,087,000</b>

## Analyse SWOT de la joaillerie

Figure 10 | Analyse SWOT de la joaillerie



- **Maîtres joailliers qualifiés** : ayant une longue histoire dans la joaillerie, le Liban bénéficie d'un grand nombre de maîtres joailliers dont les qualifications constituent une base solide pour le développement du secteur.
- **Demande locale significative** : les bijoux représentent un élément important des coutumes libanaises : cadeaux pour nouveaux nés, mariages...etc. Cela garantit une demande stable qui servirait de moteur de croissance pour le secteur, en parallèle avec le développement d'opportunités d'export.
- **Réputation locale et régionale** : la joaillerie libanaise jouit d'une bonne réputation au niveau local et régional, surtout dans les pays du golfe. Cette réputation permet aux joailliers libanais de rivaliser avec leurs concurrents internationaux. Il s'agit d'un avantage important, surtout pour les joailliers n'ayant pas les moyens financiers de lancer des campagnes publicitaires et de promouvoir leurs produits à l'international.
- **Manque de transparence** : on peut noter l'absence d'autorité nationale responsable du contrôle de qualité et des poinçons. Malgré l'existence d'une loi qui oblige les joailliers à avoir leurs bijoux poinçonnés par le ministère de l'Industrie, un décret ministériel de 1995 a permis à tout joaillier - même le propriétaire d'un magasin de bijoux - de poinçonner ses propres bijoux. Cela suscite un sentiment de méfiance de la part des consommateurs, surtout sur les nouveaux marchés.
- **Manque de soutien de la part du gouvernement** : malgré l'importance du secteur sur le plan économique national et surtout à l'export, l'État libanais ne lui offre pas de soutien tangible, alors que les concurrents de la région jouissent d'un support important de la part de leurs gouvernements. Ce soutien prend différentes formes : provision d'or, allègement fiscal, soutien financier pour l'exportation...etc. Il s'agit d'un désavantage important qui rend les joailliers libanais de moins en moins compétitifs au niveau mondial.
- **Visibilité insuffisante au niveau mondial** : il n'existe pas d'effort de la part du gouvernement ou des associations pour aider les joailleries libanaises à capitaliser sur leur réputation locale et régionale pour gagner plus de visibilité au niveau mondial. Par exemple, certains gouvernements louent des dizaines de stands dans les expositions internationales de bijoux et les offrent aux joailliers du pays à des prix réduits. Les joailliers libanais rencontrés ont tous partagé leur frustration face aux coûts excessifs des expositions internationales.
- **Coût de la main-d'œuvre** : la joaillerie libanaise est considérée très compétitive en termes de coûts de production et notamment concernant le ratio coût/qualité. Cela pourrait être un avantage compétitif important pour le développement du secteur, surtout au vu des nouvelles tendances globales vers des bijoux plus fins et moins chers.
- **Système fiscal encourageant** : le système fiscal gouvernant l'activité de joaillerie offre des opportunités pour l'expansion du secteur. Les réductions fiscales dont bénéficient les bijoux surtout au niveau de la TVA garantissent une demande locale importante.
- **Demande future prometteuse** : la nouvelle génération libanaise semble toujours attirée par les bijoux, mais préfère des modèles moins chers, contenant moins d'or, mais plus de détails. Les joailliers libanais ont pu adapter leur production pour répondre à cette nouvelle demande. Les processus de production ont été modifiés efficacement pour assurer une offre compatible en termes de modèles et de prix. Cette demande pourrait former un noyau pour la croissance future du secteur, surtout que les nouveaux modèles de bijoux exigent beaucoup plus de travail créatif que les anciens.
- **Nouvelles technologies disponibles** : les joailliers libanais bénéficient du progrès technique dans le domaine pour améliorer l'efficacité de leur processus de production et la qualité des bijoux. Plusieurs joailliers ont fait part de leur plan d'introduire plus de technologies modernes dans leurs ateliers dès que la demande domestique est relancée et que les économies d'échelle sont possibles.

- **Perte de main-d'œuvre qualifiée** : les joailliers les plus âgés et les plus qualifiés sont en train de délaïsser la profession en raison de la crise économique que le secteur traverse. Cette tendance risque de nuire à la soutenabilité du secteur, d'autant plus que la nouvelle génération n'est pas attirée par la profession. Le savoir-faire de ces maîtres joailliers, accumulé au fil des années, devra être conservé pour assurer une continuité entre l'expertise des anciens joailliers et les nouvelles technologies disponibles. Des nouveaux centres de formation technique d'excellence sont nécessaires pour préserver le savoir-faire de la profession, tout en intégrant les nouvelles technologies et assurer l'émergence d'une nouvelle génération de joailliers libanais.
- **Concurrence internationale** : la joaillerie libanaise fait face à la concurrence importante de plusieurs pays au niveau mondial. L'avantage des joailliers étrangers réside dans le soutien actif de leurs gouvernements pour promouvoir la production et l'export du secteur. L'État libanais devrait accorder plus d'importance à la promotion de l'investissement dans le secteur et offrir des incitations pour promouvoir l'adoption de nouvelles technologies et réduire les coûts.
- **Instabilité politique** : la demande de bijoux, et par extension l'investissement de la part des joailliers eux-mêmes, est extrêmement sensible à l'instabilité politique. Les circonstances politiques et l'incertitude économique actuelles pèsent sur le secteur de la joaillerie. Un minimum de stabilité est nécessaire pour rassurer les investisseurs sur le potentiel de leurs investissements à long terme, ainsi que les consommateurs qui considèrent le bijou comme un bien de luxe.

## Recommandations ascendantes

- Établir une autorité nationale responsable du contrôle de qualité et des poinçons ;
- Renforcer le rôle de l'État dans la lutte contre l'évasion fiscale, et équiper l'aéroport et les principaux ports du pays de laboratoires dédiés au contrôle des pratiques illicites, notamment en matière de commerce de diamants ;
- Réviser en profondeur le cadre fiscal (impôts, taxes et douanes) de l'industrie joaillière du pays pour que cette industrie, qui est celle qui contribue le moins au financement des caisses de l'État, puisse se développer et créer de la richesse tout en contribuant aux finances publiques ;
- Créer de nouveaux centres de formation professionnelle d'excellence pour préserver le patrimoine de la profession au Liban, en incluant dans leur formation les joailliers libanais les plus âgés et plus qualifiés tout en intégrant les nouvelles technologies ;
- Soutenir les instituts déjà présents sur le marché dans leurs efforts pour s'équiper et former en interne ;
- Capitaliser sur la réputation locale et régionale pour gagner plus de visibilité au niveau mondial à travers une participation plus importante dans les expositions internationales de bijoux, et ce grâce à un financement coopératif des grands acteurs du marché ;
- Dans le cadre des nouvelles tendances globales vers des bijoux plus fins et moins chers, tendance qui se retrouve aussi sur le marché local, l'industrie des bijoux doit développer l'avantage compétitif de ses coûts de production réduits, notamment le ratio coût/qualité ;
- Afin de réaliser des économies d'échelles, les investissements importants, nécessaires dans les technologies nouvelles peuvent être effectués à travers la fédération des efforts financiers des joailliers et bijoutiers.
- Développer des marchés de niches (bijouterie/horlogerie, accessoires de mode/haute couture et bijouterie) et soutenir les initiatives et projets comme « Made in Lebanon », Creative Lebanon, le projet PRIME « Promouvoir l'apprentissage intergénérationnel dans les pays méditerranéens » et les programmes de mentorat pour les entrepreneurs potentiels ;

- Sauvegarder les souks traditionnels de l'or et des bijoux dans les villes qui fonctionnent comme des clusters de production et de distribution (souk El-Sagha de Burj-Hammoud, Hamra et Barbir et dans chacune des grandes villes du pays).

## Focus sur le secteur du textile, de la mode et du stylisme : morphologie et principaux acteurs

Le restant de ce chapitre tente de s'intéresser au secteur de la haute couture au Liban afin d'explorer son potentiel de créativité et de création de richesse pour le pays. Cependant, afin de mieux cerner le sujet, il nous est paru nécessaire de commencer par un aperçu général sur les industries de l'habillement au Liban. En explorant le potentiel par secteur et en réduisant au fur et à mesure l'angle de vue, **cet aperçu part de l'industrie du textile et sa part créative, en passant par la mode et le prêt-à-porter, pour arriver à la haute couture.** Cette approche verticale permet de cerner les activités de design à fort potentiel économique, et d'enrichir l'étude fiscale et économique effectuée grâce aux données collectées auprès du ministère des Finances.

**Le Liban s'est imposé comme l'un des plus grands acteurs de la scène de la mode au Moyen-Orient.** Avec des créateurs comme Elie Saab, Tony Ward et Rabih Keyrouz, le pays est l'un des plus en vogue de la région. Mais les grands designers sont réticents à l'idée de fournir des informations sur leur chiffre d'affaires et communiquent rarement des données relatives à leur production et à leurs ventes. Face à ce manque de données, nous nous sommes surtout appuyés sur les quelques chiffres du secteur déjà publiés auparavant : une étude fiscale du plus grand CA d'un designer de haute couture libanais et les déclarations publiques de quelques principaux acteurs de cette scène.

**L'industrie de la haute couture peut être évaluée à plus de 40 millions de USD,** avec l'existence d'environ **40 maisons de couture,** produisant chacune 200 robes en moyenne par an et dont le prix avoisine en général les 5,000 USD, pouvant atteindre un nombre à cinq chiffres pour les plus grandes d'entre elles.

**La clientèle vient essentiellement des pays du golfe.** Néanmoins, quelques designers comme Robert Abi Nader et Zuhair Murad affirment que 20 à 30% de leurs ventes sont destinées à l'Europe et aux États-Unis avec des clients au Japon et en Afrique.

Les jeunes designers libanais comme Sandra Mansour, commencent à avoir du succès non plus seulement dans la haute couture, mais aussi dans le prêt-à-porter. Cette jeune créatrice de mode libanaise a créé sa maison de couture à Beyrouth en 2010. Connue pour sa ligne de prêt-à-porter complexe et ses vêtements de mariée sur mesure, elle a récemment collaboré avec H&M pour une collection au nom de sa marque.

En dépit d'avantages significatifs en termes de design et de créativité, ce secteur souffre de problèmes structurels et contextuels qui minent sa croissance, comme **l'insuffisance des capacités de production, l'impact de la guerre syrienne, la contrebande et la contrefaçon.**

En effet, **la production locale a considérablement diminué,** surtout après la guerre civile (1975-1990), ce qui a directement affecté les usines de textile et de l'habillement libanaises, provoquant une baisse significative du nombre d'usines de confection.

*Rabih Kayrouz : « Il devient nécessaire de construire des usines qui répondent aux besoins de production de la mode. Encourager les industriels de la mode en finançant et en construisant des usines... Si les Libanais s'emploient à ouvrir des usines et à faire venir des personnes expérimentées de l'étranger pour former les talents locaux, je pense que cela pourrait devenir possible d'ici quelques années ».*

La guerre en Syrie a eu le plus d'impact sur les industries de la mode et du prêt-à-porter. L'exode des Syriens vers le Liban a offert une main-d'œuvre qualifiée à un coût plus faible. Si cela a représenté une opportunité de croissance pour les producteurs libanais, il a conduit néanmoins à la dégradation des conditions de travail pour les travailleurs libanais et syriens, en accélérant la précarisation de l'emploi dans le secteur.

D'autres facteurs viennent aggraver la situation : un décret présidentiel a été publié en Syrie imposant 30% de taxes et redevances aux marchandises turques entrant en Syrie (en plus des droits d'importation de 10%). Ce décret et d'autres sont souvent contournés de deux manières. La première consiste à les faire traverser en changeant le certificat d'origine (Chine, Bulgarie... et surtout Liban), la seconde étant la contrebande qui a beaucoup augmenté après la guerre. Enfin, le pays a toujours eu à faire face à un problème de contrefaçons assez répandu, que ce soit dans le secteur du meuble, de la mode, de la joaillerie ou de la musique.

Les ICC sont minées par la faible application des lois relatives à la lutte contre la contrefaçon et la contrebande. Quant à la propriété intellectuelle, quelques artistes créateurs arrivent à protéger la leur en Europe, au Royaume-Uni ou aux États-Unis, mais à un coût important. Ce dernier constitue une barrière à l'entrée des artistes, startups et PME qui n'ont pas de moyens importants.

## Contribution économique du secteur du textile

L'industrie textile rassemble l'ensemble des activités de conception, de fabrication et de commercialisation des textiles, et toute activité de transformation de matières premières en habits et vêtements de mode, meubles et rideaux. Le Liban a connu au cours des années quatre-vingt-dix l'âge d'or du secteur de l'habillement et du textile ; à titre indicatif, le nombre d'usines de vêtements et de production textile (incluant rideaux et lingerie de maison) avait alors atteint 3,004 au cours de l'année 1994 et employait 17,820 travailleurs. En 2014, le nombre d'usines du secteur de l'habillement et du textile agréées ou bénéficiant des services du ministère de l'Industrie est passé à 273. La répartition de ces usines selon l'activité industrielle montre que les accessoires occupent la première place (74 usines), suivis par la fabrication de vêtements (73 usines et artisans déclarés), la fabrication de produits textiles manufacturés hors vêtements (32 usines) et enfin la fabrication de tissus - vêtements cousus, tricotés ou brodés (23 usines)<sup>17</sup>.

Cependant, tous secteurs confondus, l'industrie au Liban a beaucoup souffert durant la dernière décennie. Les années précédentes ont enregistré une baisse significative du nombre d'usines de textile et de confection, passé de 1,000 avant le début de la guerre civile à 40 aujourd'hui. Les multiples accords multilatéraux (GAFTA, Union Européenne) ou bilatéraux ont drastiquement baissé les droits de douane sur les

<sup>17</sup>وزارة الصناعة - دراسة عن قطاع الالبسة والمنسوجات في لبنان 2018

**vêtements importés**, tandis que les fabricants libanais continuent à payer les droits de douane sur les matières premières dont ils ont besoin. Cela diminue leur compétitivité sur les marchés régionaux et même sur le marché local, face à la concurrence turque et asiatique.

Certes, le Liban joue un rôle important dans l'industrie régionale de la mode. En 2017, le marché du textile au Liban valait 1.5 milliard de USD, selon Fitch Solutions. Toutefois, ce montant reste dérisoire par rapport aux géants régionaux comme l'Arabie saoudite et les Émirats arabes unis, mais se situe à peine en dessous du Qatar et se montre en revanche bien supérieur à d'autres marchés de la région MENA, comme la Jordanie, Oman et le Maroc.

**Le chiffre d'affaires du textile (déclaré au MdF), comme le nombre de ses entreprises, est en baisse et diminue progressivement de 201 millions de USD en 2016 à 154 millions de USD en 2019.** Ces chiffres montrent que le total cumulé 2016-2019 du CA du textile atteint 729.8 millions de dollars, en dépit de tous les défis structurels et contextuels auxquels ces industries font face.

Tableau 30 | **Évolution du chiffre d'affaires du textile de 2016 à 2019**

Année	Chiffre d'affaires (USD)
2016	200,832,300
2017	191,380,291
2018	183,629,383
2019	153,930,445

On rappellera que ces chiffres correspondent seulement aux sociétés et individus qui ont déclaré leur chiffre d'affaires au MdF. Par ailleurs, d'après les données du MdF, nous avons calculé la part du créatif dans les industries du textile, à partir de la somme des CA de la production du tissage, de la couture, du finissage et de la réparation de textile. En 2018, **la part de la production créative était de 15.8 millions de USD et représentait 9% du CA total du secteur.**

Tableau 31 | **Part du créatif dans le textile de 2016 à 2019**

Année	Prod. tissage (USD)	Prod. finissage (USD)	Prod. réparation (USD)	Total créatif (USD)
2016	10,447,481	1,806,606	1,937,601	18,249,234
2017	10,658,231	1,469,850	2,033,417	17,224,705
2018	10,022,461	1,132,957	1,685,210	15,869,161
2019	9,708,705	1,097,605	1,608,663	14,354,155
<b>Total cumulé sur 4 ans</b>				<b>65,697,255</b>

Même si les chiffres paraissent faibles à premier abord, ils cachent un potentiel réel si des mesures fiscales et douanières en faveur des industries du textile sont mises en place, ce qui encouragerait les investissements et favoriserait l'export de produits « made in Lebanon ».

## Une balance commerciale de l'habillement déficitaire

L'évolution des chiffres de l'importation et de l'exportation des industries de l'habillement révèle un déficit important dans la balance commerciale qui a atteint un pic de 606 millions de USD en 2017. Les industries de l'habillement et des vêtements contribuent néanmoins à des exportations cumulées de 210 millions de USD entre 2016 et 2020 dans des conditions de travail extrêmement difficiles avec la concurrence illégale et la dégradation politique et économique du pays.

Tableau 32 | Évolution de l'importation et de l'exportation de l'habillement de 2011 à 2020

Année	Importation (milliers de USD)	Exportation (milliers de USD)	Balance commerciale (milliers de USD)
2011	568,779	104,000	(464,779)
2012	606,958	99,553	(507,405)
2013	630,201	100,690	(529,511)
2014	660,273	109,131	(551,142)
2015	684,823	79,973	(604,850)
2016	661,040	66,594	(594,446)
2017	659,493	53,162	(606,331)
2018	635,809	40,490	(595,319)
2019	523,186	36,880	(486,306)
2020	86,157	12,837	(73,320)

Ainsi, la demande de vêtements est principalement satisfaite par les importations à cause, entre autres, des limites de capacités productives, un coût élevé de production, une concurrence extérieure inéquitable avec les conditions désavantageuses des accords commerciaux, et de faibles droits de douane sur les vêtements importés.

*Krikor Jabotian, diplômé d'ESMOD, a rejoint l'atelier d'Elie Saab et gagné le prix du Fashion Trust Arabia, d'une valeur de 200,000 USD pour développer sa propre marque et fonder son entreprise : « Les créateurs libanais sont connus pour être des créateurs de tapis rouges, mais il est temps de briser cette image... Nous avons aussi une scène progressiste avec de nouveaux créateurs dans le prêt-à-porter, brisant les normes et créant quelque chose de vraiment différent »<sup>18</sup>.*

D'autre part, l'examen des chiffres de l'importation-exportation de l'habillement au Liban en 2018 montre que les exportations de vêtements représentaient 79% du total exporté des industries de l'habillement, avec 21% pour les accessoires de mode et la maroquinerie. Ces deux derniers sous-secteurs, même avec un chiffre d'exportation faible, ont un potentiel de croissance qui se base sur un savoir-faire accumulé et un coût de main-d'œuvre en chute libre.

<sup>18</sup>Krikor Jabotian, interview du 2 Mai 2019, "Lebanon reinvent itself as a fashion destination"

Tableau 33 | Répartition de l'importation et de l'exportation de l'habillement par sous-activité

Sous-activité	Importation (milliers de USD)	Exportation (milliers de USD)	% Export
Accessoires	19,569	1,082	3%
Vêtements	489,376	32,146	79%
Maroquinerie	126,864	7,262	18%
<b>Total habillement</b>	<b>635,809</b>	<b>40,490</b>	<b>100%</b>

(Voir annexe 4 - Répartition de l'importation-exportation de l'habillement par sous-activité pour les détails de chaque sous-secteur).

## Un focus sur la haute-couture

Afin de mieux comprendre le modèle économique propre au sous-secteur de la haute couture, une étude de fiscalité a été effectuée sur l'un des deux chiffres d'affaires les plus élevés du secteur, tout en respectant l'anonymat du propriétaire. Cette étude fournit les chiffres suivants, montrant un résultat négatif, à l'instar du modèle économique que nous avons pu constater pour le secteur de la joaillerie.

Tableau 34 | Étude fiscale du top 1 ou 2 chiffres d'affaires de la haute couture

	Taux d'imposition	USD
<b>Chiffre d'affaires de 2018</b>		<b>22,084,245</b>
Charges employés		5,353,897
Coûts des spectacles		9,952,902
Charges opérationnelles (loyer, électricité...)		6,713,765
Charges calculées nettes		1,006,302
Total des charges		23,026,866
<b>Résultat de l'exercice</b>		<b>(942,621)</b>
TVA		2,429,267
Montant de la TVA à rembourser à l'assujetti	11%	(441,128)
Impôts sur les bénéfices - société	17%	-
Impôt sur le revenu / contrat indépendant	7%	96,020
Impôt sur le revenu / employeur		311,774
Charges CNSS / employeur		667,330
Charges CNSS / employé		88,889
<b>Total des impôts payés</b>		<b>3,593,280</b>

## Les autres sous-secteurs du design : meubles, accessoires de mode, parfums

Il apparaît que des secteurs tels que le design du meuble, la mode masculine et le design des accessoires de mode représentent des parts importantes de l'exportation des industries du design. Il en va de même pour les chiffres des industries du savon et des huiles essentielles, où un savoir-faire millénaire a toujours existé au Liban.

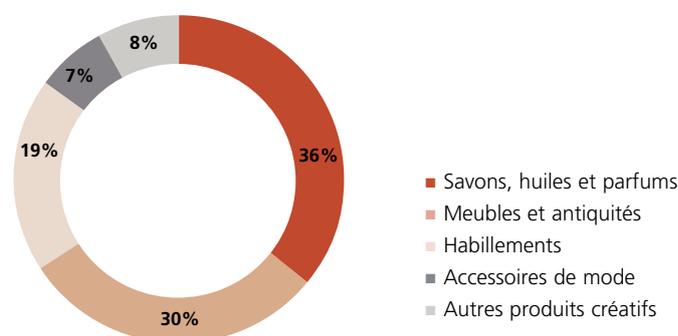
Tableau 35 | Répartition des exportations par industrie créative en 2018

Industrie	Exportation (milliers de USD)	% Total
Savon, huiles et parfums	62,742	36%
Meubles et antiquités	51,107	30%
Habillement	32,146	19%
Accessoires de mode*	12,571	7%
Autres produits créatifs**	14,663	8%
<b>Total exportation produits créatifs</b>	<b>173,229</b>	<b>100%</b>

\* Accessoires de mode : vêtements en fourrure, en cuir, accessoires et produits de maroquinerie, chaussettes, collants, châles, ceintures, chapeaux, couvertures et rubans pour cheveux et voiles.

\*\* Autres produits créatifs : accessoires pour fêtes et cotillon, luminaires et lustres, billards, bowling, tableaux et collages, sérigraphie, lithographie et sculpture, décors en verre, statuettes et porcelaines.

Figure 11 | Part de l'habillement dans les exports créatifs



La répartition des exportations de vêtements par genre (56% pour femmes) montre un potentiel dans l'habillement et accessoires pour les catégories « unisexe » et « enfants ».

Quelques designers d'accessoires de mode ont connu des succès internationaux et créé des emplois dans les secteurs des accessoires de mode et de bijoux colifichets.

*Sarah's Bag : Sarah's Bag se présente comme étant « une maison de mode libanaise et une entreprise sociale qui crée des sacs et des accessoires de luxe uniques en leur genre, qui donnent du pouvoir aux femmes qui les fabriquent et à celles qui les portent ». Cette société œuvre pour autonomiser les femmes défavorisées ; elle est connue pour sa broderie, ses perles et son finissage méticuleux, le tout confectionné par une équipe de plus de 200 femmes, parmi lesquelles des détenues, des ex-détenues et des femmes défavorisées au Liban.*

*Bokja : fondée en 2000 par Huda Baroudi et Maria Hibri, Bokja est née de la passion commune du duo féminin pour le mobilier, le textile, l'art et le design.*

Indépendamment de la valeur absolue de ses chiffres, l'exportation des accessoires de mode est restée plus ou moins stable entre 2013 et 2017, pour commencer à baisser par la suite. Avec une main-d'œuvre à majorité féminine et à coût réduit et une meilleure qualification de leurs compétences, le potentiel de croissance de ce sous-secteur le place parmi les sous-secteurs niches à explorer.

Par ailleurs, **l'industrie du meuble** bénéficie d'un écosystème solide et actif. Selon le CSIL (Center for Industrial Studies), le chiffre d'affaires net à prix coûtant de l'industrie du meuble au Liban (cuisines comprises) était d'un peu moins de 400 millions de dollars, soit, à prix de vente, environ 800 millions de dollars. Concentrés à Beyrouth et ses régions limitrophes, 151 fournisseurs de meubles et d'accessoires y étaient listés. Avant cette date, Tripoli était le centre de référence pour la production de meubles, attirant des clients du pays entier. Les acteurs de ce secteur, victimes de l'instabilité de la région, subissent depuis cette date un ralentissement voire un arrêt total de leurs activités. Selon cette même source, près de 70% des meubles achetés au Liban en 2009 ont été produits localement, par une multitude de petits artisans ou d'entreprises en grande majorité familiales. Le CSIL avance le chiffre d'environ 3,600 entreprises qui opèrent dans l'industrie du meuble et du bois. Ne disposant pas de chiffres récents sur la structure actuelle du marché locale, nous nous sommes appuyés sur les chiffres les plus récents des douanes libanaises montrant qu'en 2018, et malgré la baisse continue, **l'exportation de meubles se chiffrait à 58.5 millions de USD.**

Il est aussi à noter que les industries du meuble qui ont résisté sont celles qui ont fait appel à des créateurs, des architectes d'intérieur ou des designers de l'étranger (exemple des galeries Vanlian et BT-Battal Design). D'autre part, on peut aussi remarquer que certaines usines ont de plus en plus souvent recours à une main-d'œuvre étrangère, moins chère, pour maintenir des prix attractifs (exemple de City Furniture). Cependant, d'autres ont opté pour des niches de marché telles que la fabrication de canapés-lits (établissements Carlos Abou-Jaoudé) ou dans le design de cuisine. D'ailleurs, peu ont essayé de s'étendre au-delà des frontières, tel que Madinat al-Mafrouchat, qui en un mois, a ouvert deux galeries en Syrie. Ces galeries font face à plusieurs problèmes qui ralentissent leurs démarrages, notamment dans le contexte politique, économique et sécuritaire actuel.

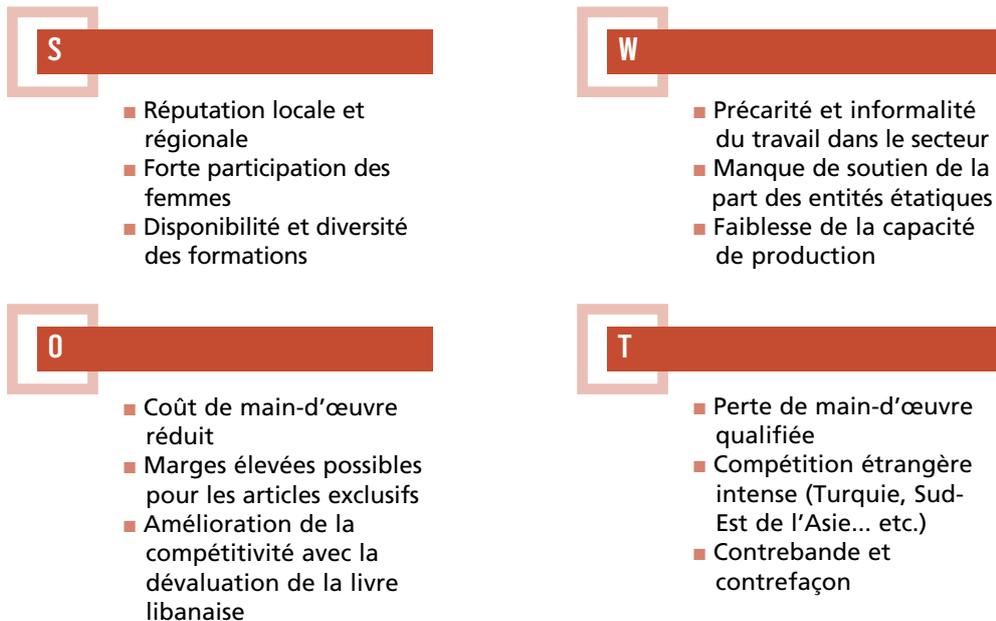
En outre, le secteur du meuble se heurte à plusieurs difficultés, dont la faiblesse de la production à grande échelle, ainsi que le coût de la main-d'œuvre qualifiée.

Enfin, il est à noter que les exportations de produits chimiques liés à la créativité ont constitué un élément majeur de la balance commerciale libanaise dans la dernière décennie, dont les savons et huiles essentielles. **C'est un des rares secteurs à montrer une croissance de ses exportations jusqu'en 2019 avec un pic de 64 millions de USD en 2017 ;** il détient un potentiel à explorer avec des avantages compétitifs qui lui permettraient d'accroître ses exportations.

## Analyse SWOT de la mode

Plusieurs facteurs ont contribué au déclin d'un secteur fort prometteur : le manque de politique publique élaborée en faveur des ICC et des secteurs du design et de la mode en particulier, la faiblesse de l'écosystème, la déficience et l'inadéquation du corpus législatif, les lacunes de la chaîne d'approvisionnement et le manque de soutien financier pour l'industrie en général.

Figure 12 | Analyse SWOT de la mode et de la haute couture



- **Réputation locale et régionale** : les designers libanais jouissent d'une réputation internationale, un capital précieux qui offre aux jeunes designers entrants un moyen d'augmenter leur visibilité à l'étranger.
- **Forte participation des femmes** : la créativité et le succès des designers libanaises se sont traduits par une participation significative des femmes dans le secteur de la mode où elles jouent un rôle important dans le développement du secteur.
- **Disponibilité et diversité des formations** : les institutions d'éducation libanaises offrent des formations diverses qui fournissent le secteur en main-d'œuvre qualifiée et créatrice - un élément nécessaire dans un secteur qui dépend fortement de l'ingéniosité, du dynamisme et du pouvoir d'influence.
- **Précarité et informalité du travail dans le secteur** : la précarité et le travail informel qui dominent le secteur présentent un défi pour son développement et sa soutenabilité. Une politique efficace de développement du potentiel et de la compétitivité du secteur dépendra de la capacité à atteindre et améliorer tous les stades du processus de production, y compris le travail manuel. Il est donc nécessaire de réintégrer la production dans l'économie formelle pour garantir des conditions de travail équitables et l'intégration de technologies modernes.
- **Manque de soutien des autorités publiques** : les autorités publiques sont relativement absentes et n'offrent pas le soutien nécessaire au niveau du financement, de la protection et du développement du secteur. Une approche proactive est cruciale pour bâtir sur le succès individuel des designers libanais de haut calibre et construire un secteur autosuffisant et dynamique. Cela commence par une politique publique du design qui met en avant et renforce les avantages dont jouit le secteur actuellement.

- **Faiblesse de la capacité de production** : les troubles économiques et politiques, ainsi que l'absence de stratégie nationale sont à l'origine de l'hémorragie observée au niveau des unités productives dans le secteur de la mode. La capacité de production actuelle - une quarantaine d'usines - ne permet pas les économies d'échelles et la diversification des produits nécessaires pour transformer le secteur de la mode en un vrai moteur de l'économie créative au Liban.
- **Coût de main-d'œuvre réduit** : la main-d'œuvre pas chère, surtout après la dévaluation récente de la livre libanaise, permettra d'attirer de nouveaux investissements dans le secteur de mode, et plus généralement pourra revitaliser la totalité de la chaîne de valeur en question.
- **Marges élevées possibles pour les articles exclusifs** : la marge de profit élevée dont jouissent les designers libanais, vu la nature de leurs œuvres, leur permettra d'investir et de diversifier leurs activités pour pénétrer de nouveaux marchés et augmenter leur visibilité.
- **Amélioration de la compétitivité avec la dépréciation de la livre libanaise** : le déséquilibre actuel entre import et export offre un manque à gagner pour les designers libanais. En fait, la dépréciation de la devise nationale rend les produits importés excessivement chers, et donc favorisera l'industrie nationale, au moins au court/moyen terme.
- **Perte de main-d'œuvre qualifiée** : l'offre d'emploi dans le secteur étant limitée et dominée par le travail informel, le secteur risque de souffrir de la perte de sa main-d'œuvre qualifiée - une pierre angulaire du développement futur du secteur. La réintégration du travail dans l'économie formelle et la présence d'une stratégie nationale qui garantit des emplois décents pourraient aider à inverser cette tendance.
- **Compétition étrangère intense** : l'essor de nouveaux concurrents au niveau régional (surtout la Turquie) et la popularité des produits importés inhibent le développement du secteur limitant la demande locale dont un niveau critique est nécessaire pour justifier des investissements considérables dans le secteur.
- **Contrebande et contrefaçon** : la protection de la propriété intellectuelle reste défaillante dans le pays, ce qui risque de nuire au secteur de la mode qui dépend largement des primes relatives au travail créatif de conception des modèles, plutôt que de marges réalisées au niveau de la production elle-même.

## Recommandations ascendantes

- Augmenter la capacité de production des sous-secteurs de la mode à forte valeur ajoutée ;
- Soutenir l'export de produits « made in Lebanon » notamment pour des marchés de niches tels que les accessoires de mode et la maroquinerie ;
- Diversifier la clientèle internationale de la haute couture, notamment à destination de l'Afrique, l'Amérique latine et la Chine.
- Développer des partenariats entre les usines et ateliers existants et les jeunes designers ;
- Réviser le cadre fiscal portant sur les droits de douane pour augmenter la compétitivité des produits, couvrir le coût financier de protection de la propriété intellectuelle des jeunes artistes créateurs qui constitue actuellement une barrière à l'entrée dans le secteur ;
- Imposer le respect des lois contre la contrebande et la contrefaçon.

A silhouette of a person holding a camera, set against a sunset background. The person is in the foreground, and the camera is held up to their eye. The background shows a bright sun low on the horizon, creating a lens flare effect. The overall scene is in silhouette, with the person and camera appearing as dark shapes against the warm, orange and yellow light of the sunset.

# **Panorama général de l'audiovisuel et focus sur le cinéma**

---

**12 sociétés de production produisant  
des publicités, des vidéoclips, des films  
d'entreprise et des programmes télé**

# Panorama général de l'audiovisuel et focus sur le cinéma

## L'audiovisuel avant 2015

L'audiovisuel occupe une place importante dans les ICC au Liban. Selon le rapport 2010 sur les industries créatives, le pays comptait environ 12 sociétés de production produisant des publicités, des vidéoclips, des films d'entreprise et des programmes télé ainsi que plusieurs sociétés de postproduction, dont l'animation de pointe. Le ménage libanais moyen possède deux téléviseurs, avec 65% des adultes libanais qui regardent la télévision pendant 2 à 4 heures par jour et 82% qui regardent les informations télévisées quotidiennement. Près de 80% des ménages libanais ont accès à la télévision par câble [UNESCO/UNDP, 2010].

Par une triangulation des données existantes dans les différents rapports internationaux, il est possible de dresser un panorama plus ou moins précis jusqu'en 2014. Les données des Nations Unies [UNCTAD] permettent de dresser le bilan suivant de la balance extérieure du secteur audiovisuel (cinéma, télévision et radio), souvent excédentaire jusqu'en 2014.

Tableau 36 | Importation, exportation et balance extérieure de l'audiovisuel (biens et services) en millions de USD

Année	Importation	Exportation	Balance commerciale
2010	54,900	97,300	42,400
2011	66,700	82,100	15,400
2012	109,600	83,700	-25,900
2013	124,400	77,900	-46,500
2014	256,500	290,200	33,700
Moyenne	122,420	126,240	3,820

L'industrie du film a connu en 2015 une croissance considérable avec 31 films produits et un investissement de 32.4 millions de USD. Toutefois, les données sur l'emploi dans l'audiovisuel restent contradictoires et incertaines. Par exemple, le sous-secteur du cinéma employait quelques 1,000 personnes à temps plein en 2015 selon les données des Nations-Unies [UNCTAD, 2019], soit une baisse considérable si elle est comparée aux emplois formels à temps plein d'un rapport de 2007 qui mentionnait 2,900 emplois [AUB, 2007].

Malheureusement les données de l'UNCTAD sur le Liban s'arrêtent en 2014, une année où il semble avoir atteint un sommet historique de ses exportations créatives.

L'évolution du secteur de l'audiovisuel depuis 2014 doit être reconstruite à partir de données éparses, en provenance de sources diverses. Pour résumer la situation du secteur avant 2014 :

- En 2007, le cinéma pèse à lui seul quelque 0.3% du PIB du Liban et 12% du total du secteur créatif, autant que la radio et la télévision. Il génère des revenus de 107 millions de USD et emploie quelques 2,900 personnes, soit 12% du total des emplois créatifs formels à plein-temps [AUB, 2007].

- Le secteur des médias et de la production (qui comprend la télévision, les services de publicité, la production et la postproduction, l'édition, la musique et les médias numériques) compte environ 400 entreprises [AUB, 2007].
- Les dépenses publicitaires globales sur tous les supports, servant de proxy pour l'ensemble de l'industrie des médias, ont stagné aux alentours de 150 millions de USD par an. Cependant, les médias numériques connaissent une croissance fulgurante qui est difficile à estimer (les dépenses dans les médias numériques sont passées de moins de 2 millions de USD en 2009 à plus de 14 millions en 2013, selon Zenith Optimedia).

Beaucoup de données sur les ICC au Liban semblent s'arrêter en 2014. Cependant, il y a fort à parier que **les chiffres soient encore meilleurs pour le cinéma entre 2015 et 2019**, étant donné l'essor des productions commerciales de masse (cf. les films Falcon et Eagle), ainsi que les offres dites « de qualité » ou « d'auteurs » (conçues par des réalisateurs comme Ghassan Salhab, Ziad Doueiri ou Nadine Labaki).

Selon IDAL, le nombre de longs-métrages libanais produits en 2015 s'élevait à 31, avec une valeur d'investissement approximative de 32.4 millions de USD, une augmentation de près du double par rapport à 2014. Jusqu'en 2015, les chiffres semblent montrer un fort potentiel de croissance du secteur et une industrie qui commence à porter les fruits de ses promesses.

Depuis 2010, le secteur de l'audiovisuel en général et le cinéma libanais en particulier, ont connu un essor important. Comme le souligne Pierre Sarraf, producteur et gérant de « Né à Beyrouth » :

*« L'évolution du secteur a été positive et en amélioration constante, tant sur le plan de la quantité de films produits que sur la qualité. En termes de chiffres, grosso modo, le nombre de films produits a augmenté depuis qu'on a commencé à travailler en 2004, du temps où on en était à un seul long métrage par an. Aujourd'hui, c'est la performance globale de l'industrie qui compte. 20% des admissions au Liban concernaient des films libanais tous genres confondus... c'est un signe très encourageant, car ce chiffre de 20% n'a été atteint dans aucun autre pays arabe à l'exception de l'Égypte. »*

En effet, selon le rapport McKinsey, les investissements dans la production cinématographique ont augmenté d'environ 100% par an entre 2009 et 2014, passant de 350,000 USD en 2009 à environ 11 millions de USD en 2014. Le Liban est ainsi devenu un leader régional de la production et de la postproduction, exportant du contenu audiovisuel vers la majeure partie du monde arabe. Plus spécifiquement, la production cinématographique a connu une croissance marquée. Le nombre annuel total de films libanais produits est passé de 4 en 2004 à 31 en 2014, ce qui correspond à une croissance moyenne de 22% par an.

Toujours selon le rapport McKinsey, il existerait environ **97 sociétés de production et de postproduction qui travaillent en moyenne 1,000 jours de tournage par an**. Elles sont impliquées dans la création de contenu pour les chaînes de télévision locales et régionales en mettant l'accent sur le divertissement, les séries dramatiques, les émissions de télé-réalité et les talk-shows. Cela dit, les chiffres du rapport McKinsey s'arrêtent également en 2014, puisque ce dernier s'appuie principalement sur les données collectées par l'UNCTAD.

La directrice de la Fondation Liban cinéma confirme aussi que le secteur a connu une croissance considérable :

« Il y a eu des fonds arabes, la naissance de AFAC qui donnait de façon consistante de l'argent pour le cinéma, et on avait les fonds régionaux des festivals pour pouvoir programmer ou coproduire des films. Il y avait surtout l'apport de l'Europe et de la France puisque c'est le seul pays avec lequel on a un accord de coproduction officiel, d'État à État. Le pic s'est situé dans les années 2014-2016, avec 25 longs métrages par an en moyenne. »

Les synergies que le cinéma établit avec les autres secteurs de l'audiovisuel et des nouveaux médias est un autre aspect important du rôle du cinéma, comme mentionné par Maya de Freige ; elles sont cruciales pour l'industrie. La publicité et la télévision semblent avoir également exercé un effet d'entraînement positif pour l'industrie cinématographique.

« C'est parce qu'il y a désormais beaucoup de jeunes, beaucoup de diplômés. Le secteur de l'audiovisuel a réussi à séduire les jeunes. Il y avait une affaire de 250 diplômés par an dans les écoles de l'audiovisuel, et le secteur de la publicité était également en plein boom, donc le passage de l'un à l'autre se faisait sans problème. Il y avait la transition entre les deux secteurs cinéma et publicité. »,

## Focus sur le cinéma au Liban : Production, circuits et admissions

Entre 2005 et 2019, on compte 119 productions de films libanais ayant fait leur entrée dans le box-office, avec une augmentation sensible à partir de 2008. Comme le montre le tableau 37 ci-dessous, le nombre de productions libanaises dans le box-office a pratiquement doublé entre 2015 et 2016, pour atteindre son pic en 2017 avec 17 productions.

Tableau 37 | Nombre de films libanais produits par an ayant fait leur entrée dans le box-office

Année	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Films	3	2	3	8	6	4	7	8	9	7	7	15	17	15	9

À cela s'ajoute bien entendu un certain nombre de productions filmiques qui ne font pas leur entrée dans le box-office, mais qui sont principalement diffusées dans des festivals ; ceci montre que les films d'auteur et le cinéma d'art et essai sont aussi importants que le cinéma grand public au Liban, sinon plus importants du point de vue du nombre de productions annuelles. Ainsi, à son pic historique en 2017, le cinéma libanais aurait compté un nombre total de productions de fiction d'environ 22 films auxquels s'ajouteraient 18 documentaires<sup>19</sup>, alors qu'une décennie plus tôt on ne comptait que 4 à 5 films par an en moyenne. Certaines années ont même été marquées par l'absence totale de production cinématographique diffusée dans les salles libanaises ou dans les festivals nationaux (c'est le cas par exemple en 1999, en 2002 et en 2004).

De même, si en 2012 on compte uniquement 8 films libanais diffusés dans les salles (*Where do we go now*, *Cash flow*, *33 Days*, *My last valentine in Beirut*, *Betroit*, *Asfour*, *Lebanese rocket society* et *Layali bala nom*), nous avons pu recenser pour cette même année, 16 autres productions cinématographiques importantes n'ayant pas été diffusées en salles, dont *Beirut Hotel* de Danielle Arbid, *A Good Man* de Jean-Claude Cods

<sup>19</sup><https://www.lecommercedulevant.com/article/27798-le-liban-fait-son-cinema>

Because they are Armenian de Samir Habchi, ou encore 3:30 de Hussen Ibraheem, qui a remporté des prix dans plusieurs festivals internationaux, augmentant le nombre de productions de 2012 à 24 films (3 fois plus que le nombre de films à l’affiche des salles libanaises).

Cette évolution est liée au développement de tout l’écosystème du cinéma libanais, foisonnant à tous les niveaux, avec de grandes synergies et effets multiplicateurs. Comme le souligne Sarraf, « non seulement le nombre de producteurs a augmenté, mais ils sont aussi beaucoup plus compétents, ils ont plus d’expérience qu’avant. Cela est le fruit des efforts de tous les acteurs impliqués dans l’industrie, sauf de l’État, tous les acteurs de ce secteur, de Beirut DC aux indépendants, en passant par la Fondation Liban Cinéma, ainsi que les écoles de cinéma. Il y a eu toute une synergie ces dernières années et le Liban est beaucoup plus ancré dans la scène internationale, avec de gros films qui sont allés aux Oscars ».

Néanmoins, le terme même d’« industrie » cinématographique ne fait pas l’unanimité parmi les acteurs culturels au Liban, puisqu’on parle plus volontiers d’une scène émergente ou d’une industrie naissante, certains allant même jusqu’à contester l’existence d’une véritable industrie. Selon Pierre Sarraf :

*« Quand on parle d’industrie, il faut vraiment avoir un grand marché qui absorbe tout ce qu’on produit et c’est là l’un des problèmes majeurs au Liban. C’est là où les efforts futurs devraient être concentrés : aider à commercialiser tous les films. Donc on n’a pas vraiment d’industrie, on n’a pas de grands studios, les gros tournages ne viennent pas au Liban. On ne peut pas créer une industrie sur une dizaine de producteurs indépendants, ça ne fait pas une industrie. Pour avoir une industrie, il faut d’abord faire en sorte de pouvoir accueillir les gros tournages comme le font le Maroc ou la Jordanie. C’est ce qui fait travailler une industrie, des studios !*

En 2019, on compte 779 entreprises enregistrées auprès du MdF, dont 126 semblent toujours en activité, déclarant leurs impôts au ministère. Les salles de projection représentent 16.6% du total des acteurs du secteur.

Tableau 38 | Nombre d’entreprises par type d’activité dans le sous-secteur du cinéma

Type d'activité	Nombre d'entreprises
Sociétés de production	37
Services techniques pour cinéma	31
Distribution	37
Projection de films (salles)	21
<b>Total</b>	<b>126</b>

Le nombre de projections et de salles de diffusion aurait considérablement augmenté au cours de la dernière décennie. Si l’on exclut les circuits de diffusion dédiés au cinéma d’art et essai (par exemple, ceux opérés par le Metropolis (dont les salles de l’Empire cinéma Sofil ont été récemment fermées, ou l’Institut français du Liban), on compte aujourd’hui 8 circuits commerciaux de salles de cinéma, ayant 18 emplacements répartis sur toutes les régions libanaises, avec 5 à Beyrouth, 7 au Mont-Liban et 2 dans chacune des régions du Liban-Nord, du Liban-Sud et de la Bekaa.

- **Grand Cinemas** : (3 à Beyrouth et 3 dans les régions) Grand ABC Achrafieh, Grand Galaxy Beirut, Grand ABC Verdun, Grand ABC Dbayeh, Grand Saïda, Grand Las Salinas Anfeh ;
- **Empire Cinemas** : (2 à Beyrouth et 3 dans les régions) Empire Première Sodeco Square Beirut, Empire the spot Chouaifat, Empire Espace Zouk-Jounieh, Empire the Spot Nabatiyyeh, Empire Cascada Mall Taanayel - Zahlé ;
- **Cinema City** : (2 à Beyrouth) City Mall Dora, Beirut Souks Downtown Beirut ;
- **Vox Cinemas** : (1 à Beyrouth) Beirut City Center Hazmiye ;
- **LFA Abraj cinema** : (1 à Beyrouth) Abraj Furn El Chebbak ;
- **Cinemall** : (1 dans les régions) Le Mall Dbayeh ;
- **Planète City Complex** : (1 dans les régions) Planète Tripoli ;
- **Stargate** : (1 dans les régions) Stargate Ksara-Zahlé.

Tableau 39 | Nombre d'écrans et de places de cinéma en 2018

Cinémas	Nombre d'écrans	Nombre de places
Empire	42	6,139
Grand Cinemas	41	6,467
Cinema City	24	4,168
Vox Cinemas	15	1,819
Cinemall	8	957
Stargate Zahlé	5	855
Planète Tripoli	4	635
<b>Total</b>	<b>139</b>	<b>21,040</b>

Source : movie theaters.

Le nombre d'entrées dans les salles de cinéma pour les films libanais et étrangers connaît une accélération vertigineuse au cours de la dernière décennie. En 2017, ce nombre avait augmenté de 43% par rapport à 2016. Le nombre de salles en activité passe de 120 en 2016 à 144 en 2017 avec une capacité de 21,000 spectateurs.

Tableau 40 | Entrées, gross box-office et parts de marché du cinéma en 2018

Cinémas	Entrées	Gross box-office (millions de USD)	Parts de marché %
Grand Cinemas	1,429,401	12	38%
Prime Empire	1,155,005	10	31%
Vox Cinemas	559,429	5	16%
Cinemall	379,467	3	9%
Stargate Zahlé	112,885	0.96	3%
Planète Tripoli	88,992	0.76	2%
<b>Total</b>	<b>3,725,179</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

Source : Empire Theater.

- **2 grands circuits concentrent plus de 75% du nombre de salles** (Empire avec 67 écrans et Grand Cinemas avec 41 écrans).
- **Le nombre total des entrées** aurait augmenté de quelques 3.7 millions de spectateurs en moyenne entre 2013 et 2016 à **4 millions en 2017**.
- **Les recettes totales des salles** de cinéma passent de 25 millions d'euros en 2014 à 27 millions en 2015, puis à 29 millions en 2016 pour dépasser les **32 millions en 2017**<sup>20</sup>.

Par ailleurs, sur les 307 films diffusés en 2017 dans les salles, et en plus des 22 films libanais produits cette année-là, on pouvait compter 177 films américains et 55 films français. Les films américains à l'affiche occupaient 66% des parts de marché en 2017, alors que le cinéma français n'occupait que 5.7% (228,000 spectateurs), bien derrière le cinéma libanais dont les parts de marché dépassaient les 22%.

Dans cet environnement, l'expérience de Metropolis reste une exception de la projection filmique au Liban. Selon Hania Mroué, directrice de Metropolis, association dont le but est de promouvoir le cinéma au Liban et notamment le cinéma indépendant libanais, les débuts de Metropolis, en 2006, étaient timides. Spécialisée dans la projection de films d'auteur et le cinéma d'art et essai, ses sélections de films surprenaient l'audience, à l'époque peu habituée à ce genre de cinéma ou à visionner en salle, des films documentaires ou des courts-métrages. Le défi relevé par Metropolis s'est révélé gagnant ayant réussi à modifier les goûts et les habitudes des spectateurs.

*« Le public a compris la nature de notre programmation et les risques qu'on prenait. Par exemple, le tout premier film que nous avons montré dans nos salles était un film sri-lankais. Il s'intitulait « La terre abandonnée ». Très vite, les gens se sont appropriés le projet et l'audience s'est construite et a grandi exponentiellement. Aujourd'hui, le nombre d'entrées per capita est élevé au Liban. Les cinéphiles vont en moyenne trois fois par semaine au cinéma ce qui est un nombre conséquent. Pourquoi ? Parce que le cinéma était devenu le moins cher des « Entertainment » libanais et donc le plus accessible. L'audience en tout genre a augmenté en dépit par exemple, du piratage des films que l'État ne contrôle pas du tout ou de la vague Netflix et des VOD. »*

Enfin, un grand nombre d'évènements réguliers marquent et structurent l'année cinématographique des spectateurs et des acteurs culturels, reflétant la grande diversité de la scène cinématographique libanaise. Aux grands festivals déjà mentionnés comme Beirut International Film Festival, Lebanese Film Festival et Ayam Beyrouth Al-Cinéma'ya, s'ajoutent des évènements tels que le Festival Cabriolet, festival en plein air pour les courts-métrages, le Festival du Cinéma Européen, DocuDays, le festival des films documentaires, Maskoon Fantastic Film Festival, premier festival des films de genre dans la région, créé en 2016, ou encore le Beirut Art Film Festival, qui fêtait en 2020 sa 5e édition. Enfin, à partir de 2011 et jusqu'en 2018, le cinéma libanais a tenté d'instaurer sa soirée d'honneur, à l'instar des soirées des Césars et des Oscars, avec la création de « La nuit des Mabrouk » organisée par la Fondation Liban Cinéma, dont l'objectif était à la fois de promouvoir l'industrie libanaise et d'encourager les financements des films libanais.

**Le manque de soutien public** se fait également sentir dans ce domaine, et ce, car :

- Très peu de festivals arrivent à s'installer dans la durée, comme le montre par exemple **la difficulté de conclure des accords de co-production avec ANCINE**, l'autorité cinématographique du Brésil, puisque

<sup>20</sup>[https://medias.unifrance.org/medias/200/51/209864/piece\\_jointe/bilan-liban-2017.pdf](https://medias.unifrance.org/medias/200/51/209864/piece_jointe/bilan-liban-2017.pdf)

les acteurs privés (Fondation Liban Cinéma en l'occurrence) sont généralement laissés à eux-mêmes, sans soutien actif des ministères concernés (Culture et Affaires Étrangères).

- De même, **l'instabilité des sources privées de financements** augmente les facteurs d'incertitude qui freinent l'action de certains opérateurs culturels. Parfois, **certains évènements annuels locaux n'arrivent pas à se reproduire**, soit par manque de financements et de sponsors, soit par manque de stabilité politique. Ainsi, le **Lebanese Film Festival**, initialement prévu annuellement, est passé à une programmation biennale, en alternant sa programmation avec Ayam Beyrouth Al-Cinéma'ya. Le célèbre **festival en plein air des courts-métrages Outbox** peine également à se produire chaque année.

## Contribution économique et potentiel exportateur du cinéma libanais

Comme le montre le tableau 41, la **production cinématographique** connaît une augmentation de son chiffre d'affaires entre 2016 et 2019, passant de 10 millions de USD en 2016 à **12 millions en 2019**, avec une légère baisse pour 2017 uniquement.

Cependant, **les services techniques** liés à la production cinématographique connaissent une évolution plus sporadique avec un pic en 2017, suivi d'une baisse rapide en 2018, un chiffre d'affaires en 2019 avoisinant son niveau de 2016, de l'ordre de **16 millions de USD**. Ainsi, dans l'ensemble, les activités de production et les services liés semblent donc stagner entre 2016 et 2019, avec un chiffre d'affaires moyen de l'ordre de 15 millions de USD par an.

L'évolution des chiffres d'affaires des entreprises travaillant dans la distribution de films montre une croissance continue jusqu'en 2018 et une baisse légère (de -5.5%) en 2019.

Enfin, l'évolution des **revenus des salles de projection sont en chute libre** avec un chiffre d'affaires de -15.6% en 2018 par rapport à 2017, et de -23% en 2019 par rapport à 2018. Ainsi, les revenus de 2019 ne représentent plus que **25 millions de USD en 2019**, soit 65% en moins comparé à leur niveau de 2016 ou 2017.

Tableau 41 | Évolution du chiffre d'affaires du cinéma par type d'activité (USD)

Année	Sociétés de production	Services techniques	Diffusion	Salles de projection	Total cinema	Production TV
2016	10,434,052	16,601,583	22,679,441	37,285,219	<b>87,000,295</b>	46,930,695
2017	9,381,007	20,636,228	24,109,153	38,959,677	<b>93,086,065</b>	50,222,884
2018	11,349,103	18,999,943	25,950,254	32,872,394	<b>89,171,695</b>	49,298,732
2019	12,353,655	16,545,389	24,547,937	25,363,169	<b>78,810,150</b>	41,446,005

Ainsi, la somme des 4 types d'activité montre que le cinéma libanais fait face à des difficultés dès 2018. D'une valeur moyenne de 87 millions de USD par an entre 2016 et 2019, le secteur atteint son pic historique en 2017, avec un chiffre d'affaires de plus de **93 millions de USD**, suivi d'une baisse de 4% en 2018 par rapport à 2017 et d'une baisse de 12% en 2019 par rapport à 2018.

Ce tableau montre aussi que :

- **La projection de films représente** à elle seule le tiers des revenus du secteur alors qu'elle ne représente que 16.6% des entreprises enregistrées ;
- **Les distributeurs** semblent également réaliser un **chiffre d'affaires global deux fois supérieur à celui des producteurs**, pour presque un même nombre d'entreprises enregistrées. Le revenu par tête est ainsi le plus faible chez les producteurs et le plus élevé dans les activités de distribution, de diffusion et de projection ;
- Comparativement, **les producteurs de télévisions** semblent générer plus de revenus que les producteurs de cinéma, avec un **chiffre d'affaires de 47 millions de USD en 2016**, presque 5 fois celui de ces derniers. Les revenus de la télévision semblent suivre une même tendance pour également chuter à partir de 2017, même si cette baisse est moins importante que celle de la production cinématographique.

Ensembles, **le cinéma et la production télévisuelle** génèrent des revenus de l'ordre de **134 millions de USD en moyenne entre 2016 et 2019**, avec un pic de plus de 138 millions en 2017 et une chute de 3.4% en 2018 par rapport à 2017 et de 13.2% en 2019 par rapport à 2018.

Concernant les exportations, nous disposons uniquement de données sur les produits liés à l'audiovisuel (les biens sans les services). Les chiffres de l'administration des Douanes montrent que les importations des produits d'équipements liés à l'audiovisuel (cinéma, télé, radio, etc.) sont en baisse entre 2011 et 2020, alors que les exportations étaient en augmentation constante jusqu'à la fin de 2015, pour ensuite chuter drastiquement à partir de 2016. Ceci souligne clairement un ralentissement du niveau d'activité à partir de cette date.

**Les équipements importés les plus importants sont les projecteurs**, parfois pouvant dépasser la valeur de **100 millions de USD**, et dont la valeur en 2019 n'est que de moitié, avec une valeur d'importation de 4 millions de USD seulement pour les deux premiers trimestres de 2020. La tendance est la même pour les autres produits importés, comme les équipements de diffusion ou de réception pour la radio et la télévision, ou encore pour les micros et les enregistrements de sons, même si la baisse est plus faible. Ainsi, l'importation d'équipement audiovisuel en 2017 est au moins deux fois plus faible que son niveau de 2013, et elle est dix fois moins importante en 2019.

**Les exportations de DVD et de CD sont au premier poste des exportations libanaises de matériel et équipement audiovisuel.** En 2011, le Liban exporte pour une valeur de 11 millions de USD, avec une stabilisation de 7.5 millions de USD en moyenne entre 2012 et 2016, pour baisser à quelques 6 millions en 2016, puis 5 millions en 2018 et 4 millions en 2019. Initialement considérée comme un secteur à fort potentiel d'exportation, l'industrie des DVD et des CD voit la valeur de ses exportations baisser à moins de 1 million USD pour les deux premiers trimestres de 2020.

Quant aux exportations et importations des produits consommables (consommation intermédiaire) liés au secteur de l'audiovisuel, le potentiel exportateur du pays est quasi nul selon les douanes, mais les importations peuvent jouer un rôle important notamment pour le développement des photos (pellicules, papiers, et planches). Pour ces produits, les chiffres douaniers montrent également la même tendance baissière à partir de 2016, ce qui confirme que le secteur semble avoir atteint son pic entre 2014 et 2017, et que la stagnation n'avait pas attendu l'enlisement du pays dans une crise économique en 2019. À titre d'exemple, **les planches photographiques vierges, au premier poste des importations, passent d'une valeur de 11 millions de USD en 2011, à 7 millions en 2018.**

## Les rapports entre le cinéma et les autres sous-secteurs de l'audiovisuel

Un certain nombre des grands succès sont des adaptations au cinéma de productions télévisées (principalement des séries produites par les grandes chaînes de télévision, comme c'est le cas de Ghanoujet Baya - LBCI), ce qui assurait aux investisseurs une audience garantie et un succès commercial. Par ailleurs, ce double succès (à la télé et au cinéma) contribuait aussi à confirmer certaines stars locales dans leur succès, ce qui augmentait à la fois les sources de financement et la base de l'audience. Il semblerait donc que l'industrie cinématographique au Liban ait pu bénéficier de sa complémentarité avec la télévision, celle-ci ayant joué un rôle considérable dans l'accroissement des financements et l'élargissement de l'audience, même si certains déplorent la qualité des productions.

Mais à un autre niveau, la télévision locale semble être le plus grand absent de la scène cinématographique au Liban et l'une des plus grandes faiblesses de l'industrie qui ne peut ni compter sur les chaînes locales pour diffuser leurs films, ni pour les commercialiser (le cas du film Bosta étant une exception, la télévision lui ayant accordé la diffusion gratuite de publicités). L'absence de cet acteur-clé constitue un manque à gagner important pour les films libanais, puisque toutes les chaînes libanaises ne diffusent pratiquement jamais de films libanais ni étrangers, à quelques exceptions près. Même la chaîne publique TéléLiban se contente de diffuser les vieilles productions télévisées issues de ses archives, mais le cinéma n'est jamais au programme.

Ceci dit, la dernière décennie a été, pour le cinéma libanais, une période d'essor jamais égalée dans le passé, et certains vont jusqu'à la qualifier d'âge d'or.

Selon Antoine Khalifé, le cinéma libanais aurait d'abord profité du développement des festivals arabes, régionaux et internationaux, dont les externalités positives se sont fait ressentir à la fois au niveau de la diffusion et de la production, un grand nombre de ces festivals offrant des possibilités de soutien à la production en vue de la diffusion.

Ainsi, en parallèle à l'augmentation du nombre des productions grand-public, dont le modèle commercial « low budget » est fondé sur les économies de coût d'un film destiné au marché local, les festivals ont de leur côté contribué au soutien des films de qualité, même si certains n'ont jamais été diffusés en salles. Grâce au soutien de certains fonds privés et la sélection dans des festivals, ces films ont pu bénéficier d'une audience alternative, par le biais des Vidéo-On-Demand (VOD), comme Shahid, ArabTV, Cinemoz, ou bien par la diffusion sur des chaînes satellites (notamment sur ONS et ART). Netflix et iTunes, les systèmes de pay TV et de VOD constituent ainsi un nouveau marché à fort potentiel de croissance pour la diffusion des films libanais, estimé actuellement à 100,000 USD par an selon certains experts. Sur ce segment du marché de la diffusion, la demande semble avoir bénéficié des réglementations de protection des droits d'auteurs et de la protection de la propriété intellectuelle pour les films libanais, puisque les copies illégales et les DVD piratés sont pratiquement impossibles à trouver sur le marché local, même dans les marchés permissifs de Burj Hammoud et Sabra. Enfin, les compagnies aériennes qui achètent les droits de diffuser ces films libanais sur certains vols ont également constitué un marché en essor au cours des dernières années, assurant des recettes importantes pour certains films qui ont été privés d'audience dans les salles.

De même que pour les festivals, les opportunités de coproduction internationales, de plus en plus offertes aux cinéastes libanais, apportent des solutions doubles aux problèmes de financement et de diffusion. C'est

notamment le cas des coproductions franco-libanaises qui s'inscrivent dans le cadre d'accord de coproduction bilatéral - de 2000.

Si le Liban est déjà signataire d'un accord avec la France, les efforts pour en ratifier de nouveaux avec d'autres partenaires semblent laborieux. En effet, le soutien de l'État est crucial à ce niveau, comme le montre le cas des accords toujours en cours de négociation avec la Belgique et l'Argentine, menés par la Fondation Liban Cinéma.

Les coproductions arabes ont également ouvert des marchés supplémentaires pour certains films, en compensant la faiblesse du star-système panarabe, puisque la diffusion des films pourrait alors s'appuyer sur la légitimité ou la notoriété de plusieurs célébrités de différents pays, le prix à payer pour l'industrie locale étant bien entendu la perte des spécificités du cinéma libanais.

Cela dit, l'augmentation du nombre des coproductions arabes n'arrive cependant pas à compenser la baisse de fréquentation des salles de cinéma dans la région MENA, qui s'accompagne d'une diminution importante du nombre de salles dans certains pays de la région. En réponse à ces défis, des réseaux arabes de projection sont mis en place (Metropolis au Liban, Ness en Tunisie, Akil à Dubai et Zawiya en Égypte, etc.), assurant des recettes marginales supplémentaires pour les films d'auteur. Ces circuits alternatifs s'imposent désormais comme principales plateformes de diffusion des films d'auteur, généralement évincés des grands circuits de projection. En effet, ces circuits (multiplex) gardent les films à l'affiche sur la base du nombre d'entrées par jour, ce qui ne laisse aux films arabes qu'une durée de vie de 5 jours en moyenne.

Les films coûteraient entre 600,000 et 800,000 USD, et nombreux sont les films locaux qui n'arrivent pas à couvrir leurs coûts. Généralement, seuls les films coproduits à l'international qui disposent d'un ratio recette/budget supérieur à 1 y arrivent.

## Le financement du cinéma : un modèle de financement à chaque fois unique

**Le financement du cinéma libanais doit compter exclusivement sur des fonds privés**, le financement étatique étant quasi inexistant. Les succès commerciaux de la production cinématographique ont significativement contribué à l'essor du cinéma libanais, d'une part en élargissant l'audience (un public fidélisé, comme dans le cas des films de Labaki) et d'autre part, en encourageant certains investisseurs à financer des films qui pourraient satisfaire la demande croissante des consommateurs locaux.

*En 2005, le film Bosta de Philippe Aractingi a été le premier film libanais à dépasser les 100,000 entrées en salles (autour de 140,000), suivi de Ghanoujet Baya d'Elie Habib, en 2006, avec 208,000 entrées et Caramel de Nadine Labaki (autour de 113,500 entrées) ; ils restent tous les trois jusqu'aujourd'hui dans le top 20 des films libanais les plus visionnés au Liban.*

En 2018, plusieurs films libanais ont dépassé les 200,000 entrées dans les salles libanaises (Capharnaüm, Habbit Caramel, Bil-Ghalat). Par leur qualité, ces films ont sensibilisé le public aux productions locales. Ils ont ainsi aidé à élargir la demande qui vient appuyer le secteur.

*Datant de 2012, le film 'Where do we go now' de Nadine Labaki reste le film le plus projeté au Liban et qui a affiché le plus grand nombre d'entrées (dépassant les 300,000).*

Le détail des montants investis pour la production d'un film est toujours difficile à obtenir, et de nombreux films produits dans les 3 dernières décennies affichent un modèle de financement quasi unique. Comme le dit Pierre Sarraf :

*« Ici on n'a pas de système, donc pour chaque film on en invente un. Ce qui n'est pas plus mal d'ailleurs. Entre temps, le rôle de l'État manque cruellement. Par exemple, si on est sur un premier film, on doit mettre en place une coproduction de trois ou quatre pays, surtout européens, car ils sont habitués à travailler avec nous, contrairement aux américains. Si ça ne suffit pas, c'est complété par des investissements privés, basés sur des réseaux de gens intéressés par la production des films indépendants. Et il y en a de toute sorte : des banquiers, des passionnés, des hommes d'affaires et des industriels. Ils aiment le cinéma et coproduire leur permet de vivre cette expérience. Le cas extrême c'est un film comme Capharnaüm financé à 85% par de l'investissement privé et le reste de 15% par une contribution du Qatar. C'est exceptionnel, mais c'est arrivé et c'est significatif comme exemple parce que ça a été rentable ».*

Quant au rôle des banques, il est très limité. Selon Jad Abi Khalil, producteur et gérant de Beirut DC, la plupart des financements au Liban proviennent de fonds étrangers et l'industrie libanaise est déjà bien équipée pour les lever.

*« Nous recevons des fonds étrangers pour la simple raison que nous créons des films qui ont du sens. Que ce soit pour l'industrie du cinéma ou pour l'audience, il s'agit de films utiles. Utiles en contenu et en forme. Nous avons appris à lever des fonds étrangers. C'est sur ces fonds-là que l'on compte, et c'est bien malheureux. »*

Aussi, jusqu'à une date récente, le cinéma libanais comptait principalement sur les financements d'investisseurs individuels souhaitant soutenir l'industrie naissante, soit par conviction et amour du cinéma, soit par volonté de soutenir des talents qui seraient autrement évincés. Le rôle de ces investisseurs se rapprocherait du mécénat, d'autant plus qu'ils ont rarement l'espoir de rentabiliser leurs investissements. Ainsi :

- **Jusqu'à la fin des années 1990**, le cinéma libanais connaissait peu de producteurs et de distributeurs locaux comme Cedars Art Production (Sabbah Brothers), mais la plupart des productions libanaises comptaient sur la participation des grands producteurs internationaux (et surtout français) comme le CNC, Canal+ et Canal Horizon, France 2 cinéma, Arte, Galatée Films, Cinétévé, mais aussi Ventura film, Vega Film et DXM production. À cette période, rares étaient les films qui pouvaient compter, même partiellement, sur des financements locaux comme Ziad Doueiri avec la société de production Douri Films.
- **Les années 2000** voient un changement dans les financements cinématographiques sur la scène locale avec l'émergence de sociétés de production libanaises qui financent des succès commerciaux, la première et le plus importante étant Fantoscope pour Bosta de Philippe Aractungi en 2005 ou encore Beirut DC pour Semaan Bil Day'a de Simon El-Habre en 2008. Ensuite sont venus des producteurs et distributeurs de films commerciaux comme Marwa Group, Eagles films, Falcon films, etc.

Tableau 42 | Part de marché des distributeurs de films cinématographiques

Distributeur	Part de marché %
Les fils de Georges Haddad & Co.	20
Four star films	17.9
Italia film	15.3
Eagle films	14
Joseph Chacra & Sons Falcon films	8.5
Falcon films	8
Jaguar film	4.2
Selim Ramia & Co. Metropolis	4.1
Metropolis	2.4
Gulf film	1.1

- **La fin de l'année 2018** annonçait déjà un début de retournement de la conjoncture économique favorable au cinéma libanais avec la baisse du nombre des festivals locaux et régionaux et le tarissement des sources de financements locales et européennes. Depuis octobre 2019, avec la crise économique que traverse le Liban et les mouvements de protestation, beaucoup de productions libanaises ont été suspendues. Certains films ont été produits et montés, mais ne sont pas sortis en salle.
- **En 2020**, un seul film libanais a été diffusé, Yom Eh Yom La2 de Nabil Lebbos avec 135,000 admissions dans les salles libanaises.

Aussi, le financement de l'industrie libanaise a souffert de plusieurs promesses manquées et de plusieurs initiatives d'internationalisation qui n'ont pas abouti.

Au niveau des financements, la Fondation Liban Cinéma a réussi à signer en 2015, **un accord de partenariat avec IDAL** (l'Autorité libanaise de développement des investissements), mais **les fonds d'investissement pour le cinéma n'ont pas suivi**.

**En 2016, la BDL a prévu une politique de financement du cinéma libanais** dans le cadre de la circulaire intermédiaire 416, assurant des prêts subventionnés de long terme (jusqu'à 16 ans) aux productions libanaises à travers les banques commerciales. En complément de la circulaire intermédiaire 331 pour les start-ups technologiques, la circulaire 416 assure les mêmes garanties pour les productions télévisuelles et cinématographiques, les films de fiction, les documentaires, les films éducatifs et les productions théâtrales, avec une période de grâce de 2 ans, et une enveloppe pouvant aller jusqu'à 3 millions de USD. Plus particulièrement, l'article 3 de ladite circulaire appelle à la modification de la circulaire de base no. 6116 accordant des prêts bonifiés à un taux d'intérêt de l'ordre de 1.075%.

Néanmoins, **cette circulaire est restée sans effet significatif sur le secteur** et il semble impossible de vérifier combien de productions aurait pu en bénéficier. Avant cette circulaire, certaines initiatives sporadiques ou ponctuelles existaient, comme les investissements offerts par Cedrus Bank, FFA Bank et la SGBL.

Les financements et sponsoring des banques ont été néanmoins cruciaux pour la survie de certains festivals libanais et d'autres événements culturels, comme le soutien régulier de la SGBL aux événements et activités

du Beirut International Film Festival (sponsor depuis 1998), ou le soutien de Levant Investment Bank à l'organisation d'un festival du cinéma libanais au Brésil.

## La fiscalité dans le secteur du cinéma

La rentabilité des circuits de projection assure à l'État une importante source de financement, comme le montre l'étude fiscale suivante. Le secteur semble avoir contribué à un montant total de TVA versé à l'Etat de l'ordre de 500,000 dollars.

### 1 | Étude de cas d'un circuit de cinéma

Le premier circuit en termes de chiffre d'affaires pour 2018, a généré des revenus supérieurs à 7 milliards de livres libanaises (4.5 millions de USD) et a reversé à l'État un total d'impôts et de taxes de presque 513 millions de livres libanaises (340,000 USD).

Tableau 43 | Étude de cas de la fiscalité d'un circuit de cinéma

	Taux d'imposition	Montant - USD	Montant - LL
Chiffre d'affaire annuel		4,975,124	7,500,000,000
Coûts des spectacles		1,840,796	2,775,000,000
Charges de personnel		597,015	900,000,000
Charges opérationnelles		1,641,791	2,475,000,000
Charges calculées nettes		547,264	825,000,000
<b>Résultat de l'exercice</b>		<b>348,258</b>	<b>525,000,000</b>
Impôts sur les bénéfices - société	17%	59,204	89,250,000
Impôts sur les dividendes en cas de distribution - actionnaires	10%	28,905	43,575,000
TVA - société	11%	149,254	225,000,000
<b>Total des impôts</b>		<b>237,363</b>	<b>357,825,000</b>
Taux d'imposition cumulé / valeur	5%		
Taux d'imposition cumulée / lois fiscales (sans la TVA)	27%		

## Défis majeurs et analyse SWOT

Les défis majeurs qui ressortent de l'état des lieux qui vient d'être dressé se résument à :

- **La faiblesse du rôle de l'État** : la faible intervention du ministère de la Culture est fréquemment citée comme un handicap majeur pour le secteur en général. Sont notamment pointées la faiblesse des budgets publics alloués au cinéma (une enveloppe de 200,000 euros qui finançait à peine une dizaine de films avant 2019), l'absence d'engagement pour la révision des mesures fiscales ou pour la négociation des accords de coproduction. Selon Abla Khoury, gérante de la société Ginger production :

*« Notre plus grand problème c'est la corruption. Il faut un observatoire indépendant pour gérer tous les financements et subventions qui proviennent de l'étranger pour le compte du ministère de la Culture et assurer la bonne marche des financements publics de la politique culturelle ».*

- **Le manque de financement des banques** s'explique à la fois par la frilosité du secteur privé face à des investissements risqués et par la crise économique de 2019. La circulaire 416 de la BDL concernant les prêts garantis, s'est révélée être un échec total, à l'instar de la circulaire 331 relative aux start-ups numériques, certains acteurs y voyant une composante de la politique d'ingénierie financière par laquelle la BDL voulait inciter les banques à injecter des liquidités en devises étrangères.
- **Le rôle inexistant des syndicats** et leur incapacité à protéger les artistes et techniciens du secteur est aggravé par la corruption au sein des institutions syndicales et l'emprise des partis politiques sur eux. Selon Pierre Sarraf, « les syndicats sont tenus par une ancienne génération très déconnectée de la réalité d'aujourd'hui, ils sont tenus par l'ancienne garde. C'est à nous de changer les choses à travers les élections au sein des syndicats existants, si une force nouvelle arrive, on pourra peut-être redynamiser tout ça et restructurer les règles de l'industrie. »

Les groupements professionnels indépendants qui se sont constitués à la marge du mouvement de contestation du 19 octobre ont réussi à avoir de l'influence auprès de l'opinion publique, mais, pour beaucoup d'entre eux, le moment ne semblait pas propice à de luttes syndicales visant l'amélioration de la corporation. Selon Jad Abi Khalil (Beirut DC) : « Avant de parler de soutenir un secteur ou un autre, commençons par construire un État. ».

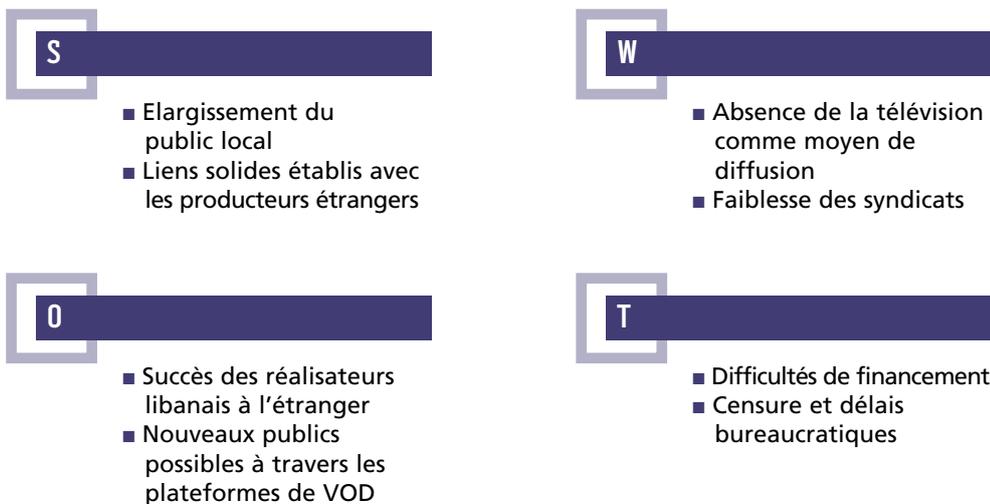
- **Au niveau administratif** ensuite, les artistes se plaignent souvent des lourdeurs bureaucratiques et des interventions aléatoires et imprévisibles des censeurs, constituant une taxe invisible ou camouflée supplémentaire. Selon Antoine Khalifé, les mesures incitatives visant directement ou indirectement le financement du cinéma libanais n'ont jamais été opérationnelles.

*« Aujourd'hui le secteur de la production ne bénéficie d'aucune aide de la part du secteur de la distribution. Le problème majeur est que les gens travaillent de manière hasardeuse. Les gens ne cessent de rencontrer des difficultés pour importer le matériel ou même pour faire appel à des techniciens étrangers ».*

Dans le même sens, les films libanais qui postulent pour des festivals doivent à chaque fois repasser par le contrôle de la Sûreté générale, ce qui conduit à chaque fois au paiement de frais supplémentaires sur les soumissions des Digital Cinema Package à l'étranger, multipliant ainsi inutilement les procédures et les taxes douanières et augmentant le coût de la postproduction.

- **La censure d'État et l'autocensure** constituent également un problème que beaucoup de cinéastes, de producteurs et d'acteurs culturels considèrent comme un handicap majeur pour l'industrie cinématographique. En effet, sur le plan artistique, la censure est un obstacle dans le processus créatif des auteurs, même si le Liban est souvent cité comme l'un des pays de la région bénéficiant de plus grandes libertés artistiques et politiques.

Figure 13 | Analyse SWOT du secteur du cinéma



### Forces

- **Élargissement du public local** : les dernières années ont connu une augmentation significative des entrées pour les films libanais. L'intérêt de l'audience libanaise pour les productions nationales crée de nouvelles opportunités pour les professionnels du cinéma et assure un niveau de rentabilité qui favorise la croissance du secteur.
- **Liens solides établis avec les producteurs étrangers** : l'absence de soutien de l'État libanais et l'inexistence d'un système de financement de films a poussé les producteurs libanais à rechercher des financements externes, surtout à l'étranger. Ces relations bilatérales et les accords de coopération permettent aux producteurs émergents en recherche de visibilité et de financement d'avoir recours à un réseau assez étendu.

### Faiblesses

- **Absence de la télévision comme moyen de diffusion** : malgré le succès du cinéma libanais dans le pays et à l'étranger, les chaînes de télévision locales restent insuffisamment impliquées dans la diffusion des productions libanaises. En effet, la diffusion d'un film ou d'un court-métrage libanais reste chose rare sur les chaînes locales dont le public, qui ne serait pas prêt à se rendre dans une salle de cinéma pour diverses raisons, représente un manque à gagner.
- **Faiblesse des syndicats** : la faiblesse de l'action syndicale des professionnels de cinéma laisse ces derniers dans une situation d'insécurité financière et juridique. Un corps syndical véritablement représentatif est nécessaire pour assurer un filet de sécurité et des protections légales aux professionnels et leur permettrait ainsi de construire leurs carrières dans une industrie fondamentalement volatile.

### Opportunités

- **Succès des réalisateurs libanais à l'étranger** : les réalisateurs libanais ayant acquis une renommée à l'international, l'intérêt pour le cinéma libanais a augmenté de manière significative. Cet intérêt peut ensuite être mis à profit pour élargir et diversifier le public ainsi que pour mobiliser des fonds internationaux, etc.
- **Nouveaux publics potentiels à travers les plateformes de VOD** : l'émergence et la popularité des plateformes VOD (Netflix, Shahid, Starz...) offrent une nouvelle opportunité pour le cinéma libanais

d'atteindre de nouveaux publics à l'international et de diversifier les sources de financement des maisons de production surtout après la fermeture des salles de cinéma suite à la situation sanitaire liée à la Covid-19.

## Menaces

- **Difficultés de financement** : l'absence de modèle de financement du cinéma laisse les producteurs constamment à la recherche d'investisseurs, de sponsors ou de coproducteurs pour pouvoir réaliser leurs projets. Or, le ralentissement de l'économie mondiale et l'effondrement de l'économie libanaise mettent en péril ce mode de financement déjà instable. Le développement pérenne du cinéma requiert une structure stable et auto-suffisante qui assure aux producteurs les ressources dont ils ont besoin et un retour sur investissement suffisamment attractif pour intéresser toutes sortes d'investisseurs.
- **Censure et délais bureaucratiques** : les règles actuelles de censure et de régulation des réalisations cinématographiques risquent de miner un des avantages les plus importants du cinéma libanais : la liberté d'expression artistique. En effet, les normes de censure sont laissées à la discrétion des autorités, ce qui constitue un obstacle important, notamment pour la nouvelle génération de réalisateurs dont les œuvres traitent de thèmes controversés. Par ailleurs, la multiplication des processus bureaucratiques ralentit la production et constitue un obstacle supplémentaire pour les professionnels du cinéma.

## Recommandations

- **Revisiter le travail syndical** : l'ensemble des acteurs de l'industrie devrait pousser les différents syndicats à organiser **de nouvelles élections**. Favoriser le dialogue et les échanges entre les syndicats est également nécessaire en vue de les moderniser. Aucun des syndicats existants ne propose de formations techniques à ses membres et à ce jour, aucun débat ou dialogue social n'est programmé. Selon Maya de Freige :

*« Les syndicats ont perdu toute leur crédibilité aux yeux des artistes libanais. Les artistes, notamment cinéastes, se regroupent à nouveau aujourd'hui pour créer de nouveaux syndicats ou pour réorganiser ceux qui existent, mais il faut commencer par un véritable recensement des professionnels. Surtout qu'il y a également une économie parallèle dans laquelle exercent des libanais et des non libanais, qui peuvent eux-aussi participer à la relance du secteur. Il y a beaucoup de Syriens qui sont venus travailler au Liban notamment suite à la guerre de Syrie, qu'ils soient acteurs, réalisateurs, scénaristes ou techniciens, mais à cause de l'absence de protection juridique, nous sommes tous injustement traités. À cause de l'absence d'une tarification par catégorie de travail, il n'y a pas d'équilibre entre les salaires, les besoins, les compétences et les droits. »*

- **S'ouvrir sur les nouveaux moyens de distribution** tels que les plateformes en ligne et VOD, notamment à travers le soutien des plateformes locales à dimension régionale, qui jouent aujourd'hui un rôle considérable dans la distribution et la visibilité des films libanais. Selon Pierre Sarraf :

*« Les plateformes sont une bouffée d'oxygène aujourd'hui. Elles l'étaient déjà avant la crise et elles le sont encore plus depuis la crise. »*

Dans le même sens, la grande majorité de nos interlocuteurs s'accordent à considérer ces plateformes comme des sources de rentabilité supplémentaires, capables de faire une grande différence, en élargissant l'éventail du public.

- **Inciter les télévisions à diffuser les films libanais et à les financer** : à cause de l'indifférence totale des télévisions à l'égard du cinéma, les films libanais accusent un manque à gagner en termes de finances et d'audience, surtout que les chaînes libanaises occupent une position privilégiée parmi les chaînes satellites arabes. Par un simple décret, l'État peut imposer aux chaînes d'accorder un temps minimal de diffusion aux productions libanaises, de programmer des soirées dédiées au cinéma libanais (longs et courts-métrages) et de couvrir des événements culturels liés au cinéma tels que les sorties de films ou les festivals...

Mais un grand nombre d'acteurs culturels s'accorde à dire que ce serait une mesure nécessaire, mais pas suffisante. En effet, sans un soutien financier actif de la part de la télévision, le cinéma libanais aurait beaucoup de difficultés à réussir sa stratégie d'internationalisation. Comme l'affirme Hania Mroué :

*« Il ne suffit pas que la télévision diffuse les films libanais, il faut encore qu'elle les paye ».*

- **Soutenir et développer les initiatives visant à intégrer le cinéma dans le système scolaire** afin de développer la culture des nouvelles générations, tant au niveau des programmations extra ou intracurriculaires. Les expériences passées de Metropolis et son action culturelle dans les écoles peuvent être ici citées à titre d'exemple et constituent de bonnes pratiques méritant d'être dupliquées. De plus, elles permettent de fidéliser une jeune clientèle formée dès son plus jeune âge. Selon Maya de Freige :

*« Il est bien sûr possible d'amener le cinéma à l'école, mais il est plus important d'emmener les élèves au cinéma que de leur montrer des films en classe. Il faut l'école au cinéma et non l'inverse pour une véritable éducation à l'image. »*

- **Réviser le système de financement et de taxation des films** : un grand nombre de nos interlocuteurs revendiquent par exemple que les taxes et impôts payés par les professionnels du secteur soient reversés à l'industrie, soit par des subventions aux artistes soit par des financements publics. De telles revendications sont justifiées par deux constatations complémentaires : **le cinéma est l'un des secteurs créatifs qui contribuent le plus au financement des caisses de l'État, mais celui qui en bénéficie le moins** ; c'est un secteur qui s'autofinance majoritairement à l'international, qui alimente l'économie nationale en devises et talents étrangers et qui ne bénéficie nullement de la politique culturelle de l'État. En effet, **le secteur contribue beaucoup plus au financement des caisses de l'État que la joaillerie, mais ne bénéficie pas des mêmes exonérations en termes de TVA ou de droits de douane**. Tout au moins, le secteur qui compte considérablement sur les investissements privés pourrait bénéficier d'un système de crédits d'impôt (tax shelter) pour encourager le mécénat.

*« La loi de Ghassan Moukheiber pour les fondations s'est révélée être la meilleure façon d'allouer des fonds au mécénat culturel. Il faut encourager les citoyens et le secteur privé à investir autrement, que ce soit par le crowdfunding ou autre. IDAL par exemple soutient la commercialisation des produits en assurant une prime à la distribution, mais surtout en aidant au guichet unique et en centralisant les procédures. Il a aussi mis en place aujourd'hui la « business matchmaking plateforme », qui est une plateforme qui propose aux projets libanais d'aller à la rencontre d'investisseurs. On est en train d'étudier avec eux comment adapter cette plateforme à des projets de films libanais pour qu'ils puissent trouver des investisseurs potentiels ».*

- **Adopter un cadre commercial protectionniste** pour soutenir l'industrie nationale. Les professionnels du cinéma s'accordent à dire que l'État doit soutenir l'industrie libanaise en **imposant un temps minimal de projection des films libanais dans les salles**, en défendant donc la durée de vie des films libanais à l'affiche. Plus important que de protéger le film en termes de concurrence, il semble primordial de défendre l'industrie en prolongeant la durée de vie du film en salle et en pratiquant une discrimination par les prix, du moins en périodes de fêtes comme cela se fait en Égypte, pour attirer un public familial.
- **Élaborer une politique publique en faveur du cinéma libanais** : de nombreux acteurs institutionnels locaux et internationaux, appartenant à différentes sphères de l'art, des médias, des affaires ou des finances, ont déjà fait leurs preuves dans la promotion et le développement du secteur du cinéma (AFAC, Al-Mawred Al-Thakafi, ARTE, etc.) aux côtés des acteurs majeurs de la scène locale (Beirut DC, Fondation Liban Cinéma, Né à Beirut, etc.). Si l'ensemble des synergies créées par ces acteurs a réussi jusqu'ici à compenser le manque d'intervention publique, ces acteurs ne peuvent néanmoins pas se substituer à la politique culturelle de l'État. Même en l'absence d'un ministère de la Culture (à chaque formation d'un nouveau gouvernement, **le projet de supprimer le ministère est souvent remis sur la table**), **le secteur du cinéma restera toujours tributaire des politiques étatiques**, que ce soit en termes de **protection de la diversité des expressions** culturelles et de la spécificité du cinéma libanais ou de la **promotion des projets internationaux dans le cadre des accords de coproduction**. Une plus grande implication de ces acteurs dans les mécanismes de prise de décision est aussi indispensable pour soutenir l'effort de modernisation du secteur.



# **Audiovisuel et médias numériques**

**Les secteurs émergents  
des jeux vidéo et de  
streaming de musique**

---

**Un nouvel écosystème à fort potentiel  
de croissance et de développement**

# Audiovisuel et médias numériques : Les secteurs émergents des jeux vidéo et de streaming de musique

La scène créative au Liban a été marquée, au cours de la dernière décennie, par l'émergence d'un nouvel écosystème à fort potentiel de croissance et de développement, stimulé par un enthousiasme et un optimisme qui ont rapidement laissé la place au désenchantement : les start-ups technologiques. Néanmoins, l'engouement initial a favorisé l'émergence d'un ensemble d'acteurs institutionnels ainsi qu'une série de programmes de financement et de soutien à ce secteur émergent, assurant ainsi un encadrement légal, institutionnel et financier, mais aussi le développement de réseaux de talents et d'entrepreneurs, d'accélérateurs et d'incubateurs.

Au cours de la dernière décennie au Liban, le secteur des TIC (technologies de l'information et de la communication) connaît une croissance rapide, avec une valeur estimée à 436 millions de USD en 2016, dont 60% sont liés aux activités de production ou de vente de matériel (hardware) et 31% aux services, la programmation de logiciel ne représentant que 9% du total<sup>21</sup>. Cette dernière a une valeur de marché estimée à 40 millions de USD par an et son essor nécessite encore des réformes au niveau de l'application des droits de propriété intellectuelle, de la réduction du piratage de logiciels et de la mise à niveau de l'infrastructure des TIC. Ceci dit, 30% des compagnies travaillent dans l'offre de services et de logiciels, ce qui montre une transition récente du marché, d'une activité principalement axée sur la vente (en gros et au détail) vers le développement de contenus ou de solutions. C'est le cas notamment des grandes entreprises qui dominent le marché local, comme Born Interactive, Delta Net, FTML – Cellis, Imaging Concept, I-Net, MobinetS, Netways, TerraVision.

Plus important encore, IDAL estime que 80% des entreprises ayant des activités de programmation de logiciels travaillent pour l'exportation, avec la plus grande part de leurs ventes à l'étranger (IDAL, 2016). Le secteur a été identifié comme l'un des piliers de la croissance économique en 2014 par une étude de l'ACS, contribuant à presque 3% du PIB. Entre 2014 et 2016, le secteur a connu une croissance annuelle de 7% par an en moyenne, malgré la dégradation de la qualité des infrastructures. En 2018 (dernières données disponibles sur le secteur), les TIC contribuaient encore à quelques 2.5% du revenu national, selon le ICT Development Skill Index. Il en ressort aussi que le niveau de pénétration du téléphone mobile est proche des moyennes régionale et internationale, tandis que la pénétration du haut débit est au-dessus de celles-ci. La 3G par exemple couvre 99% de la population contre une moyenne de 88% dans les pays arabes et une moyenne mondiale de 80%. Les taux de pénétration des ordinateurs et d'internet atteignent des proportions similaires, respectivement à hauteur de 80% et 84% pour les ménages libanais contre des moyennes régionales et mondiales d'environ 50% (ITU, 2018).

Le secteur est composé de quelques 800 PME (Petites et Moyennes Entreprises), en plus des représentants locaux des grandes firmes internationales. Ces dernières (comme Microsoft, Intel, Cisco, Everteam, Huawei, Sita, Ebizproduction) constituent des opportunités d'investissement et de développement pour le secteur et offrent aux professionnels libanais des expériences de travail à l'international.

---

<sup>21</sup>Business Monitor International, 2016

Au Liban, les avantages de ce secteur sont principalement : la disponibilité d'une main-d'œuvre bien formée, trilingue et hautement qualifiée relativement bon marché, comparée aux pays européens de la Méditerranée, et une fiscalité parmi les plus faibles de la planète. Ceci fait du Liban une destination attractive, notamment pour les opérations d'externalisation, compte tenu de la compétitivité de ses structures d'offre. En vertu de la loi sur l'investissement n°360, les entreprises peuvent bénéficier d'une exonération allant jusqu'à 100% de l'impôt sur les sociétés sur une période de 10 ans en plus d'autres incitations fiscales, à condition qu'elles satisfassent certaines exigences en termes de taille d'investissement et de création d'emplois.

Ces avantages ont renforcé le positionnement du Liban comme destination des activités d'externalisation des multinationales, employant au moins 5,000 personnes au Liban selon IDAL. On compte ainsi près de 200 compagnies travaillant dans l'externalisation des services et de processus (centres d'appel, opérations de back-office en finance ou en comptabilité, services d'information et de communication) (IDAL, 2020).

On compte par exemple au Liban, au moins 8 centres d'appels de grandes multinationales (parmi lesquelles Nestlé, Cisco, Orange, Toshiba, SFR, Samsung), employant près de 900 employés. Ceci dit, beaucoup d'efforts doivent être encore fournis si le secteur souhaite atteindre son potentiel ; le nombre total d'emplois dans l'externalisation s'élève à 212,000 en Pologne, 100,000 au Maroc et 90,000 en Égypte. Le Conseil des ministres a identifié les zones d'amélioration les plus importantes du secteur : améliorer les lois relatives à la faillite, le droit de la concurrence et le droit de la propriété intellectuelle ainsi que la création de zones offrant des incitations fiscales et des coûts d'infrastructures inférieurs (les télécommunications et les coûts de location) (CRI, 2019). En effet, les prix des données mobiles et des appels téléphoniques sont environ 2 à 3 fois plus chers qu'au Maroc ou en Égypte. De même, au niveau du réseau, la part des pertes de transport et de distribution (T&D) est élevée (3.9% de plus que les pertes du premier quartile mondial).

## Morphologie des TIC, structuration professionnelle et principaux acteurs

Soft shore cluster vise à promouvoir l'industrie libanaise du logiciel à l'international. Il est géré par l'Institut de recherche industrielle (IRI) et le Centre euro-libanais de modernisation industrielle (ELCIM). Collaborant avec des associations industrielles comme l'Association des industries du logiciel libanaises, ces clusters aident les entreprises à étendre leur présence sur le marché international et à développer leurs activités en fonction des besoins futurs.

Aussi, une vingtaine d'incubateurs, accélérateurs et espaces de travail (co-working) a été identifiée en 2019 par le ministère de l'Économie : UK Liban Tech Hub, Flat 6 Labs, Beirut Creative Cluster, Tripoli Entrepreneurs Club, Leb Net, Bader Youth Entrepreneurs Program, Startup Megaphone, Amideast Entrepreneur Institute, Start-Up ESA, Beirut Digital District, SPEED@BDD, Berytech, Business Incubation Association in Tripoli (BIAT), SouthBic, Endeavor Insight, Antwork, Co working +961, Innovation Factory Beirut, AltCity et Cloud 5 [ministère de l'Économie et du Commerce, 2017].

Le développement de cet écosystème a été soutenu par l'adoption d'un ensemble de législations et de règlements relatifs à la protection des données et la propriété intellectuelle.

La loi 431 (loi sur les télécommunications) promulguée en 2002 définit le cadre de gouvernance nécessaire pour organiser le secteur des services de télécommunications et fixer les règles de son transfert au secteur

privé. L'Autorité de régulation des télécommunications (TRA) a été créée par la suite pour réglementer la libéralisation du secteur.

La loi sur la propriété intellectuelle (PI) de 1999 a été écrite par le ministère de l'Économie et du Commerce (MoET).

Plus récemment, l'État libanais a promulgué la nouvelle loi sur les transactions électroniques et la protection des données (loi n° 81/2018 du 10 octobre 2018).

Cependant, le secteur de la technologie manque toujours d'exigences réglementaires concernant le respect de la propriété intellectuelle et le piratage. Il souffre d'un système judiciaire défaillant, surtout depuis la crise de 2019, concernant la protection du commerce électronique (protection des consommateurs, copyright, protection des données, etc.) et les paiements en ligne, ces derniers étant devenus de plus en plus difficiles sinon pratiquement impossibles pour les bénéficiaires étrangers (du fait de la dépréciation monétaire et de la limitation des paiements à l'étranger imposée par les banques).

Avant même la crise, les ventes en ligne ne comptaient que pour 1.2% du total des ventes, la quasi-totalité des achats/ventes se faisant dans les magasins. De même, la plupart des startups rencontrent des problèmes dans le processus d'enregistrement des entreprises, mais surtout pour liquider leurs activités et être rayées du registre du commerce.

Néanmoins, malgré ces défis réglementaires et infrastructurels, le Liban reste un pays fortement doté en capital humain dans le domaine technologique et numérique, souvent caractérisé par une offre de compétence de loin surqualifiée par rapport aux besoins du marché local [ETF, 2015]. Ainsi, le Liban semblait bien disposé à accueillir cette transition vers une économie plus « intelligente », fondée sur l'innovation et la connaissance. Les années de détente économique et de stabilité relative entre 2000 et 2010 ont probablement joué un rôle stimulant pour l'émergence d'une confiance institutionnelle dans le potentiel technologique du pays.

Tableau 44 | Évolution du nombre de firmes TIC de 1994 à 2014

Année	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Firmes TIC	35	39	42	47	50	57	61	72	78	86	91	99
Année	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014			
Firmes TIC	105	113	129	144	161	177	190	198	200			

Certains de nos interlocuteurs parlent même d'une « illusion de tranquillité », quand le calme relatif avait par exemple encouragé le retour au pays de certains jeunes talents libanais diplômés à l'étranger et attiré certains ingénieurs et programmeurs étrangers disposant de compétences de pointe, souvent manquantes sur le marché libanais. Plusieurs entrepreneurs attribuent en grande partie l'émergence de l'écosystème des start-ups libanaises à ce contexte favorable: « nous étions de gros poissons dans un petit bocal, il était impossible que les investisseurs ne nous remarquent pas. Soudain, il y a eu au Liban des investisseurs prêts à financer des projets innovants généralement considérés comme plus risqués, car ils ont eu confiance dans les talents qu'ils ont rencontrés ».

## Taxation et financement des start-ups technologiques

Après l'apparition de la première vague de start-ups entre 2008 et 2012, d'importants financements ont suivi en 2013, comme les fonds Berytech (30 millions de USD) et Middle East Venture Partners (MEVP) (50 millions de USD). Le secteur technologique a aussi connu une croissance considérable, ce qui a encouragé la Banque du Liban (BDL) à lancer la circulaire 331 (datant du 22 août 2013) avec 400 millions de USD à investir dans l'économie de la connaissance. Cette circulaire met ainsi à la disposition du secteur une enveloppe de financements garantis par la BDL, encourageant ainsi les banques commerciales, généralement averses aux risques, à financer les projets de start-ups technologiques. La Banque centrale garantit ainsi 75% de l'investissement des banques commerciales dans l'économie de la connaissance, soit directement en finançant le démarrage des start-ups ou indirectement au travers d'entités d'accompagnement au démarrage, réduisant ainsi le risque de l'investissement en atténuant les pertes potentielles (limitées ainsi à 25%).

Doté de ce cadre réglementaire et institutionnel, le Liban semblait pour certains observateurs, engagé dans la voie d'une modernisation de ses infrastructures économiques, en se repositionnant dans la division régionale du travail à l'ère du capitalisme dit « cognitif ». Le gouverneur de la BDL insiste à rappeler que la circulaire 331 était censée transformer le pays en Silicon Valley du Moyen-Orient [BDL, Liban start-up ecosystem road map, 2015].

Ainsi, entre 2010 et 2014, l'essor de la scène technologique au Liban a été stimulé par un environnement de confiance et des campagnes de médiatisation et de commercialisation visant à attirer les talents et les investissements vers un secteur émergent à très haute valeur ajoutée et à fort potentiel d'exportation. Cet essor ne se limitait pas uniquement à la capitale Beyrouth, mais s'est étendu également à d'autres villes. Ainsi, Tripoli, la deuxième plus grande ville du Liban, a eu à son premier forum, Tripoli Startup Forum, lancé en 2013. De même, The Innovation Club, un réseau de soutien encourageant les entrepreneurs à rester dans la région, a fait son apparition à Saïda. Même à Bsharri, une start-up réussissait à attirer de jeunes talents de Beyrouth, venant s'installer au cœur de la montagne des Cèdres, dans une perspective qui combine l'innovation technologique et le soutien au monde rural et au développement local.

La convention Banque du Liban Accelerate lancée en 2014, a été mise en place par le gouverneur de la BDL afin de promouvoir l'écosystème technologique en pleine croissance. L'édition 2015, incluant des hackatons, des compétitions et des prix, avait réuni une centaine d'intervenants et des milliers de participants venant de 50 pays. Et la convention 2016 incluait parmi ses intervenants Steve Wozniak, co-fondateur d'Apple et Tony Fadel, fondateur de Nest. Le plan 2015 de la BDL [BDL, Liban start-up ecosystem road map, 2015] présentait déjà un programme d'internationalisation de la scène technologique visant à faire du Liban un hub régional doté d'un financement local stable avec le soutien d'accélérateurs internationaux et de sociétés de capital-risque (capital venture firms), tablant ainsi sur une augmentation des financements des start-ups et des autres acteurs impliqués dans l'écosystème.

Jusqu'en 2016, les nouvelles start-ups désirant se lancer dans l'écosystème libanais disposaient ainsi d'un environnement à la fois concurrentiel, riche en potentialité et marqué par l'absence de grands monopoles ou de « unicorns ».

Les espaces de co-création (et de coworking) des start-ups assuraient ainsi des opportunités exceptionnelles pour la formation de clusters (comme Beirut Digital District, Alt City, Co-Working 961, FabLab Beirut, etc.) et les jeunes entrepreneurs pouvaient ainsi compter sur la participation de plusieurs incubateurs/accélérateurs et unités de support (comme Speed@BDD, Fat6Labs, Beirut Creative Cluster, ESA Smart Booster, Berytech, LebNet, etc.).

En plus des financements assurés par les banques commerciales et les grandes institutions financières (via la circulaire intermédiaire 331), plusieurs fonds privés étaient mis à la disposition des start-ups, à travers, soit des investisseurs individuels et des « business angels », soit des levées de fonds via Zoomal une plateforme de financement participative, soit des fonds institutionnels et des sociétés de capital-risque, les plus importants étant Abraj Group, Beirut Angels, Berytech Fund, Middle East venture, B&Y venture et IM Capital.

Ceci dit, le plus remarquable dans cette évolution rapide du secteur reste le développement accéléré d'un réseau de promotion et de médiatisation de l'environnement technologique libanais, avec la mise en place d'un grand nombre d'évènements médiatiques, régionaux et internationaux à une vitesse vertigineuse.

Après le BDL Accelerate, l'un des évènements les plus attendus dans le domaine est Arabnet, une conférence réunissant des milliers de dirigeants d'entreprise, leaders du secteur du marketing et des TIC, et impliquant à la fois des créateurs, des entrepreneurs et des investisseurs pour discuter du secteur numérique et de ses opportunités. D'autres évènements réguliers, mais de plus petite envergure, avaient également lieu, comme Wamda, Startup Megaphone, Stepfeed et Entrepreneurgy.

Des compétitions internationales permettaient enfin aux jeunes start-ups libanaises de bénéficier d'une exposition à l'international, comme le MIT Entreprise Forum Arab Startup Competition, Femme Francophone, Cartier Women's initiative Award, Bader Startup Cup, etc.

## Le rôle des TIC dans la baisse des inégalités et la défense de la diversité culturelle

La convention de l'UNESCO de 2005 sur la protection et promotion de la diversité des expressions culturelles tente de définir un cadre légal reconnu internationalement (car ratifiée par 144 pays) dont le but est d'aider à créer des environnements dans lesquels les artistes et les acteurs culturels, les amateurs et les professionnels de la culture, peuvent créer, produire, partager et distribuer un éventail, le plus large possible, de biens et de services culturels.

Signataire de cette convention, le Liban a tout intérêt à s'inscrire dans son cadre de protection et de soutien aux spécificités culturelles et à collaborer avec d'autres partenaires privilégiés pour promouvoir des politiques coordonnées (bilatérales ou régionales) dont le but est de renforcer la gouvernance de la culture et stimuler les opportunités de développement par l'art et la créativité.

Ceci dit, cet objectif ne peut être atteint que si le pays arrive d'abord à définir, sur le plan national, des politiques et des mesures culturelles qui reflètent l'importance de la créativité dans le processus de développement et qui garantissent qu'une plus grande diversité de biens et services culturels soit accessible à un public de plus en plus large.

Or, dans la période d'après-guerre, les gouvernements successifs n'ont pas réussi à établir un cadre institutionnel, juridique, réglementaire et financier, capable de rendre compte du rôle de la culture dans les stratégies de croissance et de développement local ou national.

Un tel cadre aurait nécessité en effet de mettre en place des structures et des cadres stratégiques reliant les principaux acteurs culturels avec les structures ministérielles, les agences publiques et les autorités territoriales locales concernées. Les municipalités et unions de municipalité [itihad-baladiyat] auraient pu notamment jouer un rôle considérable dans le soutien d'activités et de projets culturels ou créatifs ayant des effets directs sur le développement local.

Certes, certaines initiatives culturelles locales ont déjà prouvé leur impact direct sur l'économie des régions et des localités, mais le Liban manque toujours d'un cadre stratégique incitant, voire imposant aux municipalités de soutenir la régénération par les arts et la culture. Le cas du Liban Nord constitue un exemple de l'impact social et économique direct de la culture et de la créativité sur le développement local, avec notamment les accords de jumelage entre Bsharri et Val d'Isère en 2019 pour la culture et le sport et le Tripoli startup Forum qui a lancé en 2019, sa 4<sup>e</sup> édition. Les initiatives du Tripoli Entrepreneurs Clubs n'ont pas seulement pour but de soutenir les entreprises technologiques du nord pour empêcher les jeunes de quitter la région, mais aussi de stimuler un écosystème innovant pour les startups capables d'attirer les talents venant de Beyrouth et du reste du pays, dans une forme apparentée à l'exode urbain. Ces initiatives sont particulièrement importantes pour l'économie locale dans les zones rurales, comme c'est le cas par exemple pour une startup à Bsharri qui emploie des diplômés venus de Beyrouth, qui s'installent donc dans la région avec leurs familles, louent des appartements et contribuent également à l'économie du village.

Ce modèle peut se révéler vital pour le développement local, notamment dans le cas des activités d'externalisation de services et de processus d'affaires (Business process outsourcing), quand des entreprises libanaises vendant à l'international des services externalisés (de programmation, de codage, ou de centre d'appel, etc.) peuvent très bien se localiser en dehors des grandes villes, si l'infrastructure le permet, dans une stratégie qui rallie la baisse des coûts et le soutien au développement du monde rural.

Ces objectifs font déjà partie de la liste des priorités de l'association BIAT (Business Incubation Association in Tripoli - fondée en 2006) qui opère à Tripoli dans tous les secteurs avec une antenne dans le Akkar ou encore de Booster06, premier accélérateur au nord du pays qui a été lancé en 2018 avec un fonds de 40 millions de USD.

C'est dans le même esprit qu'un nouvel incubateur TIC est attendu dans le Akkar. Il comprend une unité de formation professionnelle interne ainsi que des installations de back-office. Le projet fait partie d'un projet de parc de connaissances de 400 mètres qui sera construit par Netways en collaboration avec la Lebanese Association for Rural Development (LARD), qui vise sur le développement économique de la région du Akkar<sup>22</sup>.

De même, le Premier ministre Saad Hariri et IDAL ont annoncé en février 2018, la création d'un fonds de 48 millions de USD pour soutenir les startups impliquées dans les télécommunications, la programmation et la création de logiciels, avec le support des deux compagnies de télécommunication Alpha et Touch. Une unité de support est spécialement créée pour ce fonds par l'Autorité de développement des investissements au

---

<sup>22</sup>[https://investinLebanon.gov.lb/en/Lebanon\\_at\\_a\\_glance/invest\\_in\\_regions/akkar\\_governorate](https://investinLebanon.gov.lb/en/Lebanon_at_a_glance/invest_in_regions/akkar_governorate)

Liban (IDAL), avec une aide logistique offerte par des compagnies chinoises, dont le but est de fournir des conseils juridiques et des services d'audit financier gratuits aux entreprises émergentes.

Malheureusement, la crise de 2019 a donné le coup d'arrêt à ces projets. Cependant l'intention de décentraliser les activités des startups technologiques et des incubateurs/accélérateurs devra être poursuivie, car sur les 11 incubateurs repérés par IDAL, la majorité se trouve à Beyrouth et dans le Mont-Liban, à l'exception de BIAT et Booster06 au Nord et SouthBic au Sud [IDAL, 2020]. Ce dernier est un centre de développement créé en 2010 et situé à Saïda, dans le bâtiment de la Chambre de commerce, avec deux antennes à Nabatiyeh et à Tyr, offrant des services d'incubation intensive aux start-ups et aux microentreprises et PME existantes.

## Focus sur les jeux vidéo

Au niveau de la région MENA, on compte peu d'entrepreneurs et de start-ups spécialisés dans le jeu, et encore moins ceux qui le font en gagnant la reconnaissance de leurs pairs sur la scène internationale.

C'est le cas notamment de Yayy et de son fondateur Ziad Talge. Yayy est l'une des startups de jeu très prometteuses de Flat6Labs Beirut. C'est un studio de jeux qui se concentre actuellement sur la création de jeux de type « informels » (hyper casual games), catégorie de jeux vidéo sur téléphone mobile, dans le sillage des jeux très populaires de Ketchapp et Voodoo, généralement considérés comme faciles à jouer, simples, minimalistes et gratuits qui connaissent à partir de 2017, un succès mondial important. À cette date, Yayy a déjà développé et commercialisé 7 jeux : *Conquerors of The Realm*, *Unicorn Slayer*, *Zombie Smash*, *Mess it Up!*, *Fun Hoop*, *Domino Hit* et *Domino Stacks*. Le succès de Yayy s'explique principalement par les avantages offerts par l'écosystème dans lequel la start-up opère : un produit moyen par unité considéré comme élevé par rapport à la moyenne régionale (average revenue per unit) et des taux de rétention parmi les plus élevés au monde en termes de base d'utilisateurs.

C'est le cas également de Makerbrain (de Ayssar Arida et de son épouse Sabine de Maussion), qui démarre avec PlayStreets et l'idée d'une conceptualisation de jeux en lien avec Beyrouth, relevant à la fois du divertissement et de l'aménagement urbain au lieu de faire jouer les enfants à des jeux standards (physiques et numériques). D'une maison de poupée à une rue de poupée, voire à une ville de poupées, le jeu permet de collectionner et de conceptualiser des maquettes architecturales ludiques avec des éléments de l'urbain, qu'on met au balcon dans les ruelles de Beyrouth, dans le salon, les ornements et pièces qu'on retrouve dans les appartements libanais, etc.

Donnant lieu à une exposition au Beirut Art Center en 2014, la question qui se pose alors au créateur est de savoir comment commercialiser ces jeux personnalisables, maquettes, lego, constructions en plastiques et surtout comment les exporter ? *Makerbrain* est né comme un jeu voulant concurrencer les grands fabricants de jeux internationaux, offrant un design numérique de jeux et des maquettes qui peuvent aussi être fabriquées en objets physiques, avec des pièces compatibles avec tous les produits (lego, mechano, little-bits, etc.), dans un geste politique qui consiste à décloisonner l'univers du jouet, une sorte d'adaptateur universel qui casse la prédominance de la « brand », la marque, dans l'esprit des enfants et des parents. En levant un fonds d'un million de USD, la start-up offre une plateforme de création et d'échange digitale qui permet aux joueurs/apprenants de construire et de partager, avec effets multiplicateurs (avec les pièces existantes, sans

trop de plastique). Avec les difficultés financières et la crise bancaire de 2019, la firme est obligée de fermer et de déposer le bilan, après avoir remporté de multiples prix comme l'une des start-ups les plus innovantes de la région.

En plus de sa forte dépendance de l'infrastructure technologique, de l'environnement politique et de la stabilité des sources de financements, l'industrie des jeux vidéo ne peut se développer sans les industries créatives annexes, puisque les jeux vidéo à succès nécessitent une forte synergie entre des équipes de développeurs, d'artistes 3D, d'animateurs et de producteurs de musique.

Aussi, l'industrie émergente des jeux vidéo au Liban tente de percer, malgré tous les défis qu'imposent une infrastructure défaillante, un système de financement de plus en plus défectueux et un manque considérable de compétences techniques pointues. Si elle arrive aujourd'hui à survivre malgré tout, c'est principalement grâce à sa forte internationalisation : les compagnies les plus avancées étant celles qui opèrent à partir du Liban, mais qui sont basées (au moins pour une grande partie de leurs activités) à l'extérieur du pays.

## Les principaux acteurs de la scène des jeux vidéo au Liban

L'art numérique s'est étendu pour inclure les laboratoires artistiques sur Internet (browser-based art), la vidéo d'animation en 3D, les œuvres interactives ou celles utilisant la réalité virtuelle, pour finir par avoir des galeries et des musées d'art digital (Mori Building Digital Art Museum).

Sur le marché du jeu lui-même, il existe de nombreux segments distincts, appelés des colonnes (ou des verticaux), ayant chacun sa propre stratégie de pénétration du marché et ses propres canaux marketing. Ainsi, certains studios se concentreraient principalement sur les jeux PC, d'autres se spécialisent dans les consoles ou les applications mobiles. Les sociétés libanaises se focalisent sur ces dernières qui semblent le mieux se prêter à la structure des investissements : commencer petit, raccourcir le temps de production et commercialiser plusieurs jeux à la fois. Il semble en effet que cette stratégie est celle qui convient le mieux aux tendances conservatrices des investisseurs qui préfèrent investir peu par jeu et investir sur les studios qui promettent plusieurs jeux simultanément, et ce dans une politique traditionnelle de diversification des risques. Ceci dit, un certain nombre d'entreprises libanaises ont déjà une avance confirmée dans les grands jeux (big games) à réalité augmentée et réalité virtuelle (AR/VR), comme c'est le cas par exemple de *Gamecooks* qui remporte en 2019 le concours du Dubaï Future Accelerator (500,000 dirhams) face à une centaine de compétiteurs internationaux, dont l'objet était le design d'une visite en VR du Burj Khalifah.

Par ailleurs, la scène musicale Indie s'est développée rapidement à partir de 2010, avec la démocratisation des outils de développement et de publication (plateforme Steam) notamment pour les applications mobiles. Ceci dit, la phase de commercialisation reste la plus difficile, puisque les développeurs ne connaissent pas nécessairement les méthodes les plus efficaces pour diffuser et promouvoir leurs jeux sur le marché. Autrement dit, si publier un jeu est à la portée de beaucoup, très peu savent le diffuser. Ainsi, les collaborations avec des entreprises internationales semblent être la meilleure stratégie de commercialisation.

Aussi, entre 2008 et 2012, les activités de jeux vidéo étaient bien lancées au Liban, grâce à des financements institutionnels capital-venture provenant de fonds comme Middle East Venture Partners (MEVP), Berytech ou encore Resource Group Holding.

Fondée en 2008, Fovea est une entreprise du Beirut Creative Cluster qui commercialise, entre autres, les jeux Wordquest et Triominos en collaboration avec Goliath. Wixel Studio fondé en 2008 choisit également un partenariat avec Cologne Game Lab, gagnant de prix internationaux. Gamecooks est une entreprise qui a déjà commercialisé une quinzaine de jeux, sur téléphone mobile et sur PC, utilisant notamment les avancements en AR/VR. Avec ses 30 employés, Gamecooks choisit une stratégie d'internationalisation avec des studios entre le Liban et les Etats-Unis, lui assurant plus de 30,000 utilisateurs actifs par jour. Une autre stratégie serait de se spécialiser dans des jeux ayant un design, un contenu visuel et un langage customisés pour les marchés arabes, comme c'est le cas de Falafel, dont 50% des ventes sont localisées en Arabie saoudite.

En 2011, le studio Falafel Games enregistre des succès considérables avec son modèle de jeux gratuits, générant des revenus par la publicité et les achats supplémentaires intégrés dans l'application avec des services payants. C'est bien entendu le modèle le plus répandu et le plus difficile, puisque les joueurs sont désormais habitués à l'abondance des jeux ouverts et gratuits. Avec des ventes quotidiennes de presque 0.5 USD par utilisateur actif en moyenne, et avec 10,000 utilisateurs en moyenne par jour<sup>23</sup>, le modèle de Falafel Games assure des revenus de l'ordre de 150,000 USD par mois, ce qui lui a permis d'attirer des investissements supplémentaires de 2.6 millions de USD en 2017 de MEVP et de iSME Holdings.

Entre 2012 et 2016, l'industrie naissante va attirer un grand nombre de talents (de nouveaux diplômés, des fans et des enthousiastes). Elle attire également un grand nombre d'investisseurs individuels et de *business angels*, qui reste difficile à déterminer, mais dont la contribution est cruciale pour le développement du secteur. En 2016, il semblait que l'industrie avait atteint une taille critique qui invite à former des clusters innovants et des initiatives d'agrégation pour consolider le secteur émergent.

Morage Games est une société libanaise fondée en 2016 visant à rassembler la communauté locale du jeu au Liban, communauté assez fragmentée et souffrant d'un manque de collaborations et d'événements médiatiques intégrateurs. Elle promet aux développeurs de jeux informatiques et mobiles locaux qui ne sont pas affiliés aux studios, de commercialiser leurs jeux. Arab Arcade est une société qui organise des événements réguliers pour mettre en relation les développeurs libanais et arabes, offrant une plus grande visibilité au secteur. Cette initiative a conduit à la participation du Liban au Global Game Jam en 2016 (une compétition mondiale qui consiste à créer un jeu en 48 heures). En 2017, Arab Arcade organisa la première Beirut Games Festival réunissant les développeurs professionnels et les amateurs, ou encore les *Fuck-up nights*, soirées réunissant les différents acteurs pour apprendre des erreurs les plus répandues. Morage Games offre également des services d'incubateur et d'accélérateur (en partenariat avec Speed@BDD) en acquérant des parts dans des start-ups sélectionnées, comme c'est le cas de VanAhmar et de Groovy Antoid.

Blitz est une plateforme permettant de regrouper la communauté de joueurs afin de contribuer au crowdfunding ou pour en bénéficier et participer à des compétitions. Enfin, une autre tentative d'agrégation est entreprise par Rawa.TV. Avec un financement de 160,000 euros de F&F Accelerator en 2018 et de 450,000 USD (VC, Angels) en 2019, Rawa offre un service de streaming en direct destiné aux joueurs arabes. Plus précisément, Rawa est spécialisée dans la promotion et la distribution de contenu de jeu arabe, devenant l'acteur privilégié de ce domaine, regroupant les parties prenantes de la communauté arabe du jeu (joueurs, influenceurs, streamers, critiques, etc.) sur une seule plateforme.

---

<sup>23</sup><https://www.executive-magazine.com/entrepreneurship/bolstering-Lebanons-game-development>

Par ailleurs, cette même tendance à la clustérisation et à l'agrégation se rencontre également dans les activités proches des nouveaux médias. Mobilonia, une entreprise qui commercialise Appdater, et Limelines sont des programmations libanaises visant à filtrer et customiser l'information et l'actualité à l'aide de l'intelligence artificielle, personnalisant le flux des nouvelles en fonction de l'intérêt de l'utilisateur (des options d'actualités flash, des articles tendances, des actualités personnalisées en fonction de leurs intérêts ou leurs segments préférés, etc.). De même, Personafier est une start-up qui procède de la même volonté d'agrégation, offrant des informations en temps réel obtenues de la part de personnes réelles sur les réseaux sociaux, notamment Instagram. VideoWat est également une plateforme vidéo qui offre une catégorisation et une agrégation des vidéos (par genre, par trends, etc.).

A l'instar de HOW MAD, start-up qui permet de clustériser des artistes et musiciens libanais, Limelines et Mobilonia fonctionnent comme des outils d'agrégation qui permettent de regrouper un ensemble de producteurs pour assurer une offre plus diversifiée et plus coordonnée. De même Visionarity est une plateforme qui réunit les musiciens et les artistes en partant de leurs préférences et à l'aide d'un système d'intelligence artificielle (IA).

Fondé en 2017 en partenariat avec ArabNet, Flat6Labs Beirut lance un premier cycle de financements et de développement de start-ups technologiques dont un grand nombre est spécialisé en jeu. En 2018, Flat6Labs Beirut célèbre le lancement de 10 start-ups à l'ArabNet Beirut 2018, dont certaines sont spécialisées en finance ou en 3D-printing, et d'autres dans les jeux comme Lululittle (fondée par Joanna Khoury) qui commercialise des histoires personnalisées pour les enfants du type « aventures dont vous êtes le héros », ou encore Spica Tech (fondée par Reine Abbas, co-fondatrice de Wixel) qui, avec le soutien de Christine Vanilian, est une académie en ligne pour enfants, offrant des cours de production et de publication des jeux vidéo multilingues (codage, art et production de jeux numériques) dès l'âge de 5 ans.

En février 2019, ArabNet Beirut fêtait sa 10e édition, regroupant plus de 3,000 représentants de corporations et des centaines d'intervenants. Sur le répertoire de ArabNet, nous avons pu compter 328 start-ups libanaises, dont 36 spécialisées en production de software, 14 en production de contenus et 78 en développement d'applications mobiles. Parmi ces 328 start-ups, nous avons pu compter au moins 5 spécialisées en jeux vidéo : Rawa, Groovy Antoid, Blitz, Harmony, Charbaka. A l'instar de la quasi-totalité des entreprises du secteur, ces start-ups emploient moins de 10 salariés (Gamecooks avec ses 30 salariés constitue l'exception), le modèle dominant étant celui d'une firme composée de 7 ou 8 personnes, fondateurs inclus.

## Défis pré et post-crise de la création de jeux vidéo

À la suite de la crise de 2019, un certain nombre de ces entreprises sont aujourd'hui incapables d'honorer leurs engagements en devises pour payer leurs serveurs ou le marketing digital. Par ailleurs, il est difficile de faire la part entre les entreprises qui souffrent temporairement d'une suspension de leurs sites web, et celles qui ont déjà fait faillite et déposé le bilan.

Charbaka est un jeu multi-joueurs de langue arabe, qui s'appuie sur la manipulation de mots en arabe, mais dont le site n'existe plus. Il en est de même pour Harmony, une école ludique de musique en ligne avec des jeux musicaux.

Malgré l'essor des jeux vidéo au cours de la dernière décennie, il n'existe pas encore en amont, de formations universitaires spécialisées dans les jeux (ni programmation, ni design) et en aval, le secteur souffre d'absence de programmes spécifiques pour le financement et la commercialisation.

Ainsi, les formations en Game design (Université libanaise), en animation 3D ou encore en humanité digitale (Université de Balamand) sont réservées au niveau Master, et il nous est impossible d'identifier la moindre formation spécifique au niveau Licence dans tout le pays. Les diplômés ont donc généralement des connaissances techniques éparses cumulées de plusieurs cours et compensent le manque de formations spécifiques par l'auto-apprentissage et le partage de compétences. Des exceptions à la règle existent : S E Factory, lancée en 2016 par Zeina Saab et Fadi Bizri, dont le but est de sélectionner des enfants de régions défavorisées pour les former au métier de codeur ; l'académie Spica Tech spécialisée dans la formation des jeunes (dès l'âge de 5 ans) au développement des jeux ; ou la plateforme Moubarmij, une start-up libanaise fondée en 2010 qui enseigne la programmation en langue arabe.

Parmi les différents programmes offrant des formations gratuites pour les enfants et les jeunes en programmation de logiciels (comme l'académie de Beirut Digital District-BDD qui collabore avec Code.org), un certain nombre d'initiatives se concentre dans la région du Nord, comme Codi, centre de formation visant à développer les compétences numériques et techniques des jeunes défavorisés au Liban (programmation et développement Web), ou le Front-End Web Development Boot Camp, offrant une formation de codage gratuite de 5 mois, pour les jeunes du Nord uniquement.

Même si ces initiatives ne rentrent pas dans le domaine créatif au sens strict du terme, elles aident cependant les jeunes à trouver du travail dans un secteur émergent où le Liban semble bien positionné (écriture des codes pour entreprises internationales).

En règle générale, le marché du travail souffre d'un manque d'expertise, notamment pour les compétences de pointe. Parmi les défis les plus importants rencontrés par son entreprise, Ayssar Arida cite par exemple le manque de professionnalisme des ingénieurs et programmeurs libanais, le manque de matériaux spécifiques à son activité de production de jouets en plastique comme le propylène ou le ABS (qualité chimique permettant de prédire la résistance), ainsi que le manque de précision dans le travail des sous-traitants libanais. En outre, la plupart des écoles et des formations existantes forment des programmeurs et des codeurs de programmes pour le commerce, mais n'offrent pas de formations innovantes et créatives.

À cela s'ajoute le rôle défaillant des accélérateurs et incubateurs qui, selon un grand nombre d'entrepreneurs, n'ont pas réussi le défi de la régionalisation du secteur, ni de la création de niches viables. Aussi, les activités de coaching et de développement des capacités sont souvent perçues par les entrepreneurs libanais comme du gaspillage de fonds et de temps (à l'instar des multiples formations sur des thématiques que la plupart des créatifs libanais comprennent déjà, montrant comment opérer dans un monde globalisé, comment exporter, comment commercialiser, etc.). Ceci dit, ces formations et événements (comme les formations données par Babson et Boston College) ont néanmoins réussi à attirer l'attention des accélérateurs internationaux et de certains investisseurs sur le Liban.

Cependant, l'écosystème libanais semble ne pas encore avoir intégré le modèle de financement des start-ups, malgré les efforts institutionnels fournis : la start-up est une idée innovante qui a besoin d'un capital-risque pour tester dans les plus brefs délais (et voir ensuite si on abandonne ou si on agrandit). Le temps généralement

nécessaire est de 3 mois pour lever les fonds (seed money), or au Liban cette opération prend généralement un an (8 mois au moins d'après nos interlocuteurs). Néanmoins, une start-up a besoin de bouger vite non seulement parce qu'il lui faut devancer tout compétiteur éventuel, mais surtout parce que les fondateurs ne sont pas payés dans les premiers temps et doivent parfois compter sur leur épargne personnelle pour survivre pendant le lancement du projet. L'expérience de Makerbrain est instructive à cet égard. Fondée en 2016, l'entreprise réussit en juillet 2017 à signer les papiers avec 7 investisseurs différents. À cause de la circulaire 331, l'argent n'est reçu que 13 mois après, soit en août 2018, 7 mois ayant été nécessaires pour obtenir la signature de la BDL, car il faut attendre que tous les investisseurs versent l'argent pour que le projet démarre.

Aujourd'hui avec l'enlisement du pays dans la crise financière, il est possible d'affirmer que cet écosystème n'existe plus, ou du moins que ce qui en reste ne fonctionne plus. De toute manière, il faut malheureusement constater qu'il n'a jamais été véritablement adapté et son efficacité n'a pas été prouvée.

## Focus sur le streaming musical

Le streaming est aujourd'hui au cœur de l'industrie de la musique arabe. Tous les acteurs de cette industrie soulignent son exceptionnelle vitalité partout à travers le monde. En 2017, le streaming est devenu la principale source de revenus de l'industrie de la musique, devant les ventes physiques, les concerts ou les droits de synchronisation. Au premier semestre 2017, les ventes de service de streaming ont généré 4 milliards de dollars [Friedlander, 2017], dépassant les bénéfices globaux du marché de la musique aux États-Unis. En 2018, le marché du streaming musical [Christman, 2017] a enregistré le niveau le plus élevé de consommation de musique depuis 1990, année d'or de la vente de disques compacts, avec des revenus ayant augmenté de 34% et ceux générés des abonnements de 32.9%. Il reste que la musique numérique nécessite des capitaux importants pour son développement, en particulier pour ses algorithmes de ciblage et de marketing, ses infrastructures de gestion et de stockage et ses investissements dans des startups innovantes.

Dans la région MENA, les investissements ont dépassé **893 millions de dollars** avec une augmentation de 31% par rapport aux 679 millions de dollars investis en 2017 [Magnitt, 2020]. La structure de ces fonds fait de la FinTech, le premier secteur en 2018 (12% des transactions de l'année), suivie de près par le e-commerce avec 11%, et ce en dehors du financement de l'application Careem (transport et livraison) représentant 28% des fonds avec une valeur injectée de 200 millions de USD. Les Émirats arabes unis sont la première destination de ces fonds, représentant ainsi 30% de toutes les transactions et 70% du montant total du financement. Par ailleurs, 30% des entités qui ont investi dans des startups basées dans la région MENA, sont internationales. D'autre part, la création du premier fonds de capital-risque égyptien axé sur l'investissement dans les technologies de l'information, les 100 millions de dollars destinés aux start-ups dans le fonds Al Waha, basé à Bahreïn et la loi sur les start-ups en Tunisie, donnent un élan sans précédent au secteur régional du capital-investissement.

Avec ces niveaux d'investissement et le lancement continu de nouvelles entreprises, la scène est effervescente. Dans ce contexte, l'industrie de la musique dans la région jouit d'une période de croissance, mais subit tout autant les turbulences que l'économie peut connaître. Elle compte aujourd'hui bon nombre d'entreprises bien installées et à l'avenir prometteur. Ces acteurs disposent de deux atouts : le taux de pénétration du smartphone d'abord, support privilégié pour diffuser de la musique, et la jeunesse de la population ensuite. L'âge médian dans la région étant de 23 ans (âge jusqu'auquel l'écoute quotidienne de musique est la plus importante), cela crée une dynamique vertueuse entre le support du streaming et l'âge de son cœur de cible. Pour ces jeunes,

l'option de visionnage la plus populaire est le smartphone, 34% du temps quotidien y étant consacré en 2017 (pourcentage en hausse depuis cette date).

Au cours des trois dernières années, l'industrie de la musique dans le monde arabe est bouleversée par l'entrée de nouveaux acteurs locaux (comme Anghami) et internationaux (comme YouTube). Qui sont donc les mastodontes de ce marché, et quels nouveaux entrants risquent d'y changer la donne ?

## 1 | YouTube

YouTube est devenu l'une des applications les plus populaires au monde et compte actuellement 2 milliards d'utilisateurs actifs par mois. Avec actuellement un nombre total d'utilisateurs d'Internet dans le monde estimé à 4.4 milliards, cela signifierait que les utilisateurs de YouTube représentent 45% de la population mondiale en ligne<sup>24</sup>. En février 2020 et 14 ans après son acquisition, Google a révélé le montant des revenus publicitaires de YouTube pour 2019 qui ont atteint 15 milliards de dollars.

Dans le monde arabe, plus de 60% des utilisateurs de YouTube appartiennent aux générations Y et Z. Si l'Arabie saoudite est le plus grand utilisateur de YouTube par habitant au monde, l'Égypte n'est pas sans reste : 77% de ses jeunes regardent YouTube chaque jour, plus que toute autre plateforme (télévision comprise).

Exemple : fondée, écrite et dirigée par Ismail Youssef, un jeune créateur et producteur palestinien, *Super Soma* est une des chaînes les plus populaires de la région. Équivalent palestinien de la fiction sud-coréenne *Super Kid*, Soma est un petit personnage qui aide à résoudre les problèmes quotidiens de ses amis en particulier. Cette chaîne compte 2.1 millions d'abonnés et un peu moins de 9 millions de vues et a récemment remporté le Golden Shield, considéré comme l'un des prix YouTube les plus importants au monde.

## 2 | Anghami

Anghami, qui signifie en arabe « ma musique favorite », est un des piliers du streaming du monde arabe. Peu d'entreprises technologiques ont eu autant d'impact culturel local que Anghami. Plateforme fondée en 2011, à Beyrouth, par deux Libanais, Elie Habib et Eddy Maroun, la société a introduit avec succès la notion de service musical légal dans une région qui continue d'être en proie au piratage de la musique. 78 millions de personnes ont utilisé Anghami jusqu'à présent. Sur ces 78 millions d'utilisateurs, environ 18% ne viennent probablement pas du Moyen-Orient. Par ailleurs, la société a obtenu des licences pour une grande partie de la musique arabe dans le monde entier. En ce qui concerne les services de musique, les revenus proviennent de deux sources : les opérateurs mobiles et le million d'abonnés payants, (chiffre que communique Anghami pour la première fois). Cette société a su se construire et se développer grâce à plusieurs avantages compétitifs qu'elle cumule :

- **Avantage du leader d'un marché du mobile émergent** : être mobile d'abord sur un marché émergent signifie qu'un utilisateur devrait pouvoir acheter un abonnement via un opérateur mobile où qu'il se trouve; Anghami fonctionne sur 29 réseaux mobiles dans la région MENA, offrant un abonnement quotidien, hebdomadaire ou mensuel.
- **Adaptation aux conditions locales** : Anghami fonctionne sur n'importe quel navigateur et sur les appareils mobiles bas de gamme. Son application s'adapte aux réseaux mobiles de mauvaise qualité dont souffre la région MENA ; de la musique même en 2G.

<sup>24</sup><https://www.statista.com/statistics/491387/gender-distribution-of-internet-users-region/>

- **Tarification flexible** : Anghami offre plusieurs niveaux de tarification sur mobile pouvant aller, avec certains réseaux, jusqu'à 1 USD / mois. L'exemple de l'Égypte montre comment cette société a relevé le défi que constituent les utilisateurs qui ne sont pas prêts à passer directement du piratage au service payant. Pour un demi-dollar, ils ont un service premium, et pour 2.5 USD, un service premium différent.
- **Bibliothèque et production de contenu** de plus de 300,000 vidéoclips de stars et d'artistes locaux, raison pour laquelle l'entreprise considère YouTube comme étant en quelque sorte un concurrent plus important que Spotify ou Deezer dans la région MENA.
- **Disponibilité des services en forte demande**, tel que le service des paroles (lyrics) disponible sur internet pour plus de 2.5 millions de chansons en arabe et autres langues, l'intégration de l'application Siri et d'autres développements et offres en cours.

Pour autant, la pression de la concurrence sur Anghami et ses besoins en financement montent en flèche. Après la perte de son contrat avec Rotana, qui comprend plus de 100 des artistes du hit-parade arabe avec des accords d'exclusivité, et après avoir cherché à entrer en bourse (offre publique initiale), les propriétaires d'Anghami annoncent en février 2020 avoir signé avec JP Morgan Chase pour lever des capitaux destinés à une future expansion. Un article de Bloomberg rapporte que Anghami pourrait être évaluée à 400 millions de dollars si un accord est conclu et si certaines conditions sont remplies<sup>25</sup>. Entretemps, Anghami continue de faire face aux défis de l'arrivée sur le marché, de grands acteurs internationaux du streaming, dont Deezer, Spotify et TikTok.

### 3 | Deezer

Deezer, la plateforme de streaming musical dont les principaux actionnaires sont le magnat français Xavier Niel, la société de télécommunications Orange et les principaux groupes de musique internationaux, arrive en force à Beyrouth pour annoncer le lancement de sa plateforme de streaming musical dans la région. En 2018, Deezer a signé un accord avec la Kingdom Holding Company du prince libano-saoudien al-Walid Ben Talal. Ce fonds, qui détient déjà des parts dans Twitter, Snap, Lyft ou Careem, a injecté 160 millions d'euros (182.6 millions de dollars) dans cette société française et a financé une partie au moins de la transaction avec Rotana (le montant total restant confidentiel). L'accord de Rotana et Deezer accorde à ce dernier le droit exclusif à long terme, de distribuer, dans toute la région, le contenu audio et vidéo numérique arabe de la Rotana. En décembre 2019, Deezer signe son premier accord exclusif avec STC en Arabie saoudite, un des puissants opérateurs télécoms de la région, après son association avec plus de 45 opérateurs dans le monde. En effet, inclure l'offre d'abonnement dans le forfait téléphonique constitue un avantage important de la facturation et un complément aux cartes de crédit.

Le PDG de Deezer a déclaré que « [cet accord] nous donne la clef du marché arabe, car le label saoudien est l'acteur le plus important de la région et le meilleur partenaire possible. Les titres arabes plairont à la diaspora dans les pays où nous sommes présents, comme la France et le Brésil ».

### 4 | Spotify

Spotify a été lancé dans 13 pays du Moyen-Orient et d'Afrique du Nord en novembre 2018, offrant des services gratuits et premium conçus pour les auditeurs de la région. Le service coûte environ la moitié des 9.99 USD d'abonnement que facture Spotify aux États-Unis. Le partenariat entre la plus grande plateforme de streaming VOD dans la région, Shahid et Spotify permettra l'émergence de l'offre la plus diversifiée de la

<sup>25</sup><https://www.musicbusinessworldwide.com/is-anghami-set-to-sell-or-raise-capital-at-400m-valuation/>

région. À noter qu'à compter du 1er mars 2020, les abonnés VIP de Shahid reçoivent six mois de Spotify Premium sans frais supplémentaires sur tous les marchés de la région MENA où Spotify est actuellement disponible.

## 5 | TikTok

Entreprise de la société technologique chinoise ByteDance, lancée il y a deux ans au sein d'une industrie de 10 ans plus ancienne, la société TikTok évolue très vite en termes d'utilisateurs, avec des équipes basées uniquement à Los Angeles, Londres et Dubaï. Dans le contexte de concurrence féroce au sein de ce secteur, il est à noter que le responsable de la vidéo et de la création chez TikTok MENA, Rami Zeidan, qui a rejoint l'entreprise en novembre 2019, était vice-président en charge des partenariats et projets spéciaux chez Anghami.

Aujourd'hui, les applications de streaming en ligne dans le monde arabe sont en course pour augmenter leur part de marché et le nombre de leurs abonnés payants, avoir des bibliothèques de musique et créer leur propre société de production avec des artistes locaux, exigeant souvent l'exclusivité. Elles sont aussi en course pour conclure des accords avec les grands opérateurs de Telecom pour des offres groupées qui leur donnent accès à de grandes bases d'abonnés sans avoir à passer par la facturation.

Avec ces bouleversements, certains analystes considèrent que les nouveaux partenariats de Deezer et Spotify, vont signer l'arrêt de mort de Anghami ou au moins, son entrée en coma financier. D'autres considèrent que Deezer a parié sur le mauvais cheval pour deux raisons. La première est que le groupe Rotana a gagné sa réputation dans les années 1990 et ses artistes représentent moins de 10% du milliard de titres joués par mois sur la plateforme Anghami. Et la seconde, plus dangereuse, est que l'alliance Deezer-Rotana, reste la concurrence de YouTube. Selon Pierre France, chercheur à l'IFPO et spécialiste de la musique arabe « *beaucoup de jeunes artistes de la région sont davantage accessibles sur YouTube que sur les plates-formes musicales* ».

Quant à l'impact du confinement sur le streaming musical, il a plutôt été positif. On assiste à une augmentation de 20% du nombre d'utilisateurs qui écoutent de la musique à partir de leurs postes de travail et de 30% du nombre de ceux qui écoutent de la musique à la télévision, ce qui contredit la tendance actuelle d'accéder à la musique via les téléphones et les appareils mobiles. Il en va de même pour la production de contenu : au cours des derniers mois dans la région MENA, on assiste à une augmentation de 50% des chansons de « remix » arabes et une augmentation de 60% des chansons dites de « couvertures », les artistes confinés à domicile reproduisant leur contenu.

Ces turbulences viennent s'ajouter à un démarrage difficile et une mauvaise gestion des opérations des nouveaux entrants. Ils sont arrivés précipitamment sur le marché du streaming régional avec des budgets importants et gèrent leurs opérations avec des petites équipes de professionnels, dont une partie est en charge également de la zone Afrique. Par exemple, YouTube a seulement une petite équipe à Dubaï qui ne s'occupe que d'iTunes. Chez Deezer, Spotify ou encore Warner, et un ou deux ans après leur entrée sur le marché, les procédures de recrutement sont encore souvent erratiques avec un taux de rotation élevé et des équipes de professionnels qui ont mis du temps à se constituer.

Un aperçu rapide du marché du streaming de vidéo-sur-demande (VOD) confirme la similarité de sa dynamique de marché avec celle de la musique.

## Le streaming de VOD

Pendant la majeure partie de la dernière décennie, les radiodiffuseurs du monde entier ont vu leurs chiffres fondre avec l'attrait universel pour Netflix et Amazon Prime. Ces dernières années, ces radiodiffuseurs et opérateurs de télécommunications ont donc changé leurs modèles traditionnels pour reconquérir leur public, en créant des sociétés de production avec des studios et équipements de pointe, en investissant dans la technologie des plateformes et en pariant sur l'adaptation du contenu aux cultures locales.

Les bouleversements décrits dans le secteur du streaming musical se produisent aussi dans le secteur de la vidéo à la demande (VOD) dans la région. À la mi-janvier 2019, MBC Group, propriété saoudienne, du plus grand radiodiffuseur gratuit du Moyen-Orient a lancé le service de streaming Shahid SVOD et Shahid VIP, et s'est associé à Disney et Fox pour offrir près de 3,000 heures de divertissement familial. Il a été suivi plus tard par Spotify. En mai 2020, MBC a conclu un accord de partenariat avec SRC, premier opérateur mobile en Arabie saoudite. Selon MBC, Shahid VIP est alors passé de 100,000 abonnés en janvier à 1.4 millions de clients payants.

Guy Bisson, directeur de la recherche d'Ampère Analysis déclare : « C'est un taux de croissance phénoménal... même si les chiffres de MBC étaient artificiellement gonflés par la période d'essai gratuite de la plateforme ». Même si le nombre réel d'abonnés de Shahid VIP est actuellement plus proche du million de USD, il s'agit d'une base décente pour concurrencer Netflix dans la région.

Par rapport à Netflix, Shahid VIP se démarque principalement par la part de contenu local : 42%, alors que la part de contenu arabe sur Netflix dans la région n'est que de 1% en Égypte et de 1% en Arabie saoudite, selon les données d'Ampere Data. Le contenu hollywoodien représente 29% de l'offre de Shahid VIP en Égypte et aux Émirats arabes unis, et 24% en Arabie saoudite. La majeure partie de cette programmation comprend plus de 3,000 heures du catalogue arrière de Disney et de Fox et une chaîne Cartoon Network qui marque le dernier ajout à la programmation de Shahid. Le contenu hollywoodien sur Netflix en Égypte, aux Émirats arabes unis et en Arabie saoudite représente 49% de l'offre totale.

Entretemps et en parallèle, le concurrent Starzplay a conclu, en avril 2020, un accord avec Warner Bros, et les acteurs internationaux sont en cours de recherche d'exclusivité et de partenariats.

Pour les grands acteurs internationaux du streaming, les pays MENA restent secondaires ; en effet, ils sont dans la course pour sortir des pays où le streaming est déjà bien installé et s'orienter vers les pays émergents comme l'Inde ou les pays d'Afrique. Et si le streaming a atteint la région, celle-ci n'est pas son cœur de cible.

## État des lieux du streaming musical au Liban

Le streaming ayant résolu le problème de l'étroitesse du marché dont souffrait l'industrie libanaise de la musique, la question qui se pose aujourd'hui est double. Premièrement, de quels avantages compétitifs au niveau régional, cette industrie libanaise pourrait bénéficier face aux difficultés actuelles et à la concurrence ? Deuxièmement, quel chemin lui reste-t-il à parcourir pour faire émerger cet écosystème prometteur ?

La capacité d'un pays à trouver et créer des solutions innovantes et durables dépend en premier lieu de la formation qu'il offre aux acteurs des industries qu'il veut stimuler. L'offre de formation universitaire en musique au Liban est diversifiée, mais ne fournit pas nécessairement un accès aux nouvelles technologies et à la synergie trans-sectorielle active dans le monde des arts.

En plus du Conservatoire national, qui détient l'exclusivité d'octroi de doctorat en musique, et de l'université libanaise, 6 autres universités privées offrent des diplômes en musique. Les écoles et académies de musique au Liban varient en taille, en objectifs et en désignations.

Avec une éducation et une culture qui se tournent de plus en plus vers l'anglais que vers le français, une partie de la musique dite « underground » au Liban est en anglais. Des groupes comme The Wanton Bishops et Who Killed Bruce Lee ont connu un succès relatif avec leurs chansons en anglais. Les générations Y et Z qui ont grandi sous l'influence occidentale, tendent vers la musique dite « fusion ». Des groupes comme Mashrou' Leila ont réussi en intégrant dans leur musique, ces influences musicales et leur culture natale pour exprimer les tourments de la jeunesse libanaise.

Le rôle du Conservatoire dans le domaine de l'éducation musicale et de la promotion de la culture dans la société libanaise, a été d'une grande importance depuis sa création dans les années 1920. C'est également un centre national d'archives et de recherche sur la musique. En 1999, l'Orchestre Symphonique national du Liban a été créé et en 2010, il a été rebaptisé Orchestre philharmonique du Liban. En juillet 2000, c'est au tour de l'Orchestre national libanais de musique orientale arabe de voir le jour ainsi que plusieurs ensembles musicaux pour étudiants. Des ensembles de musique occidentale, un ensemble oriental arabe et le jazz big band ont suivi. Le Conservatoire présente annuellement plus de 70 concerts, orchestres et ensembles<sup>26</sup>.

Avec ses quinze succursales couvrant toutes les régions libanaises, il continue de recevoir des demandes d'ouverture de nouvelles succursales dans des petites villes et les villages (Qib Elias, Hammana et Hasbaya entre autres) et à subir des pressions politiques pour le faire.

Le 20 décembre 2019, l'ambassadeur de Chine au Liban, Wang Kejian et des responsables libanais ont posé la première pierre d'un nouveau projet, le siège de l'Institut national supérieur de musique libanais, dont le gouvernement chinois finance la construction dans la région de « Dbayeh », au Nord de Beyrouth, avec un don de 62 millions de dollars.

## Le rôle des syndicats

On entend rarement parler des réalisations des syndicats artistiques au Liban, quelles que soient leurs fonctions et missions. Et les scandales ne manquent pas. Créé en 1993, le Syndicat des artistes professionnels comprend 7 secteurs : Acteur (théâtre, réalisation de films et de radio), Musique (chant, jeu, récitation et composition), Production, Écriture (dramatique et poésie chantée), Danse (classique et folklorique), Cinématographie et Techniciens de ces secteurs.

---

<sup>26</sup><https://www.conservatory.gov.lb/history>

En octobre 2016, les professionnels de la musique changent le nom du « Syndicat des musiciens professionnels » fondé en 1950 pour le rebaptiser « Syndicat des Professionnels de la musique et du chant au Liban ». Le président Marwan Khoury, producteur, chanteur et compositeur, explique l'objectif de ce changement, à savoir « de distinguer les travailleurs du domaine artistique en général de celui de la musique, pour une homogénéité entre les membres de tout syndicat et la nécessité de garantir les droits des professionnels de la musique et du chant ».

Le Syndicat des Artistes professionnels du Liban a officiellement demandé à la Sûreté générale libanaise de faire strictement appliquer la loi qui concerne « certains » artistes étrangers résidant au Liban en leur imposant le paiement de cotisations financières, dont celles dues à l'Union des Artistes professionnels. En effet, les cafés, bars, boîtes de nuit et les restaurants au Liban étant distingués en fonction de leur classification touristique<sup>27</sup>, la valeur des charges dues à l'État en dépend. Par exemple, le propriétaire d'un café ou club de deux étoiles doit payer une moyenne de 163 USD par mois à l'État, qui est reversée à l'Union des syndicats. Cette taxe atteint vite 1,100 USD par mois indépendamment de la nationalité des artistes et musiciens concernés. D'après le syndicat, l'exode syrien a exacerbé la crise des musiciens libanais, la majorité des musiciens syriens n'ayant pas de permis de séjour en règle, ils ne versent pas les charges dues aux autorités pour les concerts dans les lieux publics. Les organisateurs, producteurs et restaurateurs du pays assurent du contraire, et affirment : « La musique n'a pas d'identité ».

## Le positionnement des artistes et musiciens libanais par rapport au streaming

Dans la conscience collective des consommateurs arabes, le piratage de la musique n'est pas vraiment un crime et la musique est gratuite sinon bon marché. Même les artistes de ces pays en sont devenus convaincus. Ils reportent donc leur attention sur les « concerts live » plus profitables pour eux, et qui n'ont plus pour objectif de promouvoir la vente de leurs produits dans les tournées artistiques comme du temps des CD, mais de recevoir des cachets de plus en plus élevés pour compenser le manque à gagner dû au streaming.

Dans l'écosystème du streaming, les artistes sont majoritairement liés aux grandes sociétés présentes sur le marché arabophone par un contrat d'exclusivité, avec une moyenne des recettes de diffusion de 7%. À part les grandes stars, qui peuvent à partir d'un certain niveau de renommée et donc de rentabilité, imposer leurs conditions, rares sont les artistes satisfaits.

Dernier exemple en date, le caractère exclusif du contrat Deezer-Rotana qui fait grincer des dents chez les artistes de ce dernier ; ils n'auraient pas été prévenus de l'exclusivité et certains refusent que leur travail soit retiré des autres plateformes d'écoute.

D'un point de vue juridique, Pierre Khoury, avocat spécialiste de la propriété intellectuelle, explique : « Tout dépend du type de clauses d'exclusivité que les chanteurs ont signé avec Rotana, mais si celles-ci concernent l'intégralité de leurs droits, la maison de disque a alors toute légitimité de demander à YouTube ou à d'autres plateformes l'arrêt de leur mise à disponibilité ».

<sup>27</sup>1, 2, 3 ou 4 étoiles selon des conditions spécifiques publiées sur le site du ministère de la culture

En octobre, la chanteuse libanaise Éliisa a tapé du poing sur la table après que certains de ses titres aient été retirés de YouTube. Dans un tweet incendiaire, elle s'en prend à Rotana et à Deezer, et va jusqu'à affirmer qu'elle est prête à rompre son contrat avec le label si ses clips ne sont pas remis illico presto sur YouTube (il semble qu'elle n'ait toujours pas obtenu gain de cause).

## Contraintes et défis de la chanson libanaise

### 1 | Les coûts de production

Les variations de coût de production d'une chanson au Liban dépendent d'un certain nombre de critères tels que la renommée des intervenants et le succès de leurs œuvres précédentes.

- Le parolier donne à la société de production le droit d'exploitation contre un prix variant entre 2,000 et 5,000 USD par chanson ;
- Les compositeurs sont payés entre 3,000 et 10,000 USD par mélodie ;
- Les musiciens entre 2,000 et 7,000 USD selon le temps qu'il leur faut pour jouer la chanson. Pour les grandes œuvres à dimension régionale, les musiciens touchent des salaires qui commencent à 1,000 USD et qui peuvent atteindre 20,000, surtout s'il s'agit de musiciens étrangers ;
- Le coût d'un enregistrement exécuté par un studio professionnel s'élève à 150 USD par heure d'enregistrement, plus le coût de la maîtrise du son qui ne dépasse pas 250 USD par chanson.

### 2 | Le piratage

Les anciens acteurs comme les nouveaux entrants sont tous confrontés au même fléau dans le monde arabe : le piratage. Il fait échouer de nombreuses tentatives d'entrée sur le marché dans la région et met en péril les investissements dans cette industrie, surtout pendant la période de lancement des opérations. Si le piratage est évalué à des centaines de millions de USD dans le monde arabe aujourd'hui, c'est sans commune mesure avec la situation d'il y a 15 ans, où il concernait près de 75% des ventes au Liban et presque 100% au Maroc [France, 2020]. Pour les cofondateurs de Anghami et malgré tous les avantages compétitifs de ce leader des chaînes musicales dans la région, c'est le piratage qui reste aujourd'hui leur principal concurrent et non les autres services de streaming de musique.

*Exemple : la Foundation for Arab Music Archiving and Research (AMAR) a repris l'œuvre d'un chanteur du début du XX<sup>e</sup> siècle, Youssef El-Manyalawi. Largement piratée et « vendue beaucoup plus en Europe que dans le monde arabe », l'association ne s'est plus engagée dans de tels projet », selon le directeur de l'AMAR.*

### 3 | Les litiges de droits de propriété

Mais le piratage n'est pas le seul défi du streaming au niveau régional. Les grands sites ont recours dans leur déclaration juridique à une formule qui leur permet de limiter les droits des chanteurs, compositeurs et musiciens en considérant qu'elles ne vendent pas de chanson ou de piste, mais la jouent dans un espace public, un espace cyber, et donc, ne la donnent à personne. Cette approche est source de litiges juridiques avec de nombreux propriétaires de contenu musical qui ne l'acceptent pas. Mais la majorité d'entre eux se retrouvent souvent face aux armées d'avocats de ces sites et hésitent à mener cette bataille qui leur semble perdue d'avance.

#### 4 | Le rôle de la SACEM

Le rôle de la SACEM s'est beaucoup affaibli au Liban. Fondée en 1993, SACEM Liban est la seule société légitime à percevoir les droits d'auteur sur le territoire libanais. Les droits d'auteur dont elle s'occupe sont les droits d'exécution publique (concert, performance, gala, bal), de représentation publique (diffusion publique de musique enregistrée, de cinéma ou de programmes radiotélévisés) et de reproduction mécanique (fixation sur un support commercialisé)<sup>28</sup>. Et si la SACEM ou les sociétés collectives de collecte de droits d'auteur fonctionnent normalement dans les pays développés dotés d'un environnement légal solide, cela n'est pas le cas de la SACEM Liban.

Aujourd'hui, SACEM Liban est dans une situation critique. Quelques 850 artistes libanais y sont inscrits, ainsi que près de 2,000 « usagers », c'est-à-dire 2,000 comptes (radios, télévisions ou restaurants par exemple) qui lui verseraient les droits d'auteur pour l'utilisation d'œuvres musicales protégées. Pourtant, la collecte des droits d'auteur est difficile et reste faible au Liban, où il manque une culture du droit de la propriété.<sup>29</sup>

Même si le Liban est un des rares pays (après l'Égypte) où la SACEM joue partiellement son rôle, la SACEM Liban, depuis sa création, n'a pas su protéger les droits des artistes.

*Lors d'une rencontre qu'a organisée la SACEM France en présence de M. Claude Gaillard, membre du Comité de direction et directeur de la direction internationale, Mme Laurence Bony, directrice du département des Affaires internationales, et maître Samir Tabet, représentant de la SACEM au Liban, un grand nombre d'artistes libanais de la nouvelle scène indépendante sont venus se renseigner sur leur statut et faire valoir leurs droits.*

*Anthony, du groupe Adonis, architecte et musicien raconte : « Il est encore difficile de vivre pleinement de la musique, surtout au Liban... (malgré le succès que connaît ce groupe). Je ne suis pas contre le téléchargement gratuit afin de découvrir un artiste, nous le faisons tous; cependant, il est important de reconnaître la valeur de ce que nous produisons, surtout pour ceux, qui, comme nous, n'ont pas signé avec de grands labels qui se chargent de tous les aspects juridiques ».*

En août 2020, la SACEM France a accordé à la SACEM Liban un don de 10,000 euros en solidarité avec le peuple libanais.

#### 5 | Musique, censure et menace de boycott

Marqué par le piratage et les litiges sur les droits de propriété (tel que celui actuellement en cours entre les familles des frères Rahbani), le Liban se distingue aussi par la censure, qui n'épargne pas son secteur musical. Des concerts annulés à la demande des autorités ecclésiastiques, à l'omission volontaire des paroles considérées comme « révolutionnaires », jusqu'à la menace de boycott, les exemples ne manquent pas.

<sup>28</sup>A notre connaissance, aucune mise à jour n'a été effectuée au Liban pour y inclure la production, reproduction et diffusion digitales

<sup>29</sup><https://www.lecommercedulevant.com/article/17152-fairouz-vs-rahbani-les-dessous-du-conflit>

### *Machrou' Leila*

*Le comité du « Festival international de Byblos » a annulé en juin 2019, le concert du groupe libanais « Mashrou' Leila », la raison officielle avancée étant d'« empêcher l'effusion de sang ». La réalité était que les autorités ecclésiastiques avaient exigé son interdiction sous prétexte que les chansons de Mashrou' Leila « violent les valeurs religieuses et humaines et s'opposent aux saintes chrétiennes » et « constituent une insulte et un danger pour la société ».*

### *Majida*

*Lors d'une cérémonie organisée à l'occasion de la Fête de l'armée, la phrase d'un extrait de poème chanté par Majida Al-Roumi « La révolution est née du sein de la tristesse » a été supprimée de l'enregistrement, suite à une décision politique, par crainte du mot « révolution », l'évènement ayant eu lieu après le soulèvement populaire du 17 octobre.*

### *Le Président, Anghami et la menace de boycott*

*Suite à un tweet de la journaliste libanaise Christine Habib s'adressant au président Aoun « Nous ne serons pas là pour vous pleurer ... Vous nous avez tous tués avant de mourir », les partisans de ce dernier ont menacé de boycotter l'application Anghami si l'entreprise ne licencierait pas Habib et d'annuler leur abonnement mensuel à l'application.*

## Les avantages de départ de la musique libanaise

Trois atouts caractérisent le secteur musical au Liban : 1) sa jeunesse, son talent et sa contestation, 2) ses archives et 3) son capital de soft-power.

Le Liban représente une source de talents pour l'ensemble de la région arabe. Les marchés en interne comme en externe restent prometteurs grâce à une population jeune qui garantit la croissance continue de la demande. Au Liban, 24.02% de la population a moins de 15 ans et 42.4% moins de 24. De même, au niveau régional, 52% de la population du monde arabe est âgé de moins de 25 ans.

Toutes spécialisations confondues, l'Université libanaise à elle seule représente un nombre d'étudiants d'environ 72,850 pour l'année 2017-2018, selon les statistiques du Centre national de recherche et de développement, alors que le nombre cumulé des étudiants des universités privées est de 110,175.

Au niveau de la formation musicale, les talents ne manquent pas. Comme pour les autres activités culturelles, le vrai danger réside dans l'émigration ;

*Rayan El-Habre, musicien compositeur et producteur indépendant : « Les musiciens sont les premiers touchés par les crises et sont les derniers à s'en remettre... Une personne a le droit de vivre dans un pays où ses droits ne doivent pas être que des rêves. Comment avoir des enfants dans un pays où un enfant meurt d'une balle perdue, tirée pour célébrer la réussite d'un autre ? ou bien meurt pour rien même lorsqu'il se cache entre les murs de sa maison ? J'aime beaucoup le Liban... mais une personne doit être logique et ne pas suivre son cœur dans les étapes critiques de sa vie ; l'émigration est pour moi un choix sérieux dans les mois qui viennent ».*

L'archive musicale est le trésor culturel national d'un pays et il est du devoir des États de soutenir sa conservation. Alors que l'archivage nécessite une action à long terme et un engagement durable de la part des différents acteurs, les financements requis par les institutions et associations qui s'y lancent sont immédiatement nécessaires et reposent sur des initiatives privées, souvent avec des moyens limités et des problèmes de droits d'auteurs.

L'Institut national de l'audiovisuel (INA Liban) n'a pu continuer à numériser les bandes du studio Baalbek à cause de l'impossibilité de joindre les ayants droit. De même pour l'IRAB, la banque de photos libanaise, qui s'est retrouvée dans une impasse après des années de travail.

Le centre du Patrimoine musical libanais (CPML), créé à l'initiative personnelle de Zeina Saleh Kayali<sup>30</sup> avec la participation de mécènes, a pour ambition de faire connaître la richesse du patrimoine musical libanais et de le préserver pour le transmettre aux générations futures. Mais son catalogue reste à ce jour limité.

La fondation libanaise AMAR (Arab Music Archiving and Research Foundation), créée en 2009, est engagée dans la préservation et la diffusion de la musique arabe traditionnelle. Elle possède 7,000 disques, principalement de l'ère « Nahda » (1903-1930), ainsi que 6,000 heures d'enregistrements sur bobine environ. Pour sauvegarder cette collection rare, AMAR s'est dotée d'un studio ultramoderne spécifiquement dédié à la numérisation et à la conservation de cette musique. Mais même la richesse personnelle du fondateur Karim Kassar, n'a pas suffi pour numériser plus de 20% de son patrimoine depuis sa création en 2009.

Le danger aujourd'hui, est que ces efforts d'archivage s'épuisent, que la numérisation reste inachevée et ne mène jamais à la publication de cette musique en voie de disparition.

Les médias classiques continueront à jouer un rôle important dans la diffusion de la musique dans le monde arabe, qu'elle se fasse via les interprètes ou les chaînes de streaming. À ce niveau, le Liban jouit d'un secteur médiatique des plus remarquables et des plus libéraux parmi les pays de la région. Ce secteur est capable de jouer un rôle primordial dans la diffusion des produits et services musicaux du pays, surtout qu'une grande partie du monde arabe est couverte par satellite. Les restrictions imposées sur la télédiffusion et les activités de publication sont minimales. Dans la région MENA, le Liban fait partie des trois seuls pays classés comme étant partiellement libres.

Un autre avantage sur lequel le Liban peut capitaliser est celui de l'image de Beyrouth en tant que centre culturel et médiatique effervescent et innovant. En effet, malgré une situation politique et économique qui n'a fait que s'aggraver depuis 2017, Beyrouth a été une capitale privilégiée de l'industrie du streaming musical, plus au niveau culturel et médiatique qu'au niveau de son poids économique.

Ce capital de « soft-power » est-il encore récupérable après la catastrophe du 4 août et toutes les crises et faillites qui l'ont précédée ? L'image de Beyrouth dans les esprits arabes est-elle aujourd'hui celle de la destruction, de la pauvreté et de la mort, et ce pour les prochaines décennies ? L'espoir ne réside plus que sur les nouvelles générations<sup>31</sup>, leur potentiel et leur révolte, même si cette dynamique n'est encore qu'embryonnaire. La contestation passe aussi par la musique. De nombreux auteurs, interprètes et compositeurs libanais ont accusé

---

<sup>30</sup>À partir de son ouvrage *Compositeurs Libanais, XX<sup>e</sup> et XXI<sup>e</sup> siècles*, paru en 2011 aux éditions Séguier

<sup>31</sup>Si elles n'émigrent pas et si espoir il y a

les médias traditionnels de les laisser tomber. Ils se sont alors massivement orientés vers leurs comptes sur les réseaux sociaux pour diffuser leurs messages et leurs créations musicales dans le monde entier.

*Exemples : Slam aux accents de Grand Corps Malade de Serge Nader, un duo de trentenaires libanais, plus électro, plus pop avec Wake Island.*

Avec des ressources disponibles et un profit garanti, les leaders monopolisent déjà le marché régional de la musique et y imposent leurs règles au niveau de la propriété du contenu, comme au niveau du contenu lui-même. L'imitation et la reproduction continues de chansons et musiques commerciales représentent leur principale source de bénéfices, ce qui conduit lentement à la réduction de la diversité de l'offre musicale, d'où le besoin de différenciation et de formules personnalisées permettant de mettre en valeur les artistes émergents et les nouveaux talents.

*Exemple en 2019 : Festival de musique rap sous le titre « Beirut SCUM Week ».*

Les pays du Golfe, et malgré les grands investissements qu'ils ont effectués dans des infrastructures dédiées à la musique (conservatoires, opéras, studios d'enregistrement...), continuent d'« importer » les musiciens de l'étranger, dont nombreux sont libanais (souvent moins bien payés que les Européens).

Le monde arabe a des demandes en matière de musique que l'Égypte seule ne peut combler. En effet, l'Égypte est la première source de talents du monde arabe. Mais le Liban peut constituer le second vivier de talents musicaux. Les talents du pays ne choisiront pas cette fois-ci l'émigration, mais opteront pour la sous-traitance « outsourcing » de leurs services musicaux (musiciens, chorales, studios d'enregistrement équipés, archivage, production de dessins animés, doublage et sous-titrages multilingues d'excellence, etc....).

Malgré l'importance du numérique et son impact économique, le développement d'applications de streaming musical ne peut suffire à lui seul pour garantir une percée dans un marché où la concurrence accrue est déjà bien établie. Toute nouvelle application, que ce soit au niveau conceptuel ou technologique, doit satisfaire deux conditions sine qua non : répondre aux attentes de la jeunesse arabe et avoir la capacité d'adaptabilité socioculturelle et économique par pays ou par région.

Pour ce faire, le streaming a besoin de données. Celles minimales - auteur, compositeurs, durée - déjà associées aux morceaux, permettent principalement la distribution des revenus générés aux ayant droits. Mais ce n'est point la plus importante fonction des « datas » ; comme de nos jours, il est difficile de divertir sans une expérience personnelle adaptée au goût de l'abonné, il est indispensable de posséder des données et des algorithmes qui nécessitent des investissements importants pour leur analyse et leur exploitation. Deezer collecte 45 millions de données différentes chaque jour. Anghami développe de nouvelles technologies de ciblage aux annonceurs qui leur permet d'adapter leurs messages publicitaires en temps réel, non seulement en fonction de la musique sélectionnée par un utilisateur, mais aussi en fonction d'où il se trouve et quand, la météo et autres critères pouvant être pris en compte.

Exemples de projets créés à partir de l'analyse des bases de données collectées :

*L'entreprise Watary, créée en 2013, consacre ses activités à la production de musique orientale, les licences, la distribution et les médias sociaux. Watary a su émerger et se positionner dans ce secteur en effervescence au bon moment : elle répond à une demande numérique importante de contenus musicaux qui proviennent des plateformes Internet et des opérateurs mobiles, et récemment des opérateurs internationaux arrivant dans la région (YouTube, iTunes, Amazon, Spotify et Deezer), ainsi que des opérateurs régionaux (Anghami, Jawww et Mazika) ;*

*Jawwy.tv est détenue et gérée par Intigral International, une entreprise leader au Moyen-Orient qui fournit des services de divertissement, de sport et de médias numériques, en plus des émissions de télévision de haute qualité, de la vidéo à la demande et du contenu exclusif, tel que l'application de divertissement innovante « Jawwy TV » pour smartphones. Elle contient une énorme bibliothèque de plus de 60 chaînes de télévision ouvertes avec de nombreuses chaînes cryptées telles que Fox, MBC Rotana, et des programmes et films en anglais ou doublés en arabe.*

## Recommandations ascendantes pour le streaming musical

Trop d'éléments sont responsables d'être à l'origine des faiblesses de l'industrie de la musique au Liban : l'absence d'équipements et d'applications musicales, le manque de reconnaissance des décideurs et des médias locaux de l'importance de ses différents secteurs, les problèmes de droits d'auteur, la décomposition des syndicats, l'incapacité de la SACEM face au piratage... des problèmes qui se greffent sur les infrastructures défailtantes ou détruites, et autres données effrayantes du pays.

Plusieurs initiatives de soutien existent déjà et essaient de remédier à l'urgence de la situation. Certaines ONG sont actives dans le domaine musical, comme AFAC qui offre des bourses de quelques milliers à cinquante mille USD, pour des projets de production, des performances, des albums d'enregistrement et des festivals.

Après la catastrophe du 4 août 2020, des concerts virtuels gratuits sont offerts par les artistes arabes, Anghami collecte des fonds pour les victimes, et de nombreuses stars libanaises et arabes participent au grand concert « The Sound of Beirut », en soutien à la capitale libanaise et pour d'aider les Libanais touchés par l'explosion du port.

Ces efforts restent dispersés tant qu'ils ne s'inscrivent pas dans le cadre d'une politique publique en faveur des ICC, élaborée par un gouvernement compétent et indépendant.

### 1 | Trouver des sources de soutien pour les artistes et techniciens de la musique

Diverses pistes d'action pourraient être explorées, à commencer par une aide financière aux startups et projets musicaux innovants avec un potentiel de durabilité à moyen terme.

Offrir des cours de musique dans les écoles publiques, par des compositeurs, chanteurs, instrumentalistes, professeurs de musique (dont une grande majorité est aujourd'hui au chômage ou le sera demain), et soutenus par la société civile et les ONG, est une piste d'action primordiale pour une nouvelle génération qui aura de grands besoins de culture.

Par ailleurs, il conviendrait de soutenir une politique publique qui favoriserait, d'une part la diffusion de la culture musicale du pays (passée et actuelle) et d'autre part, ferait participer les médias et surtout la télévision aux efforts de sauvegarde et de relance des activités culturelles du pays, en imposant une hausse du nombre d'heures d'émissions culturelles et de programmes musicaux particulièrement appréciés par le public.

Quelques initiatives déjà engagées semblent déjà aller dans ce sens :

- En décembre 2018, la soprano libanaise Tania Kassis, présidente de l'association One Lebanon, travaille sur le terrain pour mettre la musique à la portée de tous. Plus de 120 élèves issus de 4 écoles publiques différentes se sont retrouvés au Grand Sérail pour chanter et lancer le projet One Voice.
- L'Association à but non lucratif « Al Kamandjati » a pour but de « dispenser une éducation musicale aux enfants et jeunes palestiniens où qu'ils soient et de contribuer à la promotion de la culture musicale en Palestine », en ciblant l'initiation à la musique pour plus de deux mille enfants dans les camps palestiniens au Liban en 2019. Tous les profits de la célébration iront à soutenir le « Fonds étudiant » de « Al Kamandjati » au Liban. À noter que l'association a été créée au début de 2002.

*L'expérience du Maroc<sup>32</sup> : Le Maroc a pris récemment des initiatives importantes en faveur des artistes et de la créativité. Une nouvelle loi sur le statut de l'artiste, le fonds de mobilité artistique « Africa Art Lines » et la création du Bureau export de la musique marocaine (MoMEx), font partie des mesures adoptées pour renforcer le secteur de l'industrie musicale, conformément aux objectifs de la Convention de l'UNESCO de 2005 sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles, ratifiée par le Maroc en 2013.*

---

<sup>32</sup><https://fr.unesco.org/creativity/news/lunesco-apporte-son-soutien-au-secteur-de-lindustrie>

A hand holding a white picture frame against a coastal landscape with a bird in flight. The background shows a coastline with waves and a bird flying in the sky. The hand is holding the frame from the right side, and the frame is positioned in the center of the image. The text is overlaid on a semi-transparent dark brown rectangle.

# Recommandations transversales et pistes d'action

---

Une perspective de développement

# Recommandations transversales et pistes d'action

Dans le contexte des multiples crises que traverse le pays, il semble urgent de penser aujourd'hui à une politique publique nationale de sauvetage des ICC, étape désormais nécessaire, préalablement à toute politique de développement sectorielle. Une telle politique de sauvetage reste cependant en dehors des moyens et du champ de cette étude, dont les travaux de terrain ont été clôturés quelque temps avant l'explosion du 4 août 2020. Depuis, les besoins des sous-secteurs et des agents qui opèrent dans les différents domaines culturels et créatifs ont certainement changé de manière drastique, ainsi que les infrastructures, les équipements et les composantes structurelles du marché, comme le travail et la disponibilité des talents. Au moment où nous publions ce rapport, il nous semble qu'une réflexion de fond sur l'écosystème de la culture et de la créativité devrait être menée avec toutes les parties prenantes des différents secteurs, et qu'une action concertée de plaidoyer et de sauvetage devrait être organisée et défendue par un front commun qui unit les principaux intéressés, les artistes et les créatifs eux-mêmes. Au risque d'être anachronique, le présent rapport trace l'ébauche d'une stratégie de développement, qu'on retrouve tout au long de ce texte dans les recommandations ascendantes pour chaque secteur et sous-secteur étudié, mais ne suffirait pas pour tracer des pistes d'action, tant les effets des crises cumulées semblent avoir bouleversé la donne. Cependant, le rapport constitue un outil de réflexion mis à la disposition des parties prenantes, offrant des statistiques culturelles détaillées permettant d'entrevoir **les grandes lignes d'une politique publique de la culture en tant que vecteur de développement socio-économique et de garantie de l'identité nationale.**

Ces statistiques culturelles montrent, preuves et chiffres à l'appui, que les ICC ne constituent pas un secteur marginal de l'économie libanaise, contrairement à ce que laisse voir le système classique de la comptabilité nationale aujourd'hui en vigueur dans le pays. Les ICC génèrent des richesses, de la cohésion sociale, et surtout, des revenus importants pour l'État libanais. L'élaboration d'une politique publique bien ciblée pour les ICC permettra donc certainement de tirer profit d'activités hautement lucratives, générant des revenus beaucoup plus importants que ne le laisseraient croire les Comptes de la Nation, et de réguler des domaines d'activité marqués par la précarité et la surtaxation pour les travailleurs et les travailleuses du secteur. Par ailleurs, le fort potentiel exportateur des ICC peut en faire, dans l'avenir très proche, l'un des secteurs les plus importants en termes d'entrées de devises étrangères, surtout si l'on se souvient de l'importance des services créatifs vendus à l'étranger par des Libanais résidents et qui ne rentrent pas dans les calculs de la douane (par exemple, des consultations ou des services vendus à l'international par des architectes, des designers, des curateurs, etc.).

L'aide internationale, puissant moteur de réforme et de développement, peut constituer un tremplin financier et logistique pour soutenir toute politique de développement des ICC au Liban, dans un contexte marqué par l'anéantissement des marges de manœuvre (financières et politiques) de l'État, offrant ainsi **les ressources indispensables à la survie des ICC, et notamment de certaines formes d'expressions culturelles en danger.**

Toutefois, l'octroi de l'aide internationale devrait tenir compte des leçons du passé, et s'inscrire donc en rupture par rapport aux politiques d'aides ou de subventions qui ont prévalu dans la période pré-crise. Par exemple, la Conférence économique pour le développement par les réformes et avec les entreprises (CÈDRE), réunissant un ensemble de pays donateurs, s'était engagée à mobiliser plus de 11 milliards de dollars en prêts et subventions en faveur du Liban, dont l'octroi est conditionné par des réformes structurelles. Dans le cadre de cette conférence, 269 projets d'infrastructures ont été présentés par le gouvernement libanais à la communauté internationale, dont 11 relatifs au tourisme et au patrimoine culturel. Ceux-ci représentent le deuxième secteur le moins bien doté en financement, avec 1.2% du total. De même, le secteur industriel (qui inclut de facto les industries ICC) représente 0.3% du total de la valeur des projets CÈDRE. **Enfin, la plupart des investissements relatifs aux ICC, représentant une somme de 340 millions de USD, est concentrée dans le grand Beyrouth et le Mont-Liban, renforçant le phénomène d'exclusion culturelle des autres régions libanaises.**

De son côté, le rapport McKinsey a ainsi suggéré de renforcer les secteurs productifs comme outil pour développer l'économie et créer des emplois, mais ne parvient pas à faire le lien entre cet objectif et les changements structurels nécessaires pour améliorer la productivité et protéger certains secteurs productifs stratégiques. Certes, les ICC sont incluses dans ce rapport comme l'un des cinq piliers de l'économie du savoir, au cœur de la stratégie de diversification de l'économie libanaise. Le plan invite donc le ministère de la Culture à investir dans l'infrastructure des industries créatives et culturelles, et cite quelques pistes d'action : augmenter les subventions étatiques, parier sur deux ou trois secteurs compétitifs des ICC, encourager le mécénat et le philanthropisme par des réformes fiscales. Il focalise l'action publique sur la promotion du tourisme écologique, religieux et médical et énumère parmi les secteurs à forte valeur ajoutée, ceux qui font appel à des capacités créatives comme les bijoux, le parfum, le cosmétique. Le plan McKinsey met l'accent sur l'image de marque du Liban dans certains secteurs et appelle à cibler le marché régional du CCG par une montée en gamme et la mise en valeur de différenciateurs culturels. Néanmoins, le rapport ne prend pas en compte les éléments d'une vision intégrée du développement. Par exemple, la dimension culturelle et artistique est presque absente de la conception des ICC que défend le rapport McKinsey, les expressions artistiques de base semblant disparaître au profit des services annexes à haute valeur ajoutée (comme les médias et la publicité, l'architecture, etc.). Le rapport se focalise sur l'audiovisuel, les nouveaux médias, la musique et le design, mais ne mentionne nullement l'édition, premier sous-secteur des ICC en termes de chiffres d'affaires.

Plus important, ce qui manquerait dans le plan McKinsey, c'est la réflexion sur les piliers d'une politique publique des ICC, qui nous semblent être au nombre de quatre : le cadre réglementaire, l'éducation, les partenariats et la digitalisation. Ils sont tous les quatre conditionnés par la mise en place d'une gouvernance inclusive et participative. En effet, tous les moyens doivent être mobilisés pour encourager l'implication des citoyens dans la conception et l'application de ces politiques publiques, avec l'appui du secteur associatif, de la communauté internationale et de la diaspora libanaise.

## La refonte du cadre réglementaire

Un important corpus législatif existe déjà, mais il reste incomplet. Le cadre réglementaire au niveau judiciaire, législatif, fiscal et syndical souffre de lacunes et de contradictions qui représentent un des freins majeurs au développement des ICC au Liban. La refonte de ce cadre est un passage obligatoire et nécessaire afin qu'il puisse assurer des conditions justes et équitables pour les créatifs, surtout en ce qui concerne le statut de

l'artiste, le financement de la caisse mutuelle, la baisse des taux d'imposition et de la taxation (voire la double imposition) pour les créatifs dans les secteurs les plus sinistrés (théâtre, musique, etc.), le réajustement des contrôles fiscaux dans les secteurs qui contribuent le moins aux recettes de l'État (comme dans la joaillerie, où les plus grands chiffres d'affaires du secteur semblent déclarer des pertes récurrentes en payant zéro impôt à l'Etat) et la lutte contre le piratage et la protection des droits d'auteurs. Cette dernière piste est à privilégier en considérant le potentiel financier des droits d'auteur qui pourraient contribuer à financer en retour une action publique efficace dans le domaine.

Par ailleurs, afin de bénéficier pleinement des retombées économiques de ces industries et considérer plus fidèlement leur contribution, **il est indispensable de se doter d'un système de collecte de statistiques plus adapté, de construire des bases de données plus complètes et plus fiables, d'appliquer les normes internationales de gestion de fonds publics et de mettre en place des systèmes d'information plus performants.** En bref, il s'agirait de revoir le système actuel de la comptabilité de l'État, pour lui intégrer des comptes satellites de la culture. Ceci permettrait de pallier les carences actuelles et d'obtenir un panorama complet et détaillé de ces industries par secteur et sous-secteur.

Enfin, **l'action du ministère de la Culture gagnerait à être plus stratégique et optimisée.** Malgré une croissance annuelle symbolique, le budget du ministère de la Culture reste extrêmement limité (33 millions de USD en 2019) et ne représente en 2020 que 0.24% du budget de l'État. Ceci reste, largement inférieur au seuil de 1% préconisé par l'UNESCO. Indépendamment du manque de ressources chronique, le ministère de la Culture reste en charge d'élaborer une politique publique des ICC et devrait jouer un rôle plus actif dans le soutien institutionnel, notamment dans l'accompagnement des acteurs clés de ces industries, l'aide à la ratification des accords internationaux relatifs aux ICC, la co-production, le soutien aux activités de parrainage et de mécénats culturels.

## La création de synergies avec les institutions éducatives libanaises

Le sauvetage des ICC et leur développement doivent être l'objet d'une politique publique associant les administrations publiques dans une approche cohérente et unifiée. Dans ce cadre, des synergies doivent être trouvées avec les institutions éducatives et universitaires, publiques et privées, afin de garantir aux jeunes générations un accès égal et inclusif à la culture. Il s'agit de même d'intégrer dans les cursus éducatifs l'esprit d'entrepreneuriat, de leadership et d'innovation afin de soutenir des modèles économiques pérennes dans le secteur des ICC.

Une réintroduction de l'art et la culture dans les cursus éducatifs et de l'enseignement supérieur devient nécessaire et urgente pour un développement culturel et économique durable, en ciblant la nouvelle génération d'écoliers, collégiens et étudiants, et en leur offrant une initiation à l'histoire de l'art et de la culture au Liban, à leur potentiel économique et aux nouveaux outils numériques disponibles dans ces industries.

De courte durée, avec des informations ciblées et un accès facile à partir de tout appareil, le micro-learning est une solution d'apprentissage adéquate pour la jeunesse du pays, avec des coûts de développement et de lancement inférieurs aux autres outils d'action éducative. L'aide au développement et à la diffusion de modules de micro-learning par secteur ICC (module théâtre, cinéma, design, arts visuels...), participerait à la diffusion de la culture de par son accessibilité en ligne.

Dans le cadre de toute politique culturelle, le partenariat avec le ministère de l'Éducation paraît un passage indispensable et nécessaire et peut être mené en collaboration avec l'UNESCO et autres institutions et organisations internationales.

## La diversification des partenariats de long terme

L'élargissement des possibilités offertes par les logiques partenariales est une condition sine qua none pour arriver à des politiques publiques des ICC inclusives et effectives, et qui aboutira à une « décentralisation de la culture ». En effet, à travers le principe de subsidiarité, les pouvoirs locaux sont les plus à même d'identifier les besoins de leur communauté au niveau culturel. **Dans ce sens, activer le rôle des municipalités représente un axe d'intervention pertinent en leur donnant les moyens humains, logistiques et financiers de mener à bien des projets artistiques et culturels, ainsi que d'acquérir les équipements culturels nécessaires à l'expression créative** (salles de projection, de performance, espaces associatifs).

Elles constituent un maillon essentiel de toute action de développement visant la culture : une grande partie de l'activité culturelle libanaise mettant en valeur les acteurs locaux, se situe au niveau des communautés de moyenne et petite taille, à travers les fêtes religieuses, culturelles, mais aussi le dynamisme associatif et l'appui financier de la diaspora. Ces initiatives sont cependant désorganisées, faiblement financées et ne participent que peu à la création d'emplois et d'exportations en raison du manque de financement, d'appui public, de coordination et de compétences techniques.

**Il est également nécessaire de développer des réseaux transnationaux reliant les villes libanaises avec les autres villes méditerranéennes dans une perspective de partage de savoir et d'expérience, mais aussi pour garantir la visibilité des ICC à l'international.** Cela peut se faire par l'encouragement de la mobilité culturelle entre les professionnels des villes libanaises, mais aussi entre les villes méditerranéennes, dans une perspective de partage de savoir et d'expérience. Plus important, ces partenariats devraient être axés sur la mobilité des artistes et créatifs libanais et non libanais, notamment dans un contexte où il semblerait que leurs créations ont plus de facilité à voyager que leurs propriétaires (un grand nombre de peintres, de techniciens du cinéma, de chanteurs ou de musiciens se voient refuser des visas vers l'Europe, quand leurs tableaux, films ou même leurs groupes sont programmés dans des festivals ou des galeries d'art).

De même, les centres culturels et musées nationaux gagneraient à acquérir de **l'expertise au niveau de la sauvegarde, la protection et la gestion de leurs biens culturels.** Une telle action s'insère dans une double logique de développement durable, équilibré entre les régions et de redressement de la balance commerciale ; en effet, le tourisme culturel constitue une des grandes richesses du Liban.

De même, il est impératif d'augmenter la contribution des bailleurs de fonds à la **construction d'infrastructures culturelles et artistiques dans les régions**, notamment en dehors des grands centres urbains. Il est donc recommandé d'appuyer et de cofinancer les initiatives et projets culturels des acteurs locaux, appuyés par les municipalités et orientés vers la communauté. Dans les villes et villages non-équipés, de petites salles de réunions locales peuvent se transformer en « mini-centre culturel polyvalent » avec un minimum de matériel et d'équipements (petit générateur, des mobiliers de base, son et éclairage). Dans ce cadre, il paraît **justifiable de tisser des partenariats et de développer des programmes avec les écoles dans les régions pour**

sensibiliser la jeunesse à l'art et la culture. Des programmes d'appui aux municipalités dans la gestion de projets culturels pourraient les inciter à mener à bien des projets autour des arts du spectacle.

## Le développement de l'entrepreneuriat culturel

**Le développement des ICC passe nécessairement par une utilisation des nouveaux outils numériques pour une exploitation maximale de leur potentiel et une évolution progressive du sauvetage vers une croissance durable.** La transformation numérique du secteur représente un moyen d'accroître la visibilité de l'offre culturelle libanaise, ainsi que l'accès à l'information pour les opérateurs culturels libanais en recherche d'opportunités et de financement. **La création d'une plateforme numérique de promotion des ICC avec possibilité de paiement électronique représente une piste d'action pertinente dans ce domaine, ainsi que l'appui au crowdfunding et aux banques coopératives.**

Comme d'autres secteurs créatifs, celui des nouvelles technologies a surtout souffert de l'instabilité de ses sources de financements et des efforts inaboutis dans la « régionalisation » de ses services. S'il survit encore, c'est grâce à l'export de ses services vers l'étranger (80% des entreprises des TIC orientées vers l'exportation de leurs services). Il paraît crucial d'élaborer une stratégie qui allie le développement du numérique et le soutien au développement du monde rural. Une infrastructure minimale est nécessaire pour permettre l'introduction des nouvelles technologies, avec tout leur potentiel de diffusion d'information, indispensable pour rompre l'isolement, avec évidemment la formation des acteurs locaux pour se l'approprier et s'en servir. L'aide internationale peut soutenir le développement d'activités d'externalisation de services et de processus d'affaires (business process outsourcing, programmation, codage ou centre d'appel, etc.). Des fonds déjà alloués par IDAL et des bailleurs de fonds internationaux ont commencé à avoir un impact direct sur l'économie des régions et des localités. Les programmeurs et développeurs impliqués dans cette diffusion peuvent concevoir des applications portant sur l'amélioration de l'accès au marché et la promotion des organisations culturelles et des PME locales.

De même, il serait judicieux de participer au développement des sous-secteurs à avantage comparatif révélé (ACR) qui jouissent déjà d'un rayonnement à l'international et qui présentent un potentiel de croissance des exportations particulièrement fort, tel que le secteur du design. La mode et le prêt-à-porter, le meuble contemporain et la joaillerie sont des secteurs qui bénéficient de cet avantage comparatif, puisqu'ils profitent de la présence d'une main-d'œuvre hautement qualifiée et relativement moins chère comparée au niveau des salaires en Europe. Il serait intéressant, dans ce cadre, de promouvoir les productions qui auraient un fort impact sur la prise en compte du genre.

Dans les projets financés par les bailleurs de fonds internationaux, il s'agit d'ajouter, en plus de la dimension offre-demande, des attentes en termes de qualité de création, thématique, médium artistique et de gouvernance financière ; chaque projet culturel financé doit être doté d'une stratégie de financement et de marketing apte à valoriser les produits culturels libanais à l'intérieur du pays (reconquête du marché intérieur) et à l'international.

Aux côtés des 4 piliers de la politique de développement culturel que nous venons d'énumérer, quelques pistes d'actions et des interventions complémentaires semblent émerger dans les entretiens avec les artistes et les créatifs. S'en dégage en premier lieu l'idée d'un hub culturel, un espace dédié à la culture et ouvert à tous les créatifs, comme espace de rencontre, de co-travail et de production et de facilitation ou d'incubation de projets artistiques et créatifs.

Créer un hub-culture centralisé à Beyrouth serait en flagrante contradiction avec l'objectif stratégique de garantir l'accès de tous à la culture et se heurte à l'empirique. En effet, la capitale bénéficie déjà de plusieurs centres et hubs culturels disséminés dans ses quartiers et banlieues, et de plusieurs sites transformables en centres créatifs ou culturels à des budgets réduits. Le besoin de « hub-culture » s'impose surtout dans les grandes villes du pays qui souffrent d'un manque d'espace dédié et restent pauvres en matière d'équipements nécessaires à la promotion culturelle, perdant ainsi l'interaction et l'impact socio-économique de la culture sur la ville.

Face à une situation de marginalisation socio-culturelle, ces mini-hubs aideront à la création d'une dynamique de réappropriation de l'espace urbain par les jeunes, appropriation déjà entamée dans la capitale avec les ADS et les arts visuels. Il s'agit d'une dynamique d'intégration qui, par ses pratiques de tolérance, d'ouverture et de citoyenneté, imprègne la conscience communautaire et ses valeurs.

Avec le soutien de partenaires universitaires (Université libanaise, LAU, ESA...) et de centres culturels internationaux présents au Liban, il est possible de créer, par grande ville, un espace-structure dédié à la culture et à la créativité et ouvert gratuitement à tous les publics. Par leur flexibilité spatiale et leur multidisciplinarité, des clusters de créatifs sectoriels spécialisés pourraient s'y greffer pour constituer un réseau de relations, intégré dans des réseaux encore plus grands. Il pourrait offrir des espaces de cocréation (et de coworking) pour la formation de clusters sectoriels, mixer des produits bon marché avec ceux d'un marché haut de gamme, laisser une place importante aux étudiants (résidence temporaire...) et inclure des espaces communs (un patio, un café...).

Par ailleurs, les artistes et créatives femmes arrivent rarement à atteindre des positions de décision et bénéficient beaucoup moins d'aide et de soutien financier des banques et bailleurs de fonds locaux et internationaux.

Comme la discrimination ne se limite pas aux ICC, la lutte devrait s'encadrer dans une politique publique nationale visant « l'égalité de genre », qui se base aussi sur le dialogue et la mobilisation de tous les acteurs de la société libanaise.

Certes, les médias peuvent et doivent jouer un rôle dans la promotion de l'art et de la culture, surtout si ce rôle s'inscrit dans une politique nationale de l'art et de la culture, formulée et mise en œuvre en partenariat avec les différents acteurs. Les médias pourraient, à l'avenir, devenir des acteurs du changement, des créateurs d'emplois et des défenseurs des droits fondamentaux dans le domaine des ICC.

- **Augmenter le temps de diffusion dédié à la culture** : des mesures aux niveaux exécutif et législatif peuvent imposer une allocation de temps de diffusion à des campagnes de sensibilisation autour de la culture et à la diffusion de programmes produits localement ;
- **Lancer des campagnes de sensibilisation et de responsabilisation** ;
- **Soutenir les actions d'archivage des biens et services culturels avec les principaux médias nationaux.**



# Conclusion générale

---

Le risque de la perte de  
l'identité culturelle libanaise

# Conclusion générale

L'état des lieux et l'analyse proposés dans les chapitres précédents montrent que la pérennité des industries culturelles et créatives est en jeu, avec le risque de la perte de l'identité culturelle libanaise et d'un atout majeur qui pourrait conférer au pays son rôle de leader régional et international en matière de productions créatives et culturelles. En effet, les ICC constituent un secteur à haute valeur ajoutée, une industrie stratégique pour le Liban qui pourrait représenter un des atouts majeurs pour une intégration saine dans les circuits commerciaux et financiers de la mondialisation. Ce document propose des recommandations et des pistes d'action pour des politiques actives en faveur du développement de ce secteur et de sa croissance, à travers une double temporalité : l'urgence, pour sauver le tissu culturel existant, et le long terme, pour atteindre un impact structurel et durable. Ainsi, une action efficace doit articuler réponse d'urgence en quelques mois, et plan de développement sur cinq ans.

Il est donc primordial que le gouvernement libanais enclenche, avec le soutien d'autres acteurs institutionnels et bailleurs de fonds, une réflexion « stratégique » par et pour les professionnels de ce secteur sur les initiatives et politiques qui seraient à même de soutenir et aider les acteurs à identifier les opportunités disponibles, alléger le poids fiscal et faciliter leur accès aux différents financements. Par ailleurs, il s'agit de mettre la culture et la créativité nationales au centre du rayonnement et de l'influence de l'État et compter sur la jeunesse comme une ressource majeure, dans un pays où le taux de chômage s'élève à 35% chez les jeunes en 2019. Le secteur culturel et créatif dans son ensemble représente une part importante de la production de richesse à l'échelle mondiale. Ainsi, aux États-Unis, le deuxième pays exportateur de biens culturels, les ICC représentent 4.2% du PIB ; le Liban, un des plus petits pays sud-méditerranéens, est devenu au cours de la dernière décennie, l'un des plus grands pays exportateurs de biens et services culturels et créatifs du monde arabe.

Depuis 2011, après le début de la guerre en Syrie, le Liban a connu une stagnation générale de l'économie, avec des taux de croissance proches de zéro (entre 1% et 2% dans les scénarios les plus optimistes). C'était l'effet combiné de la récession mondiale et de l'afflux de 1.5 millions de réfugiés.

Paradoxalement, le Liban est devenu un pôle culturel du Moyen-Orient, exportant de la musique et des clips vidéo, des émissions de télévision, encore plus que l'Égypte, ce qui est en partie dû à l'importante contribution des artistes syriens à la scène artistique libanaise.

Que nous soyons dans un contexte de crise économique ou de croissance économique normale, les secteurs culturels et créatifs peuvent facilement s'adapter aux fluctuations et aux instabilités économiques. Cette caractéristique positive aux premiers abords peut s'avérer être un handicap dans la mesure où les activités créatives sont très interconnectées et s'ajustent par rapport au reste de l'économie et entre elles, ce qui implique que certains sous-secteurs peuvent servir de « variable d'ajustement » permettant au secteur de se stabiliser en temps de crise. Le sous-secteur des arts du spectacle est ainsi particulièrement vulnérable aux conjonctures économiques.

Ainsi, après la crise financière de 2007-2008, tous les secteurs culturels et créatifs ont connu une baisse des financements publics et privés, ainsi qu'une baisse du niveau mondial des exportations et de la consommation. Dans ce contexte, il est facile de comprendre que les arts du spectacle ont été profondément touchés par cette crise. Mais peu de temps après, d'autres sous-secteurs ont commencé à se redresser, et certains sous-secteurs sont en plein essor depuis 2012 (design, joaillerie, publicité...).

La même tendance peut se rencontrer à une échelle plus globale dans le contexte de la Covid-19, avec les spectacles vivants qui souffrent directement des mesures de confinement, alors que d'autres sous-secteurs créatifs semblent s'adapter plus facilement aux nouvelles conditions de production et de diffusion.

Au Liban, l'exemple le plus frappant de ces modalités d'ajustement serait l'essor relatif du sous-secteur de la joaillerie et des bijoux depuis l'explosion des crises économique et sanitaire, avec des exportations dépassant les 1.4 milliard de USD, alors que les arts du spectacle et les festivals semblent faire face à un risque d'arrêt total de leurs activités pour une période indéterminée. Alors que la plupart des activités créatives au Liban subissent de plein fouet les conséquences de la double crise économique et sanitaire, le design, la fabrication et la vente des bijoux semblent être le sous-secteur qui s'adapte le mieux à la mauvaise conjoncture économique. En effet, les pierres précieuses et bijoux étant une réserve de valeur, leur consommation est donc un moyen de thésauriser le capital dans un contexte de rareté des devises étrangères.

Alors, comment comprendre cette restructuration interne du secteur créatif au Liban après ces récentes et multiples crises ?

Ces ajustements provoquent un transfert de richesse, dans la mesure où les rémunérations des professionnels des arts du spectacle pourraient diminuer, les créateurs de bijoux ou les acteurs de productions télévisuelles commerciales, eux, pourraient connaître une augmentation importante de leurs revenus. Ces effets de transferts de richesse sont susceptibles d'avoir un impact dramatique sur certains artistes et créateurs au Liban, dans le cadre d'une économie créative régulée par le marché, avec une absence totale de subventions publiques.

Mais cet ajustement n'est possible que parce que les artistes sont contraints d'accepter et de supporter la détérioration de leur situation économique, en l'absence de mécanismes de régulation du marché du travail, de structures syndicales performantes et d'un appui financier de la part de l'État.

De même, au Liban, beaucoup d'activités culturelles et produits artistiques sont presque exclusivement conçus pour la scène locale. Ainsi, même si le marché local est très dynamique, il n'en demeure pas moins vrai que le Liban entretient de faibles synergies avec la scène internationale, là où d'autres pays arabes font beaucoup mieux.

Par ailleurs, les ICC au Liban mixent les arts, les méthodes artisanales traditionnelles et les nouvelles technologies créatives et industrielles de masse. Mais, elles n'exploitent pas toutes les potentialités du secteur en raison de la prédominance de l'économie informelle de la culture.

Premièrement, la scène artistique est caractérisée par la prédominance des petites entreprises et des associations à but non lucratif avec une présence limitée de grands acteurs institutionnels (tels que les musées et les galeries). Les jeunes créateurs sont contraints de débiter leur carrière en s'orientant vers l'entrepreneuriat et le travail indépendant, à travers des micro-entreprises ou des organisations à but non lucratif, voire en tant qu'artistes indépendants ou freelancers.

En outre, les formations universitaires ne semblent toujours pas permettre aux diplômés de se lancer convenablement dans ces activités de création d'entreprises par manque de formation à l'entrepreneuriat, ce qui prolonge la période d'inactivité après l'obtention du diplôme. De manière générale, le chômage est plus courant parmi les diplômés des institutions d'enseignement supérieur, de sorte qu'un niveau d'éducation plus élevé a tendance à être associé à des niveaux de chômage plus élevés (ETF, 2015).

De plus, il n'existe pas de politiques actives du marché du travail spécifiquement conçues pour le secteur artistique ou ciblant les professions culturelles. L'impact des dépenses publiques sur la culture est certainement insuffisant, avec une absence de stratégie de développement culturel. Plus important encore, la structure du budget du ministère de la Culture est déséquilibrée, avec la prédominance des dépenses courantes (salaires des fonctionnaires, dépenses d'entretien) et l'insuffisance des subventions et des investissements publics.

Comme le marché du travail créatif souffre d'une forte segmentation et d'inégalités élevées, le développement culturel dépend principalement d'autres réformes, comme les politiques sociales visant à protéger la diversité et l'égalité; un des grands défis est notamment de lutter contre les inégalités de genre, les disparités régionales et la précarité des travailleurs.

Enfin, cette étude a cherché à montrer le potentiel économique des ICC au Liban et l'importance de leur rôle social en tant que socle de l'identité nationale. Elle donne priorité à un positionnement des biens et services culturels et créatifs libanais sur le marché international fondé sur les principaux avantages compétitifs du pays, à savoir : une main-d'œuvre qualifiée, un coût relativement bas et inférieur à ceux pratiqués dans la région et l'existence de secteurs et sous-secteurs à forte valeur ajoutée avec des niches prometteuses.

Cependant, la précarité des professionnels des ICC, les secteurs entiers en péril, l'émigration massive des talents créatifs et cultivés et l'effondrement du système éducatif du pays sont de réels dangers non seulement pour l'économie, mais pour le pays entier.

Cette étude et ces recommandations s'inscrivent dans le cadre des nombreux engagements de réformes structurelles pris par le gouvernement libanais depuis 2018. Elle s'intègre dans la perspective de la stratégie quinquennale du ministère de la Culture annoncée lors de la Conférence CÈDRE d'avril 2018, en vue d'apporter aux autorités publiques libanaises les éléments d'une action structurante, utile pour le Liban comme pour ses échanges culturels avec d'autres pays. La refonte de l'action publique au Liban constitue à la fois une condition d'accès aux financements internationaux, mais aussi le moyen de reconstruire des institutions inclusives, solides et modernes.

Cette étude s'est proposée d'établir les grandes lignes d'une politique publique de la culture en tant que vecteur de développement socio-économique et garantie de l'identité nationale, mais n'omet pas que toute réflexion stratégique nécessite un environnement favorable, ce qui n'est malheureusement pas le cas aujourd'hui au Liban.

Dans le contexte actuel où le Liban est mis à rude épreuve, les résultats de l'étude n'ont fait que renforcer notre conviction que le modèle économique du Liban est à repenser, l'action publique à redéfinir et la politique créative et culturelle et son potentiel économique et socioculturel inexploité, à revoir.

Au milieu de ce cumul de crises depuis 2019, nous avons voulu proposer des solutions pour un futur marqué par le développement et la croissance. Définir et garder l'œil sur les objectifs à long terme que nous voulons atteindre est une démarche qui dépasse la résilience requise vers une vision et une politique résolument favorables aux ICC.

Nous espérons, à travers cette étude, avoir contribué à nourrir et inspirer la réflexion, les décisions et actions des décideurs politiques, bailleurs de fonds, partenaires, investisseurs et acteurs culturels dans leurs efforts de structuration et de consolidation des secteurs créatifs et culturels, viables et porteurs de développement.

# Bibliographie

- ACS (Administration Centrale des Statistiques), *Les Comptes de la Nation*, 2004-2017.
- ACS (Administration Centrale des Statistiques) (2018), *Labour Force and Household Living Conditions Survey (LFH LCS)*, 2018–2019, URL : <http://www.cas.gov.lb/images/Publications/Labour%20Force%20and%20Household%20Living%20Conditions%20Survey%202018-2019.pdf>
- Agenda Culturel (2016), *Culture in Lebanon by 2020 : State of Play*, URL : <http://www.institutdesfinances.gov.lb/wp-content/uploads/2020/06/Culture-in-Lebanon-BY-2020-State-of-Play-2016.pdf>
- American University of Beirut (2007), *Creative Industries in Lebanon*.
- Banque mondiale (2020), *Lebanon Economic Monitor, Fall 2020, A deliberate Depression*, URL : <https://www.worldbank.org/en/country/lebanon/publication/lebanon-economic-monitor-fall-2020>
- Banque mondiale (2018), *Strategic Assessment: A Capital Investment Plan for Lebanon*, URL : <https://www.worldbank.org/en/country/lebanon/publication/strategic-assessment-a-capital-investment-plan-for-lebanon>
- Christman Ed (2017), *U.S. Music Industry Sees First Double Digit Growth in Almost 20 Years as Streaming Takes Over*, Billboard. <https://www.billboard.com/articles/business/7744268/riaa-us-music-industry-2016-revenue-double-digit-growth>
- Commission Européenne (2012), *Essnet-Culture, European Statistical System Network on Culture, Final report*.
- Commission Européenne (2010), *Livre vert, Libérer le potentiel des industries culturelles et créatives*, Publications Office of the EU, Bruxelles, URL : <https://op.europa.eu/fr/publication-detail/-/publication/1cb6f484-074b-4913-87b3-344ccf020eef/language-fr>
- Consultation & Research Institute (2019), *Policy Brief on the Lebanese Economic Crisis and Possible Remedies*, URL : <https://crilebanon.com/>
- Convenio Andrés Bello (2008), *Culture Satellite Account Compilation Guide*, Andrés Bello Organization Agreement & Organization of American States.

- CRDP (2007-2020), Statistiques consolidées par CRI, de 2007-2008 à 2019-2020, Centre de Recherche Pédagogique et de Développement.
- CRI (2019), Lebanon Economic Vision, Consultation and Research Institute.
- DDFC (2015), MENA Design Outlook, Dubai Design and Fashion Council, 2015.
- Ernst & Young (2018), *Repères sur la place de la France dans la mondialisation des industries culturelles et créatives*.
- Ernst & Young (2015), *Création sous tension: 2<sup>e</sup> Panorama de l'économie de la culture et de la création en France*, URL :  
<https://www.irma.asso.fr/IMG/pdf/ey-2e-panorama-de-l-economie-de-la-culture-et-de-la-creation-en-france.pdf>
- Euromed Audiovisuel (2013), *Project of statistical Data Collection on Film and Audiovisual Markets in 9 Mediterranean countries*, country profile: Lebanon.
- France Pierre (2020), *Pourquoi le streaming n'a pas (encore) bouleversé la musique dans le monde arabe*, OrientXXI.
- Florida Richard (2002), *The rise of the creative class and how it is transforming leisure, community and everyday life*, New York: Basic Book.
- Friedlander Joshua (2017), News and Notes on 2017 Mid-Year, RIAA Revenue Statistics,  
<https://www.riaa.com/wp-content/uploads/2017/09/RIAA-Mid-Year-2017-News-and-Notes2.pdf>
- Haddad Emmanuel (2017), *Contemporary performing arts in Lebanon: an overview*, IETM Mapping.
- Harabi Najib (2009), *Creative Industries: Case Studies from Arab Countries*, University of Applied Sciences of Northwestern Switzerland, URL :  
[https://www.researchgate.net/publication/46445774\\_Creative\\_Industries\\_Case\\_Studies\\_from\\_Arab\\_Countries](https://www.researchgate.net/publication/46445774_Creative_Industries_Case_Studies_from_Arab_Countries)
- Hariri Nizar, Kassis Grace (2016), « *Employability in the Cultural and creative Sectors in Arab Mediterranean Countries : The cases of Palestine, Egypt, Tunisia and Morocco* », Rapport commandé par MEDCULTURE, Projet de l'Union Européenne, Publié sur Internet :  
<http://www.medculture.eu/library/thematic-studies/employability-cultural-and-creative-sectors-arab-mediterranean-countries.html>
- Hill Stephen (2008), *Creative Lebanon: A framework for future prosperity*, URL :  
<https://creativeeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/lebanon-creative-lebanon-full-report.pdf>
- Howkins John (2001), *The Creative Economy: How people make money from ideas*, London, Penguin.

- IDAL (2020), Business Process Outsourcing, Investment Development Authority of Lebanon.  
[https://investinlebanon.gov.lb/en/sectors\\_in\\_focus/ict/business\\_process\\_outsourcing](https://investinlebanon.gov.lb/en/sectors_in_focus/ict/business_process_outsourcing)
  
- IDAL (2016), Information Technology Factsheet (2016), Investment Development Authority of Lebanon.  
<http://www.databank.com.lb/docs/IT%20factsheet%20-%20IDAL%202016.pdf>
  
- ITU (2018), Statistical Report. Measuring the Information Society Report, International Communication Union.  
<https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/publications/misr2018/MISR-2018-Vol-1-E.pdf>
  
- Kultura Nova Foundation (2013), *What we do, Foundation's purpose is the promotion and development of civil society in the Republic of Croatia in the fields of contemporary arts and culture*, URL :  
<https://kulturanova.hr>
  
- Kultura Nova Foundation (2011), Decision Promulgating Kultura Nova Foundation Act, Croatian Parliament, Zagreb, July 20, 2011.
  
- Lazzaro Elisabetta & Lowies Jean-Gilles (2014), *Le poids économique des industries culturelles et créatives en Wallonie et à Bruxelles*, Rapport du 8/12/2014, IWEPS, URL :  
<https://www.iweps.be/wp-content/uploads/2017/01/Rapport-final-ICC.pdf>
  
- Magnitt (2020), 2019 MENA Venture Investment Summary.  
<https://magnitt.com/research/2019-mena-venture-investment-summary-50681>
  
- Melki Roger (2007), *The Economic Contribution of Copyright-Based Industries in Lebanon*, URL :  
[https://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/performance/pdf/econ\\_contribution\\_cr\\_lb.pdf](https://www.wipo.int/export/sites/www/copyright/en/performance/pdf/econ_contribution_cr_lb.pdf)
  
- Ministère de l'Economie et du Commerce (2017), *What's in Lebanon for SMEs?*, Gouvernement du Liban.  
<https://www.economy.gov.lb/en/services/support-to-smes/whats-in-lebanon-for-smes>
  
- Ministère de l'Éducation de la Finlande (2009), Culture Satellite Account: Final Report. Helsinki: Ministry of Education Finland.
  
- Ministère de l'Europe et des Affaires Etrangères (2019), 2<sup>e</sup> Comité stratégique sur les Industries culturelles et créatives à l'export (11 avril 2019).
  
- Ministère de l'Europe et des Affaires Etrangères (2019), *Jean-Yves Le Drian et Franck Riester mobilisés pour la culture à l'international*, URL : <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/politique-etrangere-de-la-france/diplomatie-culturelle/les-actualites-et-evenements-de-la-diplomatie-culturelle-en-2019/article/jean-yves-le-drian-et-franck-riester-mobilises-pour-la-culture-a-l>
  
- Ministère du Travail (2018), Technical assistance to support promotion of social dialogue in Liban, Gouvernement du Liban.

- Shehabeddine Nabila (2018), *Intellectual Property Copyright and Fair Use Liban as a Case Study*, Library and Information Center of the Hungarian Academy of Sciences Budapest - Hungary, MelCome International Annual Conference July 18 – July 22, 2018, URL :  
[https://www.melcominternational.org/wpcontent/content/past\\_conf/2018/2018\\_papers/Paper\\_2018\\_SHABABEDDIN.pdf](https://www.melcominternational.org/wpcontent/content/past_conf/2018/2018_papers/Paper_2018_SHABABEDDIN.pdf)
  
- Spencer-Oatey, H. (2012), *What is culture? A compilation of quotations*, GlobalPAD Core Concepts, URL :  
<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.401.3386&rep=rep1&type=pdf>
  
- Statute Of Kultura Nova Foundation, Official Gazette of the Republic of Croatia, No. 90/2011.
  
- Tremblay Gaëtan (2008), *Industries culturelles, économie créative et société de l'information*, Global Media Journal, V1, issue1, Canada, URL :  
[http://jacobmatthews.free.fr/ICCDocument\\_13\\_Tremblay.pdf](http://jacobmatthews.free.fr/ICCDocument_13_Tremblay.pdf)
  
- Throsby David (2008), *From Cultural to Creative Industries: The Specific Characteristics of the Creative Industries*, Paris.
  
- UNCTAD (2019), *Creative Economy Outlook: Country profile*, URL :  
<https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=716>
  
- UNESCO (2015), *Cultural times: The first global map of cultural and creative industries*, URL :  
<https://en.unesco.org/creativity/files/culturaltimesthefirstglobalmapofculturalandcreativeindustriespdf>
  
- UNESCO/UNDP (2013), *Creative Economy Report 2013*, URL :  
<https://en.unesco.org/creativity/publication/creative-economy-report-2013>
  
- UNESCO/UNDP (2010), *Creative Economy Report 2010*, URL :  
[https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/ditctab20103_en.pdf)
  
- UNESCO (2009a), *Cadre de l'UNESCO pour les statistiques culturelles CSC 2009*, Institut de statistique de l'UNESCO, Montréal, Québec, Canada.
  
- UNESCO (2009), *"Measuring the economic contribution of Cultural industries: a review and assessment of current methodological approaches", Framework for cultural statistics handbook no 1*, URL :  
[http://www.lacult.unesco.org/docc/2012\\_Measuring\\_economic\\_contribution\\_cult\\_ndustries\\_UNESCO.pdf](http://www.lacult.unesco.org/docc/2012_Measuring_economic_contribution_cult_ndustries_UNESCO.pdf)
  
- UNESCO (2005), *Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles*, Paris, URL :  
[https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/2913\\_16\\_passport\\_web\\_f.pdf](https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/2913_16_passport_web_f.pdf)
  
- Union Européenne (2015), *Mapping of Clusters in Cultural and Creative industries in the southern Mediterranean*.

- Von Maltzahn Nadia (2017), *What Cultural Policies?" Explicit and Implicit Cultural Policies in Lebanon*, URL : <https://meta-journal.net/article/view/5088>
- Yencken David (1988), *The creative city, Meanjin*, Vol 47.
- Strategy & Formerly Booz & Company (2016), خارطة الطريق الاستراتيجية لوزارة الثقافة : الأولويات، والاهداف، والمبادرات الاستراتيجية، وزارة الثقافة.
- ريتا عازار ووظفاء حمادي (2009)، المسح الاستكشافي للسياسات الثقافية في لبنان، تحديث منى مرعي 2014، السياسات الثقافية في المنطقة العربية.
- قوانين وزارة الثقافة اللبنانية.
- وزارة المالية، قانون الموازنة العامة للعام 2018، الجمهورية اللبنانية.



# Annexes

# Annexe 1

## Consultations publiques

### 1 | Sur le rôle culturel des municipalités

L'Institut français du Liban a offert son soutien à cette étude en lançant une première consultation auprès de 20 municipalités et unions de municipalités, effectuée par courrier, et ce autour de leurs priorités et budgets en matière d'activités culturelles.

Du fait de la durée limitée de la consultation, des circonstances extrêmes que traversait le pays et du manque d'intérêt des municipalités, seules 14 réponses ont été reçues sur les 20 questionnaires envoyés, les municipalités n'ayant pas répondu étant: Beyrouth, Ghobeyri, Baabda, Sour, Nabatieh, Chtoura, Baalbek et Moukhtara.

Tableau 45 | Liste des municipalités incluses dans la consultation

Région	Nombre de résidents	Région	Nombre de réfugiés	Conseillers	Info budgétaire
Tripoli	600,000	Nord		24	oui
Zahlé	180,000	Bekaa	60,000	21	oui
Saida (estimation)	160,000	Sud		non fourni	non
Jdeideh	150,000	Mont-Liban		21	partielle
Aley	75,000	Mont-Liban		18	oui
Furnl el Chebak	65,000	Mont-Liban		18	oui
Kob Elias	50,000	Bekaa	500,000	18	partielle
Hazmieh	50,000	Mont-Liban		12	non
Zouk Michael	40,000	Mont-Liban	7,000	15	oui
Zgharta Ehden	36,000	Nord		21	oui
Jezzine	30,000	Sud		28	oui
Brital	23,000	Bekaa		18	oui
Hammana	12,000	Mont-Liban	1,200	non fourni	non
Antoura	4,000	Mont-Liban		9	oui

En fonction de leur région, leur nombre de résidents déclarés et les informations budgétaires fournies, nous obtenons la distribution suivante :

- 6 régions avec une population > 50,000 résidents ;
- 6 régions avec une population entre 20 et 50,000 résidents ;
- 2 régions avec moins de 20,000 résidents.

Deux régions se sont abstenues de fournir les chiffres relatifs à leur budget total et au budget alloué aux activités culturelles, et deux ont uniquement donné le budget total avec quelques explications sur le manque de moyens.

L'absence de retour de la municipalité de la capitale Beyrouth à cette consultation prive malheureusement l'étude d'un important élément d'évaluation et de comparaison. D'autre part, il est à noter que sur les 14 réponses reçues, seules 4 municipalités ont mentionné la présence des réfugiés (syriens et palestiniens), ce qui marque peut-être, en plus du manque de moyens et de conscience du rôle de la culture dans la création de valeurs sociales partagées et dans la lutte contre l'extrémisme, un manque d'intérêt pour les populations défavorisées de leurs communes.

### La municipalité de Tripoli

**Nombre de résidents déclarés : 600,000 personnes** (sans mention du nombre de réfugiés).

La municipalité de Tripoli a un budget annuel de 53 et 46 millions de USD en 2018 et 2019 respectivement. D'après les chiffres communiqués, un pourcentage minime est alloué aux activités culturelles ; il ne dépasse pas 1% de ses dépenses.

Tableau 46 | **Budget de la municipalité de Tripoli**

**Nombre de résidents déclarés : 600,000**

En USD	2018	2019
<b>Budget total</b>	<b>52,777,837</b>	<b>46,064,643</b>
ICC - dépenses activités	6,633	6,633
ICC - dépenses associations et infrastructure	33,167	33,167
% des dépenses ICC / dépenses totales	0.08	0.09
Montant des dépenses ICC / résident - USD	0.07	0.07

Avec un budget d'environ 40,000 USD par an et moins de 10 centimes par résident alloués à la culture, la municipalité de Tripoli définit 5 priorités qui sont dans l'ordre : 1) Activités culturelles et patrimoine (festivals de musiques et de théâtres), 2) Salon du livre et de peinture, 3) Ateliers sur la citoyenneté et le renforcement des capacités pour promouvoir le dialogue entre les jeunes et la société, 4) Formations en éducation civile et autres sujets culturels, 5) Théâtre interactif.

### La municipalité de Jezzine

Le budget annuel de la municipalité de Jezzine (Mohafazat du Liban-Sud, 30,000 habitants-résidents) s'élève à 2 millions de USD pour les années 2018 et 2019. Cette ville est la seule à avoir mentionné la différence entre son budget et les montants collectés, alors que les autres municipalités n'y font aucune référence et ont fourni les chiffres de leur budget uniquement.

À Jezzine, seulement 48% du budget prévu a été collecté en 2018 et 12% en 2019. Cette ville consacre 42 à 47% de ses ressources disponibles aux activités et associations culturelles, ce qui est largement supérieur à celui des autres villes du pays. Son président Khalil Harfouche a entrepris d'importants efforts à ce niveau, avec en perspective, le tourisme comme priorité absolue et principale source de revenus.

Les priorités de Jezzine en termes d'activités culturelles et créatives sont dans l'ordre : le tourisme, la musique, l'écriture et l'édition, l'artisanat et les travaux manuels. Les fonds sont alloués aux institutions suivantes : le Conseil culturel du Caza de Jezzine, la Fondation Jezzine pour la culture et le patrimoine, l'Association des artisans de Jezzine, Jezzine Phoenix et la bibliothèque publique affiliée à la municipalité de Jezzine.

Tableau 47 | Budget de la municipalité de Jezzine

Nombre de résidents déclarés : 30,000

En USD	2018	2019
<b>Budget total</b>	<b>1,923,715</b>	<b>2,056,385</b>
Revenus collectés	921,393	248,756
Dépenses effectuées	912,106	248,093
ICC - dépenses activités	232,172	99,502
ICC - dépenses associations et infrastructure	199,005	5,705
% des dépenses ICC / dépenses totales	47	42
Montant des dépenses ICC / résident - USD	14.37	3.51

Jezzine est un cas à part concernant la part des dépenses allouée à la culture. Ce chiffre atteint 14.4 USD/personne et par an, alors qu'il n'atteint pas les 10 centimes à Tripoli, la deuxième ville du pays. Parmi les régions qui ont alloué plus de 1 USD/résident par an en 2019, on compte les municipalités de : Zouk Michael (4.6 USD), Jezzine (3.5 USD), Zgharta-Ehden (2.7 USD), Zahlé (2.6 USD), et Aley (2 USD). Ceci peut s'expliquer par l'importance que ces régions accordent au tourisme et à ses revenus souvent générés par les festivals qui ciblent surtout la diaspora, en visite l'été. Il est à noter que ces villes ont mentionné une différence notable entre le nombre de leurs résidents permanents et ceux saisonniers. L'exemple de Aley illustre bien ce phénomène : sa population double en été (de 55,000 à 110,000 personnes) et au printemps 2020, elle a atteint, 75,000 personnes suite à la fuite massive de la population de la capitale vers les régions et les montagnes, entre autres à cause du Covid-19.

### La municipalité de Brital

En plus des cinq villes citées précédemment et qui ont alloué plus de 2 USD/résident annuellement aux ICC, Brital située dans le gouvernorat de la Bekaa, apparaît comme une exception avec ses 2.5 USD, sachant que cette région est marquée par le commerce illicite de drogue et d'armes, que le tourisme dans le nord-est de la Bekaa est absent pour des raisons sécuritaires et qu'aucun festival d'importance n'y a été organisé.

Tableau 48 | Budget de la municipalité de Brital

Nombre de résidants déclarés\* : 23,000

En USD	2018	2019
<b>Budget total</b>	<b>1,356,809</b>	<b>1,195,357</b>
ICC - dépenses activités	24,358	16,451
ICC - dépenses associations et infrastructure	33,167	26,534
% des dépenses ICC / dépenses totales	4.2	3.6
Montant des dépenses ICC / résident - USD	2.50	1.87

\* Brital déclare 23,000 résidants + 500,000 réfugiés syriens

### La municipalité de Saïda

Aucun chiffre n'est fourni sur le nombre d'habitants ou de résidents (estimé à 160,000 sans compter les réfugiés), ni sur le budget et les dépenses allouées aux activités culturelles et créatives. Cependant, les priorités de la ville en matière d'activités culturelles sont multiples et plus nombreuses que celles exprimées par les autres (au nombre de 8, dont 3 dédiées aux festivals et leurs activités, une pour la création d'un comité en charge de leur organisation, et une pour l'appui de l'industrie alimentaire). De même au niveau des associations et infrastructures, la municipalité de Saïda en cite aussi 8, dont 2 avec des institutions internationales et une relative aux activités sportives.

### Synthèse de la consultation auprès des municipalités

La municipalité de Jdeideh a détaillé dans un courrier en arabe que les taxes collectées par l'État pour le compte des municipalités n'ont pas été versées depuis 30 ans, celles de la facture d'électricité jamais versées depuis la promulgation de la loi et celles de la téléphonie mobile ont été payées une seule fois en 2 décennies ; les taxes municipales locales, comme celles de l'eau et des services de nettoyage et de maintenance de base, sont souvent partiellement collectées et le seront encore plus partiellement avec les crises consécutives que traverse le pays. Jezzine a mentionné que seulement 48% de son budget a pu être collecté en 2018, et 12% en 2019.

Même si l'effort culturel n'est pas le même dans ces collectivités et varie selon la taille et les conditions sécuritaires et économiques de chacune, la part des dépenses allouées aux activités culturelles confirme la grande importance accordée aux activités de tourisme, organiquement liées aux festivals et festivals saisonniers, suivies par le patrimoine et l'artisanat. En effet, le classement des priorités des municipalités participantes montre :

- La prédominance des investissements dans le tourisme, les festivals et l'artisanat ;
- Le manque de référence au renforcement des capacités, dialogues ou droits des citoyens. Seule Tripoli place en 3<sup>ème</sup> et 4<sup>ème</sup> priorités, l'organisation d'ateliers sur la citoyenneté, le renforcement des capacités et la promotion du dialogue entre les jeunes et la société, et les formations en éducation civique ;
- Aucune ne mentionne une activité innovante incluant une dimension numérique ou une activité culturelle considérée comme nouvelle ou « informelle » ; il n'existe qu'une seule référence au mot « ordinateur » dans la réponse de Saïda concernant l'équipement de sa bibliothèque publique ;
- Le manque d'efforts envers les réfugiés syriens et l'absence de toute notion de « populations défavorisées » ;
- Le manque de référence à des projets qui ciblent les femmes ; seule Kob Elias mentionne un « soutien financier et en ressources humaines (les employés municipaux) à l'organisation des activités surtout celles des enfants et des femmes ».

Avec la faillite de l'État, les crises économiques et l'instabilité politique et sécuritaire du pays, les ressources et moyens des municipalités seront extrêmement réduits. Les premières dépenses à sacrifier seront celles relatives à la culture. Les décideurs, tant au niveau des collectivités, maires et conseillers municipaux, qu'à l'échelle nationale, exécutif et législatif, considèrent la culture comme un luxe que l'on peut facilement sacrifier. Si aucune aide internationale dédiée à la culture n'est apportée aux municipalités sur l'ensemble du territoire, les liens sociaux, les valeurs partagées et le sens de la citoyenneté que véhicule la culture risquent de disparaître pour les générations libanaises futures. La décentralisation des activités culturelles est un besoin qui se ressent intensément et qui nécessite de coordonner les ressources qui seront allouées à ces activités par les institutions internationales, pour les canaliser vers les jeunes et les populations défavorisées, à commencer par les femmes et les réfugiés.

Au niveau des dépenses allouées aux activités et associations culturelles, les disparités sont très importantes : 0.07 USD par personne pour la municipalité de Tripoli contre 14.7 USD par résident en 2018 et 3.5 USD en 2019 pour Jezzine.

## 2 | Sur l'impact des crises et du covid-19

L'Institut français du Liban et le ministère de la Culture ont offert leur soutien en lançant une deuxième consultation auprès des professionnels des ICC, effectuée en ligne en juin 2020, sur l'impact des crises et de la Covid-19. Elle couvre un ensemble de structures culturelles et créatives : les centres culturels, les salles de spectacle, les salles de théâtre et de concert, les salles de cinéma, les salles d'exposition, les musées, les bibliothèques et médiathèques, les conservatoires et écoles de musique et de danse, les centres d'interprétation/de valorisation du patrimoine et offices de tourisme, les écoles d'art, de théâtre et de musique, les associations d'artistes, les troupes de théâtre, les troupes de danse, les groupes de musiciens, les associations d'artisanat, les guides touristiques et médiateurs du patrimoine.

L'objectif de cette consultation était de cerner les besoins, d'adapter les soutiens nécessaires et d'imaginer de nouveaux dispositifs de mutualisation pour maintenir un accès à la culture pour tous les Libanais. Disponible en 3 langues (arabe, français et anglais), la consultation a obtenu un total de 152 réponses.

### Composition des réponses reçues

Cet échantillon n'est pas représentatif de tous les acteurs de ces industries, ni en couverture de secteurs ni en nombre de participants, mais il est utile pour rendre compte de la situation des acteurs culturels libanais.

Tableau 49 | Composition de l'échantillon de l'enquête sur l'impact de la Covid-19 par sous-secteur des ICC

Secteur	Nombre de réponses	%
ADS	26	21
Arts visuels	44	36
Cinéma	13	11
Design	4	3
Edition	21	17
Musique	15	12
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100</b>

Tableau 50 | Composition de l'échantillon de l'enquête sur l'impact de la Covid-19 par métier

Métier	Nombre de réponses	%
Artiste-créateur ou technicien	58	47
Producteur, manager ou organisateur	65	53
<b>Total</b>	<b>123</b>	<b>100</b>

Tableau 51 | Les sources de financement principales et secondaires selon l'enquête sur l'impact de la Covid-19

Financement	Principale	Source secondaire	Total
Mécénat	15	6	21
Billetteries et ventes	30	11	41
Subventions étrangères	22	27	49
Salaires ou autres	-	-	7
<b>Total</b>	<b>67</b>	<b>44</b>	<b>118</b>

Il est à noter que 62% des participants ont déclaré avoir une activité à l'international, y compris ceux des ADS et arts visuels et audiovisuels.

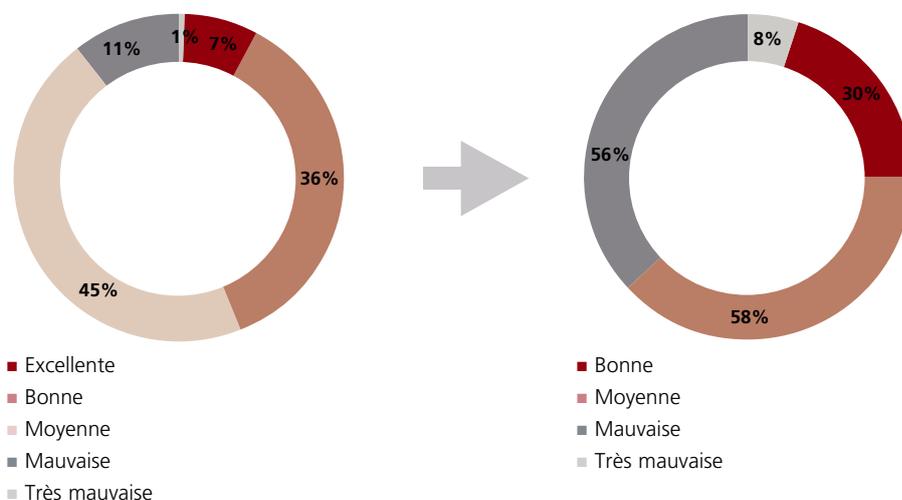
### 3 | Résultats de l'enquête

De cette consultation ressortent 5 éléments importants, ainsi qu'une série de propositions à mettre en œuvre pour permettre la reprise du secteur culturel au Liban.

La Covid-19 a durement aggravé la situation des acteurs culturels qui était déjà loin d'être excellente avant la crise.

Figure 14 | Évolution de la situation des professionnels selon l'enquête sur l'impact de la Covid-19

Quelle était votre situation avant la Covid-19 ?      Quelle est votre situation depuis la Covid-19 ?



La crise économique est le principal élément ayant contribué à dégrader la situation des acteurs culturels avant la Covid-19.

Pour les acteurs dont la situation était moyenne à très mauvaise avant la Covid-19, les facteurs ayant conduit à leur situation sont indiqués dans le tableau suivant :

Tableau 52 | Principaux facteurs affectant négativement la situation selon l'enquête sur l'impact de la Covid-19

	La crise économique	La crise bancaire et financière	Les obstacles administratifs	Le poids de la fiscalité
Facteur principal	76	55	26	20
Facteur secondaire	9	23	35	27
Élément non pertinent	1	8	25	39

La crise bancaire et le gel des capitaux représentent un frein majeur à la reprise de l'activité des acteurs culturels, car la majorité travaille aussi à l'international.

La reprise de l'activité est très incertaine pour près de la moitié des acteurs interrogés et les crises marquent la fin des activités pour près de 8% des acteurs interrogés.

À la question « Comptez-vous reprendre l'activité d'ici la fin de l'année 2020 » les réponses sont :

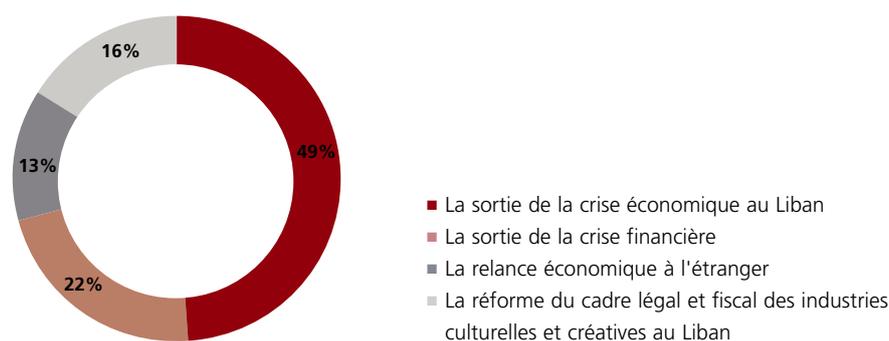
Tableau 53 | Possibilité de reprise des activités à l'horizon de 2021 selon l'enquête sur l'impact de la Covid-19

	Nombre de réponses	%
Oui	65	45.5
Non	11	7.7
Ne sait pas encore (juin 2020)	67	46.9

La sortie de la crise économique est identifiée comme le principal facteur de reprise de l'activité, mais une sortie de crise financière, une impulsion internationale et une réforme du cadre légal et fiscal des ICC aideraient également les acteurs culturels à repartir.

Figure 15 | Facteurs déterminants pour la reprise des activités post-Covid-19

Quels est le facteur déterminant pour la reprise de vos activités après la crise de la COVID-19



### Des propositions ascendantes

- Maintenir et renforcer le soutien financier public à la culture ;
- Réformer le système fiscal afin qu'il soit davantage favorable à l'art (réduction des taxes sur les productions artistiques, défiscalisation du mécénat) ;
- Supprimer les dispositifs de censure ;
- Soutenir la constitution de structures collectives de concertation et d'appui aux artistes, capable de mettre en place des dispositifs de solidarité solides et des projets communs ;
- Faciliter et encourager la collecte de fonds de la diaspora ;
- Apporter un soutien financier pour neutraliser l'effet de la dévaluation sur les produits culturels importés (livres, films...) ;
- Soutenir une économie de tourisme culturel.

# Annexe 2

## Budget du ministère de la Culture, codes du ministère des Finances, taxes et impôts applicables

### 1 | Évolution du budget du ministère de la Culture

Tableau 54 | Évolution du budget du MdC entre 2015 et 2019

Milliers de USD	2015	2016	2017	2018	2019
المجموع	24,195\$	24,958\$	26,414\$	32,272\$	33,219\$
<b>Directorat General de la Culture</b>	<b>7,991\$</b>	<b>7,940\$</b>	<b>7,993\$</b>	<b>8,431\$</b>	<b>6,483\$</b>
نفقات تشغيلية Opex	6,877\$	6,826\$	6,872\$	6,588\$	5,056\$
رولتب و أجور	1,033\$	1,001\$	1,025\$	1,388\$	1,406\$
منافع اجتماعية	40\$	40\$	40\$	36\$	31\$
النفقات الاستثمارية CapEx	1,114\$	1,114\$	1,121\$	1,842\$	1,427\$
<b>المديرية العامة للآثار</b>	<b>5,126\$</b>	<b>5,625\$</b>	<b>7,028\$</b>	<b>12,166\$</b>	<b>10,870\$</b>
النفقات التشغيلية منها Opex	2,934\$	3,074\$	3,482\$	6,492\$	6,385\$
المخصصات والرواتب واللاجور وملحقاتها	2,289\$	2,398\$	2,750\$	5,785\$	5,753\$
منافع اجتماعية	43\$	40\$	40\$	66\$	93\$
النفقات الاستثمارية CapEx	2,192\$	2,551\$	3,546\$	5,674\$	4,485\$
<b>المعهد الوطني للموسيقى - المديرية العامة للثقافة</b>	<b>11,078\$</b>	<b>11,393\$</b>	<b>11,393\$</b>	<b>11,675\$</b>	<b>14,949\$</b>
النفقات التشغيلية Opex	11,078\$	11,393\$	11,393\$	11,675\$	14,949\$
<b>المكتبة الوطنية - المديرية العامة للثقافة</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>653\$</b>
النفقات التشغيلية Opex	-	-	-	-	653\$

Tableau 55 | Codes ICC au ministère des Finances

Code Mdf	Secteur	Sous-secteur
749906	Mode	Design de mode et de conception de bijoux
332001	Audiovisuel	Fabrication de lentilles, de verres et d'équipement vidéo et photo
513910	Audiovisuel	Vente en gros d'équipement vidéo et photo
523902	Audiovisuel	Vente au détail d'équipement audiovisuel
921101	Audiovisuel	Productions de téléfilms
921102	Audiovisuel	Production de vidéos pour les entreprises ou pour les publicités
921106	Audiovisuel	Diffusion et distribution de vidéos
921103	Cinéma	Production de films cinématographiques
921104	Cinéma	Services techniques relatifs au cinéma et à la télévision
921105	Cinéma	Distribution de films cinématographiques et vidéo d'entreprises
921201	Cinéma	Diffusion de films cinématographiques
552043	Danse	Discothèque
921902	Danse	Salles de fête et discothèques
749903	Expositions	Organisation d'expositions
921409	Expositions	Gestion des salles d'exposition
921406	Festivals	Organisation de concerts et de festivals
921401	Galleries d'Art	Activités artistiques
369901	Joaillerie	Fabrication de bijoux-fantaisie
513920	Joaillerie	Vente en gros de montres et de bijoux
513921	Joaillerie	Vente en gros de bijoux
523930	Joaillerie	Vente au détail de montres et de bijoux
523931	Joaillerie	Vente au détail de bijoux
526030	Joaillerie	Réparation de montres et de bijoux
526031	Joaillerie	Réparation de bijoux
221101	Livres/édition	Publication de livres, de brochures, etc.
221201	Livres/édition	Publication de journaux
221202	Livres/édition	Publication de revues et de périodiques
221901	Livres/édition	Autres genres de publications
513905	Livres/édition	Vente en gros de livres, papiers, revues, journaux et papeterie
523901	Livres/édition	Vente au détail de livres, papiers, revues, journaux et papeterie
524021	Livres/édition	Vente au détail de livres usagés
923101	Livres/édition	Activités des librairies et des archives
923201	Sites et Musées	Activités de musées et préservation de bâtiments historiques
171101	Textile	Préparation et filage de fibres et de tissage
171201	Textile	Transformation des produits textiles
172103	Textile	Fabrication d'autres produits textiles
172902	Textile	Fabrication de produits textiles non classés ailleurs
513101	Textile	Vente en gros de produits textiles
523220	Textile	Vente au détail de produits textiles
526003	Textile	Restauration et réparation de vêtements

Tableau 56 | Taxes et impôts appliqués aux ICC

Par rapport au statut légal		La déclaration et le règlement de la taxe / de l'impôt incombent	Taux d'imposition
Impôt sur les bénéfices	Sur les sociétés de capitaux	À la société	Relatif, 17%
	Sur les sociétés de personnes	Aux associés, selon la part des bénéficiaires de chacun	Progressif, varie entre 4% et 25% selon la tranche
	Sur les travailleurs indépendants	Aux travailleurs indépendants	Progressif, varie entre 4% et 25% selon la tranche
Impôt sur les traitements et les salaires	Sur les traitements et les salaires des employés et des salariés	Aux sociétés ou aux travailleurs indépendants	Progressif, varie entre 2% et 25% selon la tranche
Impôt sur contribuables les non-résidents	Sur les revenus perçus au Liban par des personnes physiques ou morales ne possédant « pas d'établissement professionnel au Liban »	Aux sociétés ou aux travailleurs indépendants	Relatif, à raison de 7.5% sur les services
TVA	Sur la valeur des revenus imposables non exemptés de la taxe	Aux sociétés ou aux travailleurs indépendants	Relatif, à raison de 11% sur la valeur du revenu
Frais dus à la Caisse mutuelle des syndicats des artistes professionnels	Frais d'abonnement annuel payé par tous les membres	Aux professionnels	Déterminé dans le règlement intérieur de la Caisse
	Taxe sur la valeur des billets de toute prestation artistique	Aux sociétés ou aux travailleurs indépendants	Relatif, à raison de 2% de la valeur des billets de toute prestation artistique
	Frais dont le pourcentage est pris des contrats avec les artistes non libanais	Aux sociétés ou aux travailleurs indépendants	Relatif, à raison de 10% sur les contrats des artistes non libanais

### Impôts sur les bénéficiaires

- Pour les sociétés de capitaux (Sociétés Anonymes Libanaises SAL, Sociétés à Responsabilité Limitée SARL et Sociétés en commandite par actions par rapport aux commanditaires):  
En vertu de l'article 32 de la loi de l'impôt sur le revenu, la charge du règlement des impôts incombe à la société à hauteur de 17%.
- Pour les sociétés de personnes (en nom collectif et en commandite par action), les sociétés professionnelles et les entreprises individuelles :  
La charge du règlement des impôts incombe aux associés des sociétés de personnes selon la part de bénéfice de chacun. Cette charge incombe également aux sociétés ou aux travailleurs indépendants.

En vertu de l'article 32 de la loi sur l'impôt sur le revenu, le taux d'imposition varie entre 4% et 25% selon les tranches suivantes :

- 4% (4 pourcent) sur la part imposable n'excédant pas /9,000,000/L.L. (neuf millions de livres libanaises) ;
- 7% (7 pourcent) sur la tranche imposable supérieure à /9,000,000/L.L. (neuf millions de livres libanaises) et n'excédant pas /24,000,000/L.L. (vingt-quatre millions de livres libanaises) ;
- 12% (douze pourcent) sur la tranche imposable supérieure à /24,000,000/L.L. (vingt-quatre millions de livres libanaises) et n'excédant pas /54,000,000/L.L. (cinquante-quatre millions de livres libanaises) ;
- 16% (seize pourcent) sur la tranche imposable supérieure à /54,000,000/L.L. (cinquante-quatre millions de livres libanaises) et n'excédant pas /104,000,000/L.L. (cent quatre millions de livres libanaises) ;
- 21% (vingt et un pourcent) sur la tranche imposable supérieure à /104,000,000/L.L. (cent quatre millions de livres libanaises) et n'excédant pas /225,000,000/L.L. (deux cent vingt-cinq millions de livres libanaises) ;
- 25% (vingt-cinq pourcent) sur la tranche imposable supérieure à /225,000,000/L.L. (deux cent vingt-cinq millions de livres libanaises).

Il convient de noter que l'article 5 de la loi sur l'impôt sur le revenu stipulait 9 exemptions de l'impôt sur les bénéficiaires n'ayant aucun rapport avec les activités de notre étude.

### Impôt sur les traitements et les salaires des employés et des salariés

En vertu de l'article 58 de la loi sur l'impôt sur le revenu, le taux d'imposition varie entre 4% et 25% selon les tranches suivantes :

- 2% (deux pourcent) sur la tranche des revenus nets imposables n'excédant pas /6,000,000/ L.L. (six millions de livres libanaises) ;
- 4% (quatre pourcent) sur la tranche des revenus nets imposables supérieurs à /6,000,000/ L.L. (six millions de livres libanaises) et n'excédant pas /15,000,000/ L.L. (quinze millions de livres libanaises) ;
- 7% (sept pourcent) sur la tranche des revenus nets imposables supérieurs à /15,000,000/ L.L. (quinze millions de livres libanaises) et n'excédant pas /30,000,000/ L.L. (trente millions de livres libanaises) ;
- 11% (onze pourcent) sur la tranche des revenus nets imposables supérieurs à /30,000,000/ L.L. (trente millions de livres libanaises) et n'excédant pas /60,000,000/ L.L. (soixante millions de livres libanaises) ;
- 15% (quinze pourcent) sur la tranche des revenus nets imposables supérieurs à /60 000 000/ L.L. (soixante millions de livres libanaises) et n'excédant pas /120,000,000/ L.L. (cent vingt millions de livres libanaises) ;
- 20% (vingt pourcent) sur la tranche des revenus nets imposables supérieurs à /120,000,000/ L.L. (cent vingt millions de livres libanaises) et n'excédant pas /225,000,000/ L.L. (deux cent vingt-cinq millions de livres libanaises) ;
- 25% (vingt-cinq pourcent) sur la tranche des revenus nets imposables supérieurs à /225,000,000/ L.L. (deux cent vingt-cinq millions de livres libanaises).

Il convient de noter que l'article 47 de la loi sur l'impôt sur le revenu disposait de 10 exemptions de l'impôt sur les traitements et des salaires n'ayant aucun rapport avec les activités de notre étude.

### Impôt sur les contribuables non-résidents

Les articles 41-42-43 de la loi sur l'impôt sur le revenu disposent que les montants perçus au Liban pour les travaux/services réalisés par des personnes, des sociétés ou des entreprises ne possédant « pas d'établissement professionnel au Liban » sont soumis à l'impôt sur les contribuables non-résidents.

Le montant net imposable représente cinquante pourcent (50%) des recettes pour les services rendus (prestations de service) et quinze pourcent (15%) des recettes ou factures et autres activités. Le prélèvement et la perception des impôts sont fixes à un taux de quinze pourcent (15%) du montant net imposable.

Tableau 57 | **Impôts sur les contribuables non résidents**

Explication	En échange d'un service	En échange de matériel, de fourniture, de marchandise...
Montant perçu		
Montant soumis à l'impôt	50%	15%
Montant de l'impôt dû	15%	15%
Taux d'imposition	7.50%	2.25%
	(15% x 50%)	(15% x 15%)

## TVA

En vertu de l'article 25 de la loi sur la TVA, la charge du règlement de la taxe incombe aux sociétés et aux travailleurs indépendants à un taux de 11%.

Il convient de noter que l'article 16 de la loi sur la TVA stipulait l'exemption de 11 activités de la TVA n'ayant aucun rapport avec les activités de notre étude.

De plus, l'article 17 de la loi sur la TVA a prévu l'exemption de 13 groupes de marchandises de la TVA, non concernés par l'étude à l'exception de la clause 4 qui comprend l'exemption des livres et publications similaires, des revues, des journaux, des feuilles et des cartons utilisés pour écrire ou imprimer, des feuilles de journaux sous forme de bobines ou de plaques et de l'encre d'imprimerie de la TVA.

Le ministre des Finances a défini dans les instructions n°2302 / p.1 du 08/12/2003, les livres et publications similaires, les magazines et les journaux exemptés de la TVA.

Le ministre des Finances a également émis des instructions sous le n°2377 / p.1 du 16/12/2003 modifiant les instructions mentionnées ci-dessus qui définissent les livres et publications similaires, les magazines et les journaux exemptés de la TVA.

## Frais dûs à la Caisse mutuelle des syndicats des artistes professionnels

L'article 16 de la loi n° 56/2008, qui réglemente les professions artistiques et les revenus de la Caisse dispose ce qui suit :

Les revenus de la Caisse proviennent :

- Des frais d'abonnement annuels payés par tous les membres et qui sont déterminés dans le règlement intérieur de la Caisse ;
- Une taxe de 2% de la valeur des billets de toute prestation artistique collectés par le ministère des Finances et transférés à la Caisse mensuellement ;
- Des frais de 10% sur les contrats des artistes non-Libanais collectés par le ministère des Finances et transférés à la Caisse mensuellement ;
- De la contribution financière annuelle du ministère de la Culture déterminée par une décision du ministre ;
- Des donations, des dons et des legs reçus suite à l'accord du ministre de la Culture.

Tableau 58 | Importations, exportations et balance commerciale des ICC par secteur (milliers de USD) des ICC de 2011 à 2020 par secteur (milliers de USD)

Année	Secteur	Importation	Exportation	Balance commerciale
2011	Artisanat	57,831	6,308	-51,523
2011	Design bijoux et joaillerie	50,586	58,107	7,521
2011	Arts visuels	17,373	3,184	-14,189
2011	Audio-visuel	1,578	543	-1,035
2011	Édition	81,492	63,423	-18,069
<b>Total 2011</b>		<b>208,860</b>	<b>131,565</b>	<b>-77,295</b>
2012	Artisanat	64,586	6,399	-58,187
2012	Design bijoux et joaillerie	87,362	110,135	22,773
2012	Arts visuels	28,445	3,366	-25,079
2012	Audio-visuel	566	158	-408
2012	Édition	62,404	85,566	23,162
<b>Total 2012</b>		<b>243,363</b>	<b>205,624</b>	<b>-37,739</b>
2013	Artisanat	63,032	5,353	-57,679
2013	Design bijoux et joaillerie	62,817	85,736	22,919
2013	Arts visuels	15,848	4,377	-11,471
2013	Audio-visuel	12	6	-6
2013	Édition	54,796	83,969	29,173
<b>Total 2013</b>		<b>196,505</b>	<b>179,441</b>	<b>-17,064</b>
2014	Artisanat	63,671	5,499	-58,172
2014	Design bijoux et joaillerie	56,686	60,565	3,879
2014	Arts visuels	11,690	3,190	-8,500
2014	Audio-visuel	6	23	17
2014	Édition	54,297	122,490	68,193
<b>Total 2014</b>		<b>186,350</b>	<b>191,767</b>	<b>5,417</b>
2015	Artisanat	63,375	5,851	-57,524
2015	Design bijoux et joaillerie	74,598	60,701	-13,897
2015	Arts visuels	19,321	3,681	-15,640
2015	Audio-visuel	219	-	-219
2015	Édition	50,502	76,066	25,564
<b>Total 2015</b>		<b>208,015</b>	<b>146,299</b>	<b>-61,716</b>
2016	Artisanat	64,469	3,783	-60,686
2016	Design bijoux et joaillerie	81,820	53,343	-28,477
2016	Arts visuels	9,193	2,249	-6,944
2016	Audio-visuel	-	-	-
2016	Édition	40,738	61,808	21,070
<b>Total 2016</b>		<b>196,220</b>	<b>121,183</b>	<b>-75,037</b>
2017	Artisanat	62,520	3,803	-58,717
2017	Design bijoux et joaillerie	122,144	53,355	-68,789
2017	Arts visuels	10,115	4,623	-5,492
2017	Audio-visuel	-	33	33
2017	Édition	43,713	71,391	27,678
<b>Total 2017</b>		<b>238,492</b>	<b>133,205</b>	<b>-105,287</b>

Année	Secteur	Importation	Exportation	Balance commerciale
2018	Artisanat	56,875	4,442	-52,433
2018	Design bijoux et joaillerie	136,808	56,328	-80,480
2018	Arts visuels	12,646	3,992	-8,654
2018	Audio-visuel	20	1	-19
2018	Édition	46,592	65,201	18,609
<b>Total 2018</b>		<b>252,941</b>	<b>129,964</b>	<b>-122,977</b>
2019	Artisanat	42,601	5,027	-37,574
2019	Design bijoux et joaillerie	93,910	68,198	-25,712
2019	Arts visuels	11,301	3,168	-8,133
2019	Audio-visuel	-	5	5
2019	Édition	40,895	71,815	30,920
<b>Total 2019</b>		<b>188,707</b>	<b>148,213</b>	<b>-40,494</b>
2020	Artisanat	4,205	2,237	-1,968
2020	Design bijoux et joaillerie	4,432	21,034	16,602
2020	Arts visuels	1,907	601	-1,306
2020	Audio-visuel	-	-	-
2020	Édition	4,703	12,488	7,785
<b>Total 2020 (1<sup>er</sup> trimestre)</b>		<b>15,247</b>	<b>36,360</b>	<b>21,113</b>

# Annexe 3

## Audiovisuel et cinéma en 2018

Tableau 59 | Top 10 du box-office en 2018

Film	Nombre de visiteurs (milliers)
Capharnaum	188
Johnny English Strikes Again	110
Al Mahraja (local)	107
Mission Impossible 6: Fallout	107
Se3a w Nos (local)	89
Time Out (local)	89
Avengers 3 Infinity War	78
Morine St. Marina (local)	66
The Meg	66
Hotel Transylvania 3: Monster Vacation	65

Source: Grand Cinemas

Tableau 60 | Box-office des films libanais

Film	Territoire	Admissions
12 Angry Lebanese: The Documentary (2009)	Liban	4,657
24 Hours of Love (2013)	Liban	1,242
33 Days (2012)	Liban	21,929
Abu Riad (2007)	Liban	50,968
Akel Shareb Neyem (2017)	Liban	2,779
Al Fajer (2000)	Liban	4,735
Al Sayida Al Thaniya (2015)	Liban	102,326
Alwan Beirut (2018)	Liban	15,175
Amour d'enfants (2008)	Liban	1,669
And Action (2017)	Liban	16,367
Arme A L'Oeil (2011)	Liban	1,038
Asfour (2012)	Liban	3,289
Bahr al nojoum (2008)	Liban	18,981
Bahr al nojoum (2008)	EAU	6,854
Bahr al nojoum (2008)	Jordan	1,818
Bala Hayba (2019)	Liban	139,470
Banet Amati Binti Wa Ana (2003)	Liban	24,554
Batal Min Al Janoub (2001)	Liban	2,360

Film	Territoire	Admissions
Bebe (2013)	Liban	157,959
Bebe (2013)	Koweït	2,975
Bebe (2013)	EAU	1,858
Bebe (2013)	Jordanie	1,672
Beirut (2018)	EAU	6,464
Beirut (2018)	Bahrain	4,341
Beirut (2018)	Liban	3,391
Beirut (2018)	Qatar	2,060
Beirut Open City (2008)	Liban	28,032
Bel Sodfat - By Chance (2019)	Liban	16,864
Bel Sodfat - By Chance (2019)	Arabie saoudite	1,073
Bel-Ghalat (2018)	Liban	200,221
Bel-Ghalat (2018)	EAU	3,909
Bennesbeh Labokra Chou (2016)	EAU	9,958
Bennesbeh Labokra Chou (2016)	Qatar	1,510
Bennesbeh Labokra Chou (2016)	Liban	155,029
Betroit (2012)	Liban	7,666
Bi Ghamdit 3ein (2017)	Liban	153,132
Bi Ghamdit 3ein (2017)	UAE	2,218
Bil Halal (2016)	Liban	9,187
Bingo! (2016)	Liban	65,264
Bosta (2005)	Liban	140,259
Bosta (2005)	UAE	5,949
Buried Secrets (TV Movie 2014)	Liban	4,510
Capernaum (2018)	Liban	203,997
Capernaum (2018)	EAU	27,562
Capernaum (2018)	Égypte	8,275
Capernaum (2018)	Jordan	6,559
Capernaum (2018)	Qatar	3,367
Capernaum (2018)	Koweït	2,883
Capernaum (2018)	Bahrain	1,843
Capernaum (2018)	Oman	1,450
Caramel (2008)	Liban	113,546
Caramel (2008)	EAU	10,802
Cash Flow (2012)	Liban	58,532
Cash Flow (2012)	UAE	1,837
Cash Flow 2 (2016)	Liban	36,347
Charao El Hashishe (2019)	Liban	22,869
Charbel: The Movie (2009)	Liban	48,754
Chatti Ya Dini (2010)	Liban	4,442
Dans les Champs de Batailles (2005)	Liban	6,272
Dunia (2005)	Liban	2,606
Epic (2013)	Liban	7,846

Film	Territoire	Admissions
Falafel (2006)	Liban	19,865
Film Ameriki Tawil (2016)	Liban	56,645
Ghada'A El Eid (Heaven without People) (2018)	Liban	5,589
Ghadi (2013)	Liban	80,036
Ghadi (2013)	UAE	2,017
Ghanoujet Baya (2006)	Liban	208,657
Go Home (2015)	Liban	1,199
Good Morning (2018)	Liban	1,756
Habbet Caramel (2018)	Liban	198,379
Habbet Caramel (2018)	Jordan	13,036
Habbet Caramel (2018)	EAU	3,733
Habbet Caramel (2018)	Qatar	1,304
Habbet Loulou (2013)	Liban	126,609
Habbet Loulou (2013)	UAE	1,311
Habbet Loulou (2013)	Jordan	1,238
Helwe Ktir W Kezzabi (2013)	Liban	99,145
Here to Stay (2017)	Liban	1,217
Heritages (Local) (2014)	Liban	21,414
In Syria (2017)	Liban	2,670
In Syria (2017)	EAU	1,189
Insan Hayawan Chay' (2014)	Liban	1,019
Ismaili (2017)	Liban	25,272
Je veux voir (2008)	Liban	2,280
Kamal Joumblatt, Witness and Martyr (2015)	Liban	3,770
Kel Yom Eid (2009)	Liban	1,577
Khabsa - What Did I Mess (2018)	Liban	76,572
Khabsa - What Did I Mess (2018)	UAE	1,965
Khallet Warde (2011)	Liban	21,893
Khallik Maai (2008)	Liban	17,140
Lahon W Habs (2019)	Liban	102,578
Lahon W Habs (2019)	UAE	1,755
Lahon W Habs (2019)	Qatar	1,156
Last Scene (2007)	Liban	1,713
Layali bala noom (2012)	Liban	1,450
Leilet Eid (2007)	Liban	42,967
Li Anni B7bbak (2016)	Liban	32,854
Maharaja (2019)	Liban	182,887
Maharaja (2019)	Arabie saoudite	4,379
Maharaja (2019)	EAU	2,497
Mahbas (2017)	Liban	83,468
Mahbas (2017)	EAU	13,138
Mahbas (2017)	Jordanie	2,919
Mahbas (2017)	Koweït	1,859

Film	Territoire	Admissions
Malla 3al2a: Trouble (2018)	Liban	27,647
Mercedes (2011)	Liban	1,235
Martyr (2017)	Liban	1,585
Max w Antar (2016)	Liban	29,827
Meenak Enta - Minak Enta (2018)	Liban	10,344
Melodrama Habibi (2009)	Liban	1,619
Mme Bambino (2008)	Liban	43,977
Morine (St Marina)	Liban	32,140
My Last Valentine in Beirut in 3D (2012)	Liban	9,210
Neswen (2014)	Liban	56,420
Nour (2017)	Liban	7,091
Nuts (2016)	Liban	11,715
On the Footsteps of Christ (2019)	Liban	1,525
Ossit Sawani (2013)	Liban	13,230
Paparazzi (2015)	Liban	16,412
Paparazzi (2015)	EAU	3,560
Princess of Rome (2015)	Liban	8,903
Rabih (2017)	Liban	2,750
Rsasa taycheh (2010)	Liban	19,341
Rue Huvelin (2011)	Liban	8,705
S.L Film (1998)	Liban	108,148
Scheherazade'S Diary (2014)	Liban	6,718
Se3a w Noss (One Hour and a Half) (local)	Liban	85,296
Se3a w Noss w Khamseh (2019)	Liban	42,407
Semaan Bil Day'ia (2008)	Liban	1,563
Shi Youm Rah Fil (2015)	Liban	65,040
Shola Cohen (2009)	Liban	2,374
Silina (2009)	Liban	16,390
Siraj El Wadi (2009)	Liban	14,276
Sorry Mom (2011)	Liban	14,997
Stable Unstable (2013)	Liban	7,889
Still Burning (2016)	Liban	2,006
Tallatit (2016)	Liban	15,359
Tannoura Maxi (2011)	Liban	16,335
Taxi Ballad (2011)	Liban	15,571
The Elephant King - Al Fil Al Malak (2017)	Liban	87,293
The Insult (2017)	Liban	129,128
The Insult (2017)	UAE	14,242
The Insult (2017)	Égypte	2,775
The Lebanese Rocket Society (2012)	Liban	1,894
The Return (2017) (local)	Liban	1,514
The Return of Pinocchio (2019)	Liban	6,375
The Traveller (2016)	Liban	3,740

Film	Territoire	Admissions
Time Out - Lebanese (2018)	Liban	140,371
Time Out - Lebanese (2018)	Jordanie	2,466
Very Big Shot (2016)	Liban	50,131
Very Big Shot (2016)	EAU	1,277
Victorious Secret (2015)	Liban	5,375
Vitamin (2014)	Liban	179,513
Vitamin (2014)	EAU	5,607
Vitamin (2014)	Jordanie	2,671
Vitamin (2014)	Qatar	1,316
Void (2013)	Liban	2,918
Wajib (2017)	Liban	1,279
Wanted - Matloubin (2019)	Liban	46,271
We Were Communists - Sheoeyin Kenna (2010)	Liban	1,447
Welaane (2016)	Liban	153,128
Welcome to Liban (2016)	Liban	41,106
Where do we go now? - Wa Halaa La Ween (2012)	Liban	324,731
Where do we go now? - Wa Halaa La Ween (2012)	EAU	23,742
Where do we go now? - Wa Halaa La Ween (2012)	Jordanie	23,408
Where do we go now? - Wa Halaa La Ween (2012)	Égypte	6,051
Where do we go now? - Wa Halaa La Ween (2012)	Kuwait	5,029
Where do we go now? - Wa Halaa La Ween (2012)	Bahreïn	1,984
White Lie aka Kezbe Bayda (2018)	Liban	55,186
White Lie aka Kezbe Bayda (2018)	Jordan	1,386
Wled El Nouweb (2018)	Liban	3,208
YA OMRI (2017)	Liban	1,478
Yalla 3a2belkon Chabeb (2016)	Liban	53,248
Yalla Aa'belkon: Single, Married, Divorced (2014)	Liban	86,964
Yalla Aa'belkon: Single, Married, Divorced (2014)	Jordanie	1,043
Yanoosak (2010)	Liban	2,553
Yom Eh, Yom La2 (2020)	Liban	135,416
YOUM BI BEIRUT (One of These Days) (local)	Liban	1,324
Zafafian (2017)	Liban	108,033
Zozo (2005)	Liban	15,440

Tableau 61 | Admissions et box-office mondial des plus grands succès du cinéma libanais

Nombre d'admissions	Année	Titre	Box-office mondial (USD)	Budget (USD)	Recettes/budget
324,731	2012	Where do we go now? - Wa Halaa La Ween (2012)	7,507,008	6,700,000	1.12
208,657	2006	Ghanoujet Baya (2006)			
203,997	2018	Caphernaum (2018)	63,573,085	4,000,000	16.3
200,221	2018	Bel-Ghalat (2018)			
198,379	2018	Habbet Caramel (2018)			
182,887	2019	Maharaja (2019)			
179,513	2014	Vitamin (2014)			
157,959	2013	Bebe (2013)			
155,029	2016	Bennesbeh Labokra Chou (2016)	1,400,000	-	
153,132	2017	Bi Ghamdit 3ein (2017)	1,300,000		
153,128	2016	Welaane (2016)	711,852	1,200,000	0.59
140,371	2018	Time Out - Lebanese (2018)			
140,259	2005	Bosta (2005)	552,007	800,000	0.69
139,470	2019	Bala Hayba (2019)			
135,416	2020	Yom Eh, Yom La2 (2020)	33,750		
129,128	2017	The Insult (2017)	3,264,911	2,400,000	1.36
126,609	2013	Habbet Loulou (2013)			
113,546	2008	Caramel (2008)	14,253,760	1,600,000	8.90

Tableau 62 | Importations, exportations et balance commerciale des équipements de l'audiovisuel de 2011 à 2019 - Douanes

Année	Produit	Importation (milliers de USD)	Exportation (milliers de USD)	Trade balance (milliers de USD)
2011	Equip audiovisuel	183,878	17,867	166,011
2012	Equip audiovisuel	1,438,190	94,843	1,343,347
2013	Equip audiovisuel	1,248,451	80,025	1,168,426
2014	Equip audiovisuel	1,059,315	65,795	993,520
2015	Equip audiovisuel	867,934	52,452	815,482
2016	Equip audiovisuel	696,397	39,803	656,594
2017	Equip audiovisuel	522,739	28,076	494,663
2018	Equip audiovisuel	322,787	19,433	303,354
2019	Equip audiovisuel	130,612	10,551	120,061
2020	Equip audiovisuel	19,616	2,048	17,568

Tableau 63 | Importations, exportations et balance commerciale des consommations intermédiaires du secteur audiovisuel de 2011 à 2019 - Douanes

Année	Produit	Importation (milliers de USD)	Exportation (milliers de USD)	Balance commerciale (milliers de USD)
2011	Cons intermédiaire audiovisuel	13,846	98	-13,748
2012	Cons intermédiaire audiovisuel	10,965	243	-10,722
2013	Cons intermédiaire audiovisuel	11,252	59	-11,193
2014	Cons intermédiaire audiovisuel	11,597	45	-11,552
2015	Cons intermédiaire audiovisuel	11,032	130	-10,902
2016	Cons intermédiaire audiovisuel	9,706	120	-9,586
2017	Cons intermédiaire audiovisuel	9,206	103	-9,103
2018	Cons intermédiaire audiovisuel	8,156	151	-8,005
2019	Cons intermédiaire audiovisuel	6,907	130	-6,777
2020	Cons intermédiaire audiovisuel	1,176	127	-1,049

Tableau 64 | Importations, exportations et balance commerciale des instruments de musique de 2011 à 2019 - Douanes

Année	Produit	Importation (milliers de USD)	Exportation (milliers de USD)	Balance commerciale (milliers de USD)
2011	Instruments musique	3,744	72	-3,672
2012	Instruments musique	3,624	118	-3,506
2013	Instruments musique	3,255	94	-3,161
2014	Instruments musique	3,327	202	-3,125
2015	Instruments musique	4,379	147	-4,232
2016	Instruments musique	3,709	63	-3,646
2017	Instruments musique	3,746	95	-3,651
2018	Instruments musique	3,977	123	-3,854
2019	Instruments musique	2,631	176	-2,455
2020	Instruments musique	374	120	-254

# Annexe 4

## Design

Tableau 65 | Importations, exportations et balance commerciale du design de bijoux et joaillerie de 2011 à 2019  
- Douanes

Année	Produit	Importation (milliers de USD)	Exportation (milliers de USD)	Balance commerciale (milliers de USD)
2011	Design bijoux et joaillerie	50,586	58,107	7,521
2012	Design bijoux et joaillerie	87,362	110,135	22,773
2013	Design bijoux et joaillerie	62,817	85,736	22,919
2014	Design bijoux et joaillerie	56,686	60,565	3,879
2015	Design bijoux et joaillerie	74,598	60,701	-13,897
2016	Design bijoux et joaillerie	81,820	53,343	-28,477
2017	Design bijoux et joaillerie	122,144	53,355	-68,789
2018	Design bijoux et joaillerie	136,808	56,328	-80,480
2019	Design bijoux et joaillerie	93,910	68,198	-25,712
2020	Design bijoux et joaillerie	4,432	21,034	16,602

Tableau 66 | Importations, exportations et balance commerciale des produits en fourrure et cuir de 2011 à 2019  
- Douanes

Année	Produit	Importation (milliers de USD)	Exportation (milliers de USD)	Balance commerciale (milliers de USD)
2011	Fourrures cuir	15,558	1,714	-13,844
2012	Fourrures cuir	16,408	2,073	-14,335
2013	Fourrures cuir	15,141	2,411	-12,730
2014	Fourrures cuir	13,904	2,761	-11,143
2015	Fourrures cuir	14,952	3,332	-11,620
2016	Fourrures cuir	12,983	2,133	-10,850
2017	Fourrures cuir	12,672	2,340	-10,332
2018	Fourrures cuir	9,961	2,204	-7,757
2019	Fourrures cuir	7,544	2,306	-5,238
2020	Fourrures cuir	971	719	-252

Tableau 67 | Importations, exportations et balance commerciale des montres de 2011 à 2019 - Douanes

Année	Produit	Importation (milliers de USD)	Exportation (milliers de USD)	Balance commerciale (milliers de USD)
2011	Montres	46,698	14,250	-32,448
2012	Montres	42,962	9,765	-33,197
2013	Montres	43,414	12,047	-31,367
2014	Montres	47,881	11,445	-36,436
2015	Montres	48,643	10,562	-38,081
2016	Montres	41,269	11,019	-30,250
2017	Montres	38,108	7,752	-30,356
2018	Montres	42,320	6,484	-35,836
2019	Montres	34,966	5,325	-29,641
2020	Montres	4,427	1,461	-2,966

Tableau 68 | Importations, exportations et balance commerciale des habits de 2011 à 2019 - Douanes

Année	Produit	Importation (milliers de USD)	Exportation (milliers de USD)	Balance commerciale (milliers de USD)
2011	Habits	568,779	104,000	-464,779
2012	Habits	606,958	99,553	-507,405
2013	Habits	630,201	100,690	-529,511
2014	Habits	660,273	109,131	-551,142
2015	Habits	684,823	79,973	-604,850
2016	Habits	661,040	66,594	-594,446
2017	Habits	659,493	53,162	-606,331
2018	Habits	635,809	40,490	-595,319
2019	Habits	523,186	36,880	-486,306
2020	Habits	86,157	12,837	-73,320

Tableau 69 | Liste des bijoutiers et classification par type d'activité

Nom	Produits customisés et pièces uniques	Vente en gros	Vente en détail	Hautement Créatif	Exportateur	Usine, Fabrication et/ou sous-traitance
Saleh Jewelry	X		X	X	X	
Signum - Randa Tabbah Jewellery Design	X		X	X	X	
Zeta - Zeina Tahan Jewelry	X		X	X	X	
Anthony Bonja Group		X	X		X	
Nsouli Jewelry		X	X	X	X	
Boghossian Bros		X			X	X
Georges J. Mouzannar	X		X	X	X	
Tamim Jewelry	X	X	X	X	X	
Zoughaib & Co (Doumit Zoughaib)		X	X		X	
Tufenkjian Frères	X	X	X	X	X	X
André Marcha Jewelry	X			X	X	
Safieddine Jewelry		X	X		X	
HAMAC - Ramez Basmaji	X		X	X	X	
Alliance Jewelry	X			X	X	
Société Boghos		X				X
Marie Munier	X		X	X		
Laham Jewelry		X	X			
Antoine Hakim		X	X			
Georgi Sabounjian		X	X		X	X
Carati Jewelry		X	X		X	X
Sawaya - Fadi Sawaya			X	X		
Dehab Jewellery Gallery - Gemmayzé	X		X	X		
Mouawad Jewelry	X	X	X	X	X	X
Ralph Masri Jewelry	X		X	X	X	
Gemayel Jewelry			X			X
Hanna Frères		X			X	X
Tabbah Jewelry	X			X	X	X
Lylus Bags	X		X	X		
Diamond Creations (Fouad Sharara)		X	X		X	
Chatila Jewelry		X	X		X	
Almas Jewelry		X	X			
Zeidan Creation (Michel Abdo Zeidan)	X		X	X	X	
Selim Mouzannar	X		X	X	X	
Skin Bijoux			X			
Hagopian jewels	X		X	X	X	
Nabil Cheaib		X	X		X	X
Sayegh Jeweller	X		X	X		X
Voyageur Jewelry		X	X			
Koukjian Jewelry		X	X			

Nom	Produits customisés et pièces uniques	Vente en gros	Vente en détail	Hautement Créatif	Exportateur	Usine, Fabrication et/ou sous-traitance
Nada Le Cavalier	X		X	X	X	
Salamoon & Sons	X		X	X	X	
Naaoum Mouzannar	X		X	X	X	
Chaar Jewellery		X	X			
Madonna Thierry	X		X	X	X	
Strassco		X				X
Vicken Chobanian Jewellery		X	X			
Nada Ghazal	X		X	X	X	
Dinh Van Joaillier (Sylvie Saliba)	X		X	X	X	
Fadi Massoud		X	X		X	X
François Ayoub Jewellery		X	X		X	X
Al-Zeeni Jewellery			X			X
Yessayan					X	X
Alda Chahine	X		X	X		
Christian Bonja	X		X	X	X	
Mukhi Sisters	X		X	X	X	
Khodr Jewellery			X			
Cynthia Raffoul	X		X	X	X	
Moda & Arte		X	X		X	X
Karma El-Khalil Jewellery	X		X	X	X	
rana Mikdashi	X		X	X	X	
Christina Debs	X		X	X	X	
Antoine Saliba	X	X	X	X	X	
Sidra Jewellery		X				
Azar Jewelers		X	X		X	
El-Hage Jewelers						X
Sabine Mazloum Pearl Specialist	X		X	X	X	
Frenzy Jewellery (Ziad Frenn)		X	X			
Zinab Chahine	X		X	X		
Kallas Jewellery	X		X		X	
Falamank (Tarfa Itani)	X		X	X		
Helen Designs	X		X	X		
Virginie Corm	X		X	X	X	
La Maison de Jihane	X		X		X	
Baaklini Jewellery		X	X		X	
Randa Khalil	X		X	X	X	
Issa Jewellery	X		X			
Bechara Issa		X	X			
Antoine Accaoui			X			
Khawatem Art	X		X			
XeeVass (Suzanne Sassine)	X		X	X		

Nom	Produits customisés et pièces uniques	Vente de gros	Vente de détail	Hautement Créatif	Exportateur	Usine, Fabrication et/ou sous-traitance
Maher Adlouni Jewelry		X	X			
Vartan Jewelry	X	X	X		X	X
Yasser Youness Jewelry	X	X	X		X	
Joud Soutou Jewelry	X		X	X	X	
Gemmes Jewelry			X			
Yvan Tufenkjian Jewelry	X	X	X		X	X
Fakhry Jewelry	X	X	X		X	
Sylvie Saliba Jewelry	X		X	X	X	
Michel Zoughaib Jewelry	X	X	X		X	
Or La Loi (Nayla Saab)	X		X	X	X	
Macle jewel		X	X			
HIMO	X	X	X		X	
Azar Gems	X	X	X		X	
Assad El-Khoury Jewelry	X	X	X			
Les fils de Hadidian		X	X		X	X
Rosa Maria	X		X	X	X	
Hadidian Gerard and Sons		X	X			X
Houssami Jewelry			X			
Yeprem	X		X	X	X	
Sabounji Jewelry	X	X	X		X	
Avore - Matossian Jewelers	X	X	X		X	X
Alia Mouzannar		X	X	X	X	

Tableau 70 | Liste des commerçants, détaillants et vendeurs de bijoux-fantaisie

Pamco sarl
Pamma Indian Market
Ramadan Groupe
Sté de Comm. et de Dist. du levant sarl Socodile
Smart Trade
Vanina sal
Wehbe Store Modern Jewellery & Sundries
VART
Zone Bleue sarl
Wouroud Jewellery Est
Abdallah Moussan Trading Est
Adham Hussein Kabalan
Al Nour Services
Amora sarl
Azure - Gems
Chato
Commercial Hamid Group - Hamid & Co. – sal
Commercial and Marketing Co. sarl
Dagher & Company International sarl
Daouk Beauty Store sal
Fadi Sawaya sal
Haddad Trading.Co.sarl
Hanna Dib Trading.Co.sarl
Hassan Sultan Al Hakim Ltd
International Company for Marketing & Development - ICMD sarl
La Rosa
Mattar Trading Co
Nassar Trading Est
New Faour Establishment for General Trade
New Trends sal

Tableau 71 | Liste des commerçants, détaillants et de vendeurs de bijoux-fantaisie

Sous-secteur ICC	Nombre de contribuables enregistrés	Activité	Nombre de contribuables actifs et déclarant leurs bénéficiaires
Audio-Vidéo	144	صناعة العدسات والنظارات والأدوات البصرية ومعدات التصوير الفوتوغرافي	26
Audio-Vidéo	47	البيع بالجملة للسلع البصرية وأدوات التصوير الفوتوغرافي	25
Audio-Vidéo	610	البيع بالتجزئة للسلع البصرية والسمعية	92
Audio-Vidéo	499	نشاط إنتاج الأفلام التلفزيونية	81
Audio-Vidéo	123	نشاط إنتاج الأفلام للمؤسسات أو للإعلان	23
Cinéma	196	نشاط إنتاج الأفلام السينمائية	37
Cinéma	312	نشاط الخدمات التقنية المتعلقة بالسينما والتلفزيون	31
Cinéma	185	أنشطة توزيع الأفلام السينمائية وأشرطة الفيديو للمؤسسات	37
Cinéma	76	عرض الأفلام السينمائية	21
Festivals et spectacles vivants	27	المرقص	10
Festivals et spectacles vivants	231	نشاط تنظيم المعارض	58
Festivals et spectacles vivants	406	النشاطات الفنية galleries d'art	50
Festivals et spectacles vivants	1,449	تعهد حفلات وتنظيم مهرجانات	242
Festivals et spectacles vivants	61	نشاط إدارة صالات العرض	13
Festivals et spectacles vivants	213	أنشطة قاعات الحفلات وحانات الرقص	31
Festivals et spectacles vivants	223	أنشطة المتاحف والمحافظة على الأماكن والمباني التاريخية	28
Joaillerie	41	صناعة المجوهرات المقلدة	6
Joaillerie	73	البيع بالجملة للساعات والمجوهرات	26
Joaillerie	99	البيع بالجملة للمجوهرات	38
Joaillerie	1,195	البيع بالتجزئة للساعات والمجوهرات	130
Joaillerie	990	البيع بالتجزئة للمجوهرات	168
Joaillerie	69	إصلاح الساعات والمجوهرات	5
Joaillerie	247	أنشطة تصميم الأزياء والمجوهرات	43
Livres et Edition	430	نشر الكتب والنشرات وغير ذلك من المنشورات	94
Livres et Edition	88	نشر الصحف	24
Livres et Edition	105	نشر المجلات والدوريات	31
Livres et Edition	51	أنواع النشر الأخرى	6
Livres et Edition	235	البيع بالجملة للكتب، الورق، المجلات، الصحف والقرطاسية	120
Livres et Edition	2,157	البيع بالتجزئة للكتب، والصحف والمجلات، والأدوات المكتبية والقرطاسية	287
Livres et Edition	256	البيع بالتجزئة للكتب المستعملة	16
Livres et Edition	78	أنشطة المكتبات والمحفوظات	9
Textile	27	تحضير وغزل الألياف النسيجية؛ نسج المنسوجات	10
Textile	44	إتمام تجهيز المنسوجات	5
Textile	41	صناعة منسوجات غير مصنّقة في موضع آخر	10
Textile	498	البيع بالجملة للمنسوجات والبياضات الجاهزة وأدوات الخياطة	217
Textile	432	البيع بالتجزئة للمنسوجات	44
Textile	159	ترميم، ترقيع وتصليح الملابس النسيجية	6
<b>Total</b>	<b>12,117</b>		<b>2,100</b>

## A propos de l'Institut des Finances Basil Fuleihan

L'Institut des Finances Basil Fuleihan est un centre d'excellence œuvrant pour le développement des compétences nationales en gestion des finances publiques et en gouvernance. L'Institut est un établissement public autonome opérant sous la tutelle du ministre libanais des Finances.

## Droits d'auteur

Vous êtes autorisés à copier, télécharger ou imprimer le contenu de ce rapport pour votre utilisation personnelle. Vous pouvez inclure des extraits dans vos documents, présentations, blogs, sites internet ou tout autre matériel sous réserve de faire mention de la source sous la forme suivante : « La Contribution Économique des Industries Culturelles et Créatives au Liban : des statistiques culturelles au service du développement économique », Institut des Finances Basil Fuleihan, 2021.

Les demandes pour usage public ou commercial devront être adressées à : [institute@finance.gov.lb](mailto:institute@finance.gov.lb).

Ce rapport est disponible en ligne sur le site de l'Institut des Finances Basil Fuleihan [www.institutdesfinances.gov.lb](http://www.institutdesfinances.gov.lb).

© Tous droits réservés à l'Institut des Finances Basil Fuleihan - 2021.

Direction technique : Jide Begdache Bacha.

Conception graphique et exécution : Dolly Harouny.

512, Corniche El-Nahr  
B.P.: 16-5870 Beyrouth Liban  
Tél: +961 1 425 146/9  
Fax: +961 1 426 860

[institutdesfinances.gov.lb](http://institutdesfinances.gov.lb)

 IOFLebanon

 IOFLebanon

 IOFLebanon

 InstituteOfFinance

 Institut des Finances Basil Fuleihan

