

partenariat/HARARE

Les films africains en Afrique. Une histoire d'ironies

par Richard T. Ismail

Du 27 Juin au 1er Juillet un atelier sur la distribution des films africains a examiné à Harare l'avenir de la diffusion du cinéma et de la vidéo en Afrique.

Tout récemment, des distributeurs de films se sont réunis à Victoria Falls au Zimbabwe pour projeter une meilleure distribution des films africains en Afrique. Organisé par Media for Development Trust (producteur de *Neria* et de *More Time*) et avec le soutien de la fondation Rockefeller, cet atelier s'est penché sur les possibilités déjà existantes et sur ce qu'il faudrait faire pour fournir davantage de films africains aux marchés de l'Afrique. Selon Damien Pwono, Conseiller en arts et humanités de la Fondation, il faut trouver des moyens pour rentabiliser l'industrie cinématographique à travers la distribution. Le choix de Victoria Falls au bord du fleuve Zambie, qui sépare l'Afrique australe du reste du continent, pour abriter l'atelier sur la distribution du cinéma africain est ironique: même si on dénombrait des représentants du Nigéria, du Kenya et des Etats-Unis d'Amérique, les plus grandes délégations sont venues d'Afrique du Sud et du Zimbabwe. L'une des premières conclusions est que les résultats de l'atelier pourraient n'intéresser que l'opinion d'Afrique Australe. On peut ajouter que dans le contexte africain l'Afrique Australe est souvent perçue comme Afrique Anglophone.

L'atelier a donné mandat à l'Afrique du Sud de débroussailler le chemin pour la distribution du cinéma africain. En effet le marché artistique sud-africain est vaste, le secteur de la distribution de vidéos est bien structuré, avec un bas niveau de piraterie comparativement aux autres pays africains, et le secteur de la diffusion est financièrement soutenu par les deux plus grosses maisons

partnership/HARARE

African film *in Africa.* *A story of ironies*

by Richard T. Ismail

A recent workshop held in Zimbabwe from June 27th to July 1st on African film distribution examined the issues of cinema, video and broadcasting in Africa.

Recently a number of film distributors gathered at Victoria Falls in Zimbabwe to develop a “blue print” for the successful distribution of African Films in Africa. Hosted by the Media for Development Trust (producers of Neria and More Time) and with the backing of the Rockefeller Foundation, the workshop sought to address the question : “what opportunities exist, and what still needs to be done in order to increase the supply of African features to African markets ?” According to DDamien Pwono, Senior Advisor for Arts & Humanities for the Foundation, means need to be found to make the African film industry viable, through improving its distribution.

The irony of hosting a major workshop on the distribution of African films at Victoria Falls on the Zambezi River, which separates Southern Africa from the rest of the continent was stark. Even though there was representation from Nigeria, Kenya and the USA the largest delegations came from South Africa and Zimbabwe. One of the first conclusions therefore had to be that the outcome of the workshop could only be valid for Southern African opinion. One might add that in the African context, Southern Africa often reads Anglophone Africa.

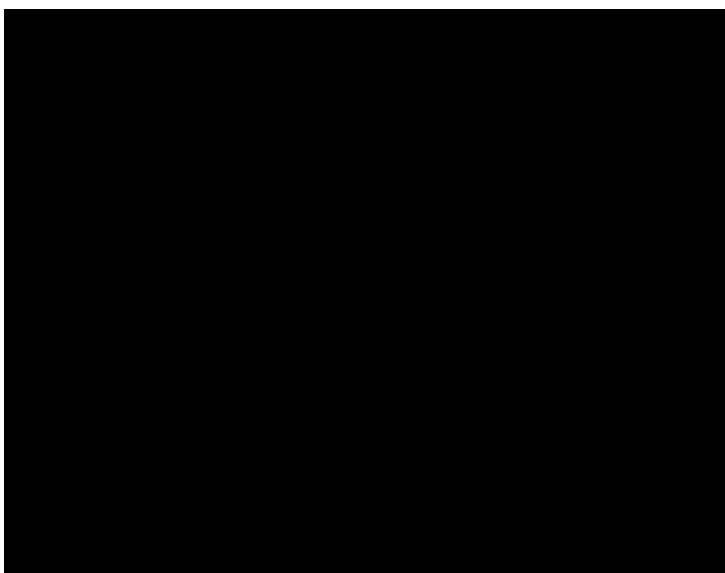
The workshop clearly looked to South Africa to pave the way in developing African film distribution. It is assumed that the South African theatrical market is large, the video distribution sector is well established with reasonably low levels of piracy compared to other African countries and the broadcast sector is supported by financial muscle of the two biggest broadcasting corporations in

de diffusion en Afrique à savoir la MNet et la Sabc.

La seconde ironie est que les deux films *Neria* et *Mapantsula* ont essuyé un échec commercial en Afrique du Sud (avant *There's a Zulu on my stoep*, *Neria* était le plus grand succès au Zimbabwe). Mais selon le "Film Resource Unit" (Fru), la distribution en vidéo de *Mapantsula* en Afrique du Sud a été un grand succès. L'atelier a donc unanimement conclu que le "développement de l'audience", ou "développement du marché", est essentiel pour le succès d'une stratégie de distribution du cinéma africain. L'atelier a ensuite examiné la viabilité des ciné-vidéos fixes ou ambulants, mais le problème de la piraterie fait encore hésiter de nombreux distributeurs. Tandis que beaucoup de pays ont une législation des droits d'auteur, d'autres laissent cette charge aux distributeurs individuels. En Afrique du Sud, le problème de la piraterie a été effectivement réduit (de 93% en 1981 à 17% actuellement) grâce aux efforts de "l'American Motion Picture Export Association" qui est représentée en Afrique du Sud par Ster Kinekor, "United Picture International", Nu Metro et MNet.

Les diffuseurs ont un important rôle à jouer pour accroître l'audience et les marchés pour les films africains. L'année dernière, la Namibian Broadcasting Corporation (Nbc) a acquis 30 programmes africains auprès du "Film Resource Unit". Il s'agit bien sûr d'une première étape importante pour la programmation des films africains dans la région d'Afrique austral, mais les retombées économiques de ces ventes sont tellement faibles qu'aucun producteur ne peut espérer survivre avec un marché aussi restreint. Les diffuseurs publics tendent vers des coproductions à très faible budget en ce qui concerne les films de fiction; les diffuseurs présents à cet atelier (Sabc, MNet, Nbc et la Zimbabwean Broadcasting Corporation-Zbc) ont manifesté un grand intérêt pour l'acquisition des productions africaines, mais il semble que ces diffuseurs ne savent pas où trouver des productions africaines.

Aussi, les participants à cet atelier ont-ils exprimé leur désir de voir circuler librement les informations rela-



▲ Ster Kenikor: un géant de la distribution de films en Afrique Australe/a giant of film distribution in Southern Africa

Africa : MNet and the Sabc.

*Irony number two is that theatrically, films like *Neria* and *Mapantsula* have been box office failures in South Africa (before *There's a Zulu on my stoep*, *Neria* was the top most grossing film in Zimbabwe). However, the Film Resource Unit (Fru) reported that the video distribution of *Mapantsula* in South Africa has been very successful. The workshop therefore con-*

cluded unanimously that "audience development" or "market development", is an essential component in the development of a successful distribution strategy for African film. In this context, the workshop examined the viability of video cinemas and mobile video cinemas. However, video distributors hesitate because of the piracy problem in most African countries. While most countries have the elements of copyright legislation, few have effective policing structures, placing the onus on individual distributors. In South Africa, the problem has been effectively tackled, largely as a result of the efforts of the American Motion Picture Export Association which is represented in South Africa by Ster Kinekor, United Pictures International, Nu Metro and MNet. Piracy levels in South Africa dropped from 93 % in 1981 to its current 17 %.

Broadcasters can play an equally important role in developing audiences and markets for African film. Last year, the Namibian Broadcasting Corporation (Nbc) bought 30 African programmes from the Film Resource Unit. While this represents a milestone in African broadcast programming (Nbc) in the Southern African region, the financial returns from the Nbc sales was so meagre that no producer could hope to viably produce for such a small market. Public broadcasters on the continent also tend towards very low budgets for co-productions, especially as far as feature films are concerned. The broadcasters present (Sabc, MNet, Nbc and the Zimbabwean Broadcasting Corporation - Zbc) expressed great interest in acquiring African products, but apparently, irony num-

tives aux activités cinématographiques en Afrique. Le rôle des revues telles que "Africa Film and TV", "Ecrans d'Afrique/African Screen" et "Screen Africa" a été salué. Mais les participants ont exprimé le souhait de voir naître une "Agence régionale d'Afrique australe" qui servirait de tremplin à la distribution dans toute la région. Des manifestations comme le Marché de la vidéo et de la TV qui sera organisé par la Fru mi-octobre, pourraient remplir cette fonction. Pour que cette manifestation ait une connotation régionale, la Fru négocie en ce moment avec le Festival biennal du film africain de Harare afin d'organiser cet événement en alternance entre Johannesburg et Harare. C'est ce qui pourrait permettre aux diffuseurs de trouver les productions africaines.

Cependant, les diffuseurs, du moins ceux du secteur public devraient travailler ensemble pour faciliter la programmation des productions africaines. Cela pourrait non seulement engendrer des revenus pour les producteurs africains, mais aussi faire faire des économies aux diffuseurs et aider à la création de grands budgets pour la production locale. Les participants ont conclu que la plus grande ironie dans tout cela c'est que le problème de la distribution du cinéma africain ne se pose pas en terme de distribution, mais en termes de production et que la solution ne réside pas en Afrique, mais ailleurs. Le marché du film en Afrique n'est pas encore financièrement rentable, c'est un marché trop restreint. Ce dont l'Afrique australe a besoin, c'est d'un film qui pourrait connaître un succès commercial international tel que *Sarafina*. Un film, dont les valeurs de production seraient excellentes et dont le thème serait universel, pourrait en effet inscrire le nom de la région sur la carte mondiale de l'audiovisuel. Mais tout cela nécessite un investissement.

La Sabc investit déjà dans la production des films de fiction. Et le géant de la diffusion et de la distribution, Ster Kinekor, le fait également. Avec davantage d'initiatives aussi courageuses, un film authentique de l'Afrique australe, exportable, intéressant une audience internationale et réalisé par une équipe à la hauteur de la tâche, pourrait voir le jour.

Tandis que l'on essaiera d'établir une stratégie d'investissement dans le secteur de la production dans la région, il ne faudra pas oublier d'en établir une aussi pour celui de la distribution. Il faut construire des salles de cinémas dans les townships, créer des emplois dans le secteur de la distribution, exploiter les marchés informels des townships, etc. Ceux qui évoluent dans le domaine de la distribution doivent s'apprêter pour une vraie réussite de la production et de la distribution du cinéma africain.

ber three seems to be that African broadcasters do not know where to find African products.

The workshop therefore expressed the need for a greater flow of information on what is happening on the African film scene. The role of magazines such as Africa film and TV, Ecrans d'Afrique/African Screen and Screen Africa was commended. But participants would like to see a Southern African regional agency which would act as a clearing house, and perhaps as a distributor for the entire region. Events like the TV programme and Video Market which will be organised by the Fru for the second time in October this year, could fulfil just that function. In order to make this a thoroughly regional event, Fru is negotiating with the organisers of the biennial Southern African Film Festival in Harare to hold this event alternately in Harare and Johannesburg. It is conceived that this will be the event where broadcasters would in future find their African products.

However, broadcasters, at least the public ones, could work together in facilitating the programming of African productions. One the one hand, this could ensure higher returns for African producers, but it could also create savings for broadcasters in the regions and help creating greater budgets for local productions. The biggest irony of all is that the participants concluded that the African film distribution problem does not lie with distribution, but with production. Nor does the solution lie in Africa, but elsewhere. It was felt that the African film market is not yet financially viable. The market is too small. What Southern Africa needs is a film that will be internationally successful at the box office - like Sarafina. A film with excellent production values and a universal theme, could effectively put the region on the world's audiovisual map. It therefore requires investment.

The Sabc already invests in feature film production. So does distribution and exhibition giant Ster Kinekor. With a few more risk-takers like these, a genuine Southern African story which is exportable and appealing to an international audience, a top crew and director, this could be achieved.

But while the production side of the film brains of the region puts together the investment formula for this Southern African dream, the distribution side also begs for investment. The region needs investment to build cinemas in the townships, create job opportunities in the distribution sector, tap into the informal township markets, etc. In other words, those already active in the distribution field, should get ready for the great boom in African film production and distribution.