

# Synthèse de la table ronde

## « Audiovisuel et formation : adapter les cursus au marché »

25e édition du FESPACO, Ouagadougou, Institut Imagine, vendredi 3 mars 2017

- **Formation essentielle à tous les niveaux pour faire émerger les produits culturels** (création, production, promotion, diffusion, gestion, accès au financement) + formation des cadres politiques responsables de la mise en oeuvre des politiques culturelles (financement de la culture, définition d'un cadre réglementaire) permettant au produit d'accéder au marché national, régional, international + formation des cadres dans les institutions financières pour les éclairer sur le potentiel et les risques de la production de produits culturels
- **Quelques tendances à corriger dans la formation initiale ont été identifiées** : dans de nombreuses écoles les métiers de la réalisation et de la direction photo sur valoriser par rapport à tous les autres métiers (régie, cadre, script, éclairage, machinerie, montage, prise de son (cf écriture sonore à enseigner)+ réalisation de fiction cinéma est survalorisée par rapport à la production télévisées et radiophonique + on ne fait pas suffisamment appel aux professionnels de l'audiovisuel pour enseigner alors que souvent il faut un doctorat pour enseigner + enseigner la production (savoir monter un dossier) filière qui attire très peu d'étudiants + nécessité de connaître mieux le trucage et les effets spéciaux ;
- **Mettre en place la pédagogie du projet** la plus adéquate pour enseigner les matières audiovisuelles : écrire un langage commun ; définir le budget par projet avec cahiers des charges, définition des tâches, charges et responsabilités de chacun ; prendre en compte la chaîne de fabrication du projet pour arriver à un produit fini de qualité (toutes les étapes et les métiers sont importants) ;
- **Nécessité d'utiliser et manipuler le matériel de manière très régulière** (veiller à avoir du matériel en nombre suffisant et en fonction du matériel disponible décider du nombre d'étudiants) ; cela peut se faire au sein de l'école ou à l'extérieur (dans une chaîne de télévisions) ;
- **Nécessité pour les écoles de nouer des partenariats** avec les télévisions, les opérateurs, les écoles enseignant d'autres disciplines (comédie), mais aussi avec autres écoles en s'appuyant sur un réseau régional et réseau d'écoles internationales (le partenariat avec autres écoles permet de surmonter les difficultés lorsqu'on est une jeune école (renfort d'enseignants par ex), partenariat avec équipementiers ;
- **Renforcer l'employabilité des étudiants** : à travers une fondation, financement des projets d'étudiants formés dans l'école (partenariat avec établissement financier pour permettre à chaque étudiant d'épargner au quotidien afin d'avoir un fonds lui permettant de produire le projet validé par l'école) ; le taux d'insertion des diplômés à l'ISMA et l'INPTIC très élevé (70% à 90%) + accroissement des effectifs + 45 prix remportés ;
- **Renforcer la diffusion des œuvres d'étudiants** : création de festival de films d'écoles (cf Isma) ; création d'un cinéclub pour donner accès aux films localement (partage avec l'équipe)
- **Favoriser l'harmonisation des cursus** pour permettre la mobilité des étudiants ;
- **Donner accès à la formation continue** ;
- Envisager de mettre toutes les écoles sur un même site pour favoriser les interactions entre les différentes filières (un campus, pôle de formation) et quoi qu'il en soit **favoriser les collaborations entre filières** ;
- **Nécessité de former documentaristes pour se réapproprier les images du continent** et par la suite de faire circuler et vendre ces œuvres (via la création de festivals et de marchés, et la diffusion sur les télévisions :

**difficulté de les vendre aux télévisions** en raison des messages diffusés (souvent engagés) qui font peur aux annonceurs mais intérêt pour les portraits et les films historiques ;

- **Nécessité d'éduquer à l'image** dès le primaire (via des cinéclubs) ;
- **Nécessité d'imposer des quotas de production locale pour créer un marché** : se pose la question du **financement de l'audiovisuel public** alors que les chaînes publiques devraient soutenir la production de qualité et pour cela il est nécessaire de diffuser du contenu local de qualité et pas uniquement des programmes étrangers déjà amortis ;
- Il est important de **concilier la logique économique et la qualité**, d'où la nécessité de mesurer l'audience pour valoriser le potentiel de diffusion des œuvres ;
- Il faut produire des **films en langue locale** pour favoriser l'accès au public ;
- Les producteurs et les écoles doivent plus s'intéresser à la production de **dessins animés**, un **marché très porteur**.

# Synthesis of the round table

## "Audiovisual and training: adapting the curriculum to the market"

25th edition of FESPACO, Ouagadougou, Imagine Institute, Friday 3 March 2017

- **Essential training at all levels to create cultural products** (creation, production, promotion, dissemination, management, access to financing) + training of the political frameworks responsible for the implementation of cultural policies (A regulatory framework) enabling the product to access the national, regional, international market + training of executives in financial institutions to illuminate the potential and risks of the production of cultural products
- **Some trends to be corrected in the initial training have been identified:** in many schools the professions of the realization and the photo direction to value in relation to all other trades (control, frame, script, lighting, machinery, (Sound writing to be taught) + realization of cinema fiction is over-emphasized in relation to television and radio production + audiovisual professionals are not sufficiently used to teach while often a doctorate is required to teach + to teach Production (knowing how to set up a file) that attracts very few students + the need to know more about special effects and effects;
- **Implement the most appropriate pedagogy** for teaching audiovisual subjects: to write a common language; Defining the budget by project with specifications, defining the tasks, responsibilities and responsibilities of each; Take into account the production chain of the project to arrive at a quality finished product (all stages and trades are important);
- **Need to use and manipulate materials on a regular basis** (ensure that there are sufficient materials and the number of students available); This can be done within the school or outside (in a television channel);
- **Need for schools to forge partnerships** with television, operators, schools teaching other disciplines (comedy), but also with other schools, based on a regional network and network of international schools (the partnership with Other schools can overcome difficulties when one is a young school (reinforcement of teachers for example), partnership with equipment manufacturers;
- **Strengthen the employability of students:** through a foundation, funding of projects of students trained in the school (partnership with financial institution to enable each student to save on a daily basis in order to have a fund enabling him to produce the Project validated by the school); The graduation rate at ISMA and the very high INPTIC (70% to 90%) + increase in enrollments + 45 prizes won;
- **Strengthen the dissemination of student works:** creation of a school film festival (cf Isma); Creation of a cinéclub to give access to films locally (sharing with the team)
- **Promote the harmonization of curricula** to enable student mobility;
- **Provide access to continuing education;**
- Consider putting all schools on the same site to encourage interactions between the various sectors (a campus, training center) and, in any case, **encourage collaboration between sectors;**

- **Need to train documentary filmmakers to reclaim the images of the continent** and subsequently to circulate and sell these works (via the creation of festivals and markets, and broadcasting on television: **difficulty selling them to television** because of messages (Often engaged) that scare advertisers but interest in historical portraits and films;
- **Need to educate to the picture** at the primary level (via cinéclubs);
- **Need to impose local production quotas to create a market:** the question of the **financing of public broadcasting** is raised, whereas public channels should support quality production and for this it is necessary to disseminate quality local content And not only foreign programs already amortized;
- It is important to **reconcile economic logic and quality**, hence the need to measure the audience in order to highlight the potential for dissemination of works;
- Producing **films in the local language** to promote public access;
- Producers and schools need to be more interested in **cartoon production, a very promising market.**