

Communication en Question

www.comenquestion.com

Deuxième semestre, Vol. 1, n°2, Octobre / Novembre 2013

L'ECONOMIE CAMEROUNAISE DE LA COMMUNICATION : LOGIQUES ET DYNAMIQUES DU « PIRATE » DANS LA (RE) PRODUCTION, LA DIFFUSION ET L'APPROPRIATION DES PRODUITS CULTURELS.

The Cameroon's economy of communication: Logics and dynamics of piracy in (re-) production, diffusion and ownership of cultural products

98

Misse MISSE¹

Maître de Conférences

Université de Douala - Cameroun

mssmisse2@gmail.com

Georges MADIBA²

Chargé de cours

Université de Douala -Cameroun

madigeo@yahoo.com

¹ Missè Missè est titulaire d'une HDR en sciences de l'information et de la communication de l'Université de Grenoble³. Son champ de recherche principal est la communication sociale pour le développement. Il est actuellement Vice-Doyen chargé de la Programmation et du Suivi des Activités Académiques à la Faculté des Lettres et Sciences Humaines de l'Université de Douala au Cameroun.

² Georges Madiba est titulaire d'un doctorat (nouveau régime) ; il travaille principalement sur le champ journalistique et sur l'économie de la communication et des médias. Il est chef de service de la coopération à l'Université de Douala.

RÉSUMÉ

L'économie camerounaise connaît de profondes mutations depuis la fin des années 1990. Au niveau macroéconomique on assiste à montée en puissance des activités du secteur informel. Selon un rapport de l'Agence Française de Développement (AFD), « Les estimations officielles indiquent que le secteur informel emploie 75 % de la main-d'œuvre urbaine, plus de 6 ménages sur 10 en tirent une partie de leurs revenus . Au plan sectoriel, l'« industrie culturelle du pauvre » contribue à la formation d'une culture de masse urbaine liée à la mondialisation, dans laquelle elle s'insère « par le bas », en profitant de l'ouverture des frontières nationales à la concurrence du marché mondial. Ce modèle économique se construit en deux étapes. Il est inspiré au début du modèle de contrefaçon nigérian et asiatique. De plus en plus, cette industrie est tenue par des « producteurs » locaux. Il s'agit en réalité d'une catégorie d'opérateurs économiques qui déploient une stratégie double : en accord avec l'artiste ils mettent une quantité de DVD (Digital Versatile Disk) ou VCD (Video Compact Disk) sur le marché officiel ; en même temps, ils alimentent le marché parallèle avec un nombre plus important de leur produit à moindre coût, sans l'accord de l'artiste. Cette pratique pose un réel problème quant à la perception, à la réception et à l'efficacité du droit (le possible et l'interdit) et de la morale (le Bien et le Mal) par les acteurs du champ économique et culturel. Notre recherche a pour objet d'analyser les logiques et les dynamiques de la permanence et de la persistance du « piraté » dans la (re) production, la diffusion et l'appropriation des produits culturels au Cameroun. Les résultats obtenus mettent en lumière une « industrie culturelle du pauvre » dynamique, qui participe de la « mondialisation par le bas » et une systématisation de pratiques culturelles a-légales, malgré l'omniprésence des dispositifs de police.

Mots-clés : économie informelle ; contrefaçon ; piraterie ; piratage ; droit d'auteurs ; commerce illégal

ABSTRACT

Cameroon's national economy is experiencing important transformations for more than 20 years now. Within this period of time one notices the increase of formal activities, with about 75 % of the urban manpower, as more than six families out of ten get part of their livelihood from informal business . Concerning especially underground cultural industries business, its contribution to the formation of an

industry of the poor is obvious; this sub sector is deeply linked to globalization “from the bottom”, taking advantage of the free flow of cultural goods, through the opening of national frontiers. This specific economic model is formed in two steps: it started with the imitation the Nigerian an Asian brand of fake cultural product; more and more this underground (illicit) industrial sector is operated locally. This black business industry functions using two tactics: in agreement with concerned artists, they supply the « official » market with a limited quantity of DVDs (Digital Versatile Disk) or VCDs (Video Compact Disk) in the meantime without any agreement with the artists, they supply the illegal market with a more important quantity of DVDs and VCDs sold here at a cheaper price. This ambiguity and mal practice questions the perception reception and efficiency of the legal framework and its discourse on quality by stakeholders of the cultural industry field. In this research we are discussing logics and dynamics sustaining piracy in the cultural industry in Cameroon. Results highlight a dynamic “cultural industry of the poor”, being part of “ globalization from the bottom” and also the fact that despite a legal framework prohibiting illegal production and trade of cultural products, there is an understanding between key actors of this field, including artists, government, to sustain this black business.

Keywords: informal economy - counter fashion- piracy- copyright- illegal trade.

Introduction

Ce travail part d'un constat théorique et empirique. L'impasse théorique, doublée d'une faiblesse conceptuelle, concerne la pertinence des modèles de production des biens culturels³ dans un contexte dominé par l'économie informelle. Les résultats montrent une industrie culturelle avec un secteur formel et une industrie « informelle ». L'économie du « piraté » est puissante, malgré les dispositifs de police mis en place; cela répond à une loi économique : lorsqu'un bien est produit et mis sur le marché et à bas coût les individus rationnels sont incités à le consommer. Cette stratégie du prix le plus bas conduit inévitablement à la popularisation des biens culturels de contrefaçon. Les données révèlent que la mondialisation de la culture et de la communication a généré une filmographie camerounaise de la copie des œuvres d'Hollywood, de « Bollywood »⁴ ou de « Nollywood »⁵, dont la production inonde le marché camerounais des vidéogrammes et audiogrammes. Très au fait de l'actualité du box office cinématographique diffusé sur les chaînes du câble⁶, les contrefacteurs piratent également les films pendant leur diffusion sur ces antennes. Ils les mettent ensuite sur le marché, en profitant de la promotion extraterritoriale effectuée par les maisons de production internationales. Enfin, depuis peu on assiste au piratage de la bande sonore de l'artiste dès le studio de

³ Elle est composée de trois secteurs majeurs : le secteur agricole (44,8%) le secteur industriel (17%), et le secteur tertiaire (38,2%) ; In *Données générales de la République du Cameroun*, Yaoundé, ministère des Finances, 2006.

⁴ Contraction de Bombay et Hollywood, qui désigne l'industrie cinématographique indienne.

⁵ Nollywood est la contraction de Nigeria et Hollywood. C'est la dénomination qu'on attribue à l'industrie cinématographique du Nigeria qui est la 3ème mondiale (après Hollywood et Bollywood, en termes de quantité de production avec 2000 films produits en 2006.

⁶ Canal +, Canal+ Horizon ou RTL 9.

production, par l'arrangeur ou par le régisseur du studio⁷. Les autres forces négatives relevées sont la forte propension à la corruption, aux prébendes et à la concussion et le faible niveau de revenus des consommateurs. Quelles sont les incitations à proposer aux acteurs du « piraté » pour qu'ils retournent dans le marché officiel ? Une précision conceptuelle consensuelle peut faciliter la perception des objets et des enjeux de cette économie.

1. Une nécessaire clarification conceptuelle

Les recherches sur les industries de la culture et la communication mettent en évidence un secteur dominant : l'économie formelle. Tel n'est pas le cas au Cameroun, où l'économie souterraine de la communication domine. L'objectif est de comprendre comment se forment et fonctionnent les réseaux de production et de distribution des contenus culturels piratés. Il s'agit alors de se libérer d'une épistémologie normative et descriptive, qui ne considère l'économie souterraine que comme un dysfonctionnement de l'économie officielle, en dépit de la puissance et de l'importance du piratage dans le champ économique de la culture au Cameroun. Quels sont les déterminants qui motivent les acteurs à investir le secteur informel, à produire, à commercialiser et à consommer des biens culturels en marge de la loi ? Quelles dynamiques sociales structurent ce marché illicite ? Comment est-il structuré ? Quelles sont les logiques sociales à l'œuvre et les enjeux de ce commerce a-légal en plein air ? La plupart de la littérature sur l'économie

⁷ C'est le cas du nouvel album de l'artiste musicienne Lady Ponce « Bombe atomique » dont les copies illégales étaient déjà jouées dans les débits de boisson en mars 2010 avant la mise sur le marché de la version originale, annotée et enrichie de mélodies, fin avril 2010.

souterraine à laquelle nous avons accédé procède à sa définition par rapport à l'économie formelle ou « officielle ». Cette aporie conceptuelle nous amène donc à clarifier nos repères théoriques et les catégories socioéconomiques et juridiques de notre objet d'investigation. Nous examinons d'abord le syntagme économie informelle, puis successivement la distinction juridique entre contrefaçon, piraterie et piratage d'un côté, et conceptuelle entre informel, souterrain, clandestin et illégal de l'autre.

1.1. L'économie informelle

Les définitions du secteur économique informel⁸ sont nombreuses ambiguës et spécifiques⁹ à des contextes territoriaux. Cette économie souterraine est généralement comprise, par les instances internationales¹⁰, à la fois comme l'ensemble des activités productrices licites non déclarées et, comme l'ensemble des entreprises illicites, productrices de biens ou de services. Elle peut être définie comme l'ensemble des mécanismes de production et de commercialisation utilisés en dehors du circuit réglementaire. Les activités de ce secteur se caractérisent par leur petite échelle, leur

⁸ Sept critères ont été retenus pour caractériser le travail dans le secteur informel : la facilité d'accès aux activités ; l'utilisation de ressources locales ; la propriété familiale des entreprises ; l'échelle restreinte des opérations ; l'utilisation de techniques simples et le nombre réduit de travailleurs ; des qualifications qui s'acquièrent en dehors du système scolaire officiel ; des marchés échappant à tout règlement et ouverts à la concurrence. (Wikipédia)

⁹ Voir pour les débats conceptuels Bruno Lautier, *L'économie informelle dans le tiers monde*, Paris, La découverte, 2004 ; Kengne Fodouop et Alain Metton, *Economie informelle et développement dans les pays du Sud à l'ère de la mondialisation*, Yaoundé, Presses Universitaires de Yaoundé, 2000 ; Kengne Fodouop, « Un antidote contre la crise économique en Afrique Sub-saharienne ? » *Revue de géographie du Cameroun*, vol XXII, n°2, Yaoundé, 1996, pp1-13.

¹⁰ Organisation mondiale de la propriété intellectuelle, Organisation mondiale de la propriété industrielle, Union européenne, Union Africaine, Bureau International du Travail, ONU, etc.

faible intensité capitaliste, leur technologie rudimentaire, l'absence d'un salariat permanent ou encore le non-accès aux institutions modernes de financement¹¹. Nous retiendrons que l'économie informelle¹² regroupe des formes d'activités très différentes : celles basées sur le travail non déclaré, celles alimentées par les délits économiques et celles dont les activités criminelles constituent le terreau. Elle désigne donc un type d'activités qui ne correspondent ni aux activités du secteur "traditionnel", ni à celles du secteur "moderne" de l'économie. Elle échappe aux catégories du secteur économique classique, protégé par des barrières tarifaires et non tarifaires, qui en réglementent l'accès. Pour autant, la tentation est récurrente de définir l'économie informelle comme un résidu de l'économie officielle et moderne dans les pays économiquement développés.

1.2. La contrefaçon

La loi camerounaise définit la contrefaçon dans le domaine de la culture et de la communication comme « *toute reproduction, communication au public ou mise à la disposition du public par vente, échange, location, d'une interprétation d'un phonogramme, d'un vidéogramme, réalisés sans l'autorisation lorsqu'elle est exigée, de l'artiste-interprète, du producteur de phonogramme ou de vidéogramme, ou de l'entreprise de communication audiovisuelle*¹³. » Nous relevons que les pouvoirs publics ne

¹¹ Chrispin Pettang, Paul Vermande, Monique Zimmermann, « L'impact du secteur informel dans la production de l'habitat au Cameroun », *Cahiers des Sciences Humaines* n° 31, vol 4, Paris, 1995, pp 883-903

¹² On le désigne aussi comme étant le secteur non structuré, marginal, non réglementé, illicite ou informel, relevant de l'économie de l'ombre, clandestine ou souterraine, occulte, invisible, etc. (Wikipédia)

¹³ Loi n°2000/011 du 19 décembre 2000, relative au droit d'auteurs et aux droits voisins, article 80, alinéa b

prennent pas suffisamment en compte le problème de la contrefaçon, tout comme celui de la contrebande.

1.3. Le piratage

La Société des auteurs compositeurs et éditeurs de musique (Sacem) définit le piratage comme « la reproduction et mise en circulation d'une œuvre de l'esprit, sans autorisation de ses ayants droits ». L'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (Ompi), indique que « dans le domaine du droit d'auteurs et des droits voisins, le piratage s'entend généralement [comme] la reproduction d'œuvres publiées ou de phonogrammes par tout moyen approprié aux fins de la mise en circulation, ainsi que de la réémission des émissions radiodiffusées d'autrui sans l'autorisation y relative ». Cette définition permet d'éviter toute confusion avec le terme piraterie, plus usité lors des détournements de navire ou d'avion (pirates de l'air ou de mer).

105

1.4. La piraterie

La piraterie n'est pas une catégorie juridique au Cameroun. Cependant, une définition en est donnée en 1995 par les gestionnaires des droits d'auteurs: « *par piraterie on peut entendre la reproduction (ou duplication) d'une œuvre, entreprise en vue d'en retirer directement ou indirectement un avantage commercial ou financier*¹⁴ ». Cette définition amorce la clarification de l'acte de piraterie comme la « reproduction » contrefaite d'une œuvre, puis l'intention volontaire d'en tirer un bénéfice commercial ou financier par une typologie des actions. Le statut de la piraterie interpelle donc les parties prenantes de l'économie souterraine.

¹⁴ Colloque sur « La gestion collective des droits d'auteurs, compositeurs, et artistes dans les pays francophones d'Afrique », Yaoundé (Cameroun) du 20-24 février 1995

2. Aspects méthodologiques

Ce travail aborde la question du « piratage » des biens et marchandises culturelles à partir d'un angle différent du téléchargement illicite dans les pays du Nord. Notre projet est de comprendre un phénomène l'industrie souterraine de la culture et de la communication au Cameroun. Il entend étudier de quelle manière. Notre étude s'est déroulée d'avril à juin 2008, de janvier à mars 2009 et de juillet à Octobre 2012. Notre revue documentaire est composée de quelques ouvrages, de textes juridiques et de documents officiels. La recherche s'appuie sur de multiples entretiens avec les parties prenantes, sur la base d'un questionnaire thématique administré selon le mode semi-directif sur un échantillon à choix raisonné de 25 personnes représentant les différents « métiers » du secteur ; une observation participative a également été effectuée auprès des acteurs du système du piratage au Cameroun. Tous les 25 entretiens semi-directifs ont été transcrits et traités. Notre démarche explicative bouscule le cadre conceptuel, théorique et instrumental de l'économie de la culture et de la communication. L'approche retenue est qualitative et pluridisciplinaire. Elle emprunte aux paradigmes interprétatifs, structuro-fonctionnalistes, à l'analyse juridique et à l'analyse stratégique¹⁵. Elle mobilise les grilles de l'économie, du droit, des organisations, de la politique pour découvrir les principaux acteurs de l'économie souterraine de la communication et ses modes d'articulation avec l'économie officielle, ainsi que ses enjeux sociaux. L'exploitation des données nous a permis de

¹⁵ Nous reprenons à notre compte le postulat des fonctionnalistes selon lequel toute structure remplit une fonction sociale. Même si à la suite de Robert .K Merton (*Eléments de théorie et de méthode sociologique*) nous reconnaissons que dans une structure sociale donnée, les pressions et les tensions conduisent à la mise en place des stratégies de fonctionnement et de dysfonctionnement.

mettre en évidence un schéma général de l'architecture de l'économie souterraine de la communication au Cameroun. La confrontation de ces résultats avec les données de l'observation participative a permis de vérifier la cohérence du cadre d'analyse proposé. Les différentes configurations ont été stabilisées à partir des allers-retours terrain-théorie que nous avons eu à effectuer et au moyen de nouveaux entretiens.

3. Le modèle économique de l'industrie camerounaise du piraté

Négligée par les politiques macros économiques du temps de la prospérité économique et de l'Etat providence, l'économie informelle de la culture revient sous les feux de la rampe avec la crise économique et les politiques publiques mises en place pour la juguler. Nous nous intéressons dans cette partie aux mouvements de longue durée qui suscitent cet intérêt renouvelé.

3.1. Le cadre juridique

Le développement et l'explosion de l'économie souterraine de la culture et de la communication s'est faite en dépit des dispositions que l'Etat a mises en place pour lutter contre ce phénomène. Nous retiendrons dans ce cadre réglementaire la loi n°2000/011 du 19 décembre 2000 relative au droit d'auteur et aux droits voisins et son décret d'application¹⁶, ainsi que la Décision¹⁷ portant création du Comité national de lutte contre la Piraterie (CNLC) et ses

¹⁶ n° 2001/956/ du 01 novembre 2001 fixant les modalités d'application de la loi n°2000/011 du 19 décembre 2000 relative au droit d'auteur et aux droits voisins.

¹⁷ Décision n°02/48/Mincult/cab du 11 décembre 2002 et n°004/56/Mincult/Cab du 27 juillet 2004 modifiant celle du 11 décembre 2002.

modificatifs subséquents. A partir de ce dispositif le Ministère de la Culture garde une mainmise sur la lutte contre le piratage.

La légalisation et la prise en charge, par la puissance publique, de cette économie pirate en vue de son intégration dans l'économie officielle de la culture et de la communication, ne semblent pas être une stratégie à l'ordre du jour. Selon un conseiller du Ministre camerounais chargé de la culture, « la piraterie est un crime. On ne cherche pas à comprendre un crime, on le combat : Il faut la tuer avec la force coercitive¹⁸ ». Par conséquent la stratégie des acteurs étatiques est complexe et contradictoire ; autant elle se caractérise par l'exception juridique de « tolérance administrative » autant elle pourrait être confondue à une politique de l'autruche qui tend à ignorer les causes de la situation afin de prévenir le mal : « la lutte contre le piratage doit amener les contrevenants à se conformer à la réglementation¹⁹ ».

Leur action consiste en des actions « coup de poing », dirigées contre les marchés où se trouvent les ateliers des contrefacteurs : saisies et destructions des marchandises contrefaites, intimidations policières et surtout déguerpissements des vendeurs à l'étalage sur les sites de commercialisation les plus importants (les carrefours des artères les plus fréquentées, les débits de boisson etc.). En nous inscrivant dans la perspective de Michel Crozier, pour qui *On ne change pas la société par décret*, nous pensons qu'il est difficile de lutter contre l'économie souterraine de la culture par les seuls contrôles nécessaires au maintien de l'ordre public économique.

¹⁸ Alphonse Bombogo, « Au cœur de la réforme des droits d'auteurs » (dossier) in *Culture Info*, bulletin mensuel d'information du ministère de la Culture, n°008, juillet 2008

¹⁹ Propos de Alphonse Bombogo, Conseiller technique n°2 du ministère de la Culture, cité par Delore Ngouana Fopa, « Les stratégies de communication de la lutte contre le piratage musical au Cameroun », p84

3.2. Les logiques sociales à l'œuvre

Nous analysons maintenant les facteurs explicatifs de la permanence de l'économie souterraine de la culture et de la communication et sa coexistence avec un dispositif qui l'ignore.

- Les politiques publiques

L'adoption et la mise en œuvre des politiques publiques de la culture, n'ont pas contribué à la consolidation du secteur formel de la culture et de la communication. Cet encadrement a plutôt produit des effets pervers, dont l'ampleur sur la société reste à mesurer. Parmi les mécanismes qui favorisent le développement, l'efficacité et la survie de la contrefaçon des supports musicaux au Cameroun, on peut citer la défaillance de l'action, les campagnes de communication publique inadaptées notamment dans le domaine de la répression de la piraterie des œuvres musicales et de la violation des droits d'auteurs en général, la réception de la notion d'intérêt général et la faiblesse de celle de profit symbolique de la part des agents publics chargés de la mise en œuvre de la réglementation et des initiatives de lutte contre la piraterie. Pour de nombreux interviewés, les services publics chargés de la fiscalité, du commerce et de l'industrie, poussent aussi les acteurs vers les frontières du droit. Ces administrations sont caractérisées par des rigidités qui paralysent l'ouverture et le développement de l'activité licite.

Les informateurs interrogés stigmatisent par exemple la forte pression fiscale, les lenteurs administratives et la corruption des agents publics. Selon nos enquêtés, ces facteurs découragent toute initiative d'investissement et incitent nombre d'entrepreneurs

actuels et potentiels à rentrer dans la clandestinité. En outre, les acteurs du secteur relèvent que le dispositif de communication pour la lutte contre le piratage au Cameroun reste marqué par des actions d'éclat sporadiques et désordonnées pour tenter de freiner les ardeurs des contrefacteurs. Elles sont caractérisées par un manque criard de coordination et une visibilité communicationnelle sous-tendue par une politique publique globale. On constate une tendance aux actions non concertées et non coordonnées entre les différents acteurs institutionnels : le ministère de la Culture, le Comité national de lutte contre la contrefaçon (CNLC) et la Société camerounaise des arts audiovisuels et photographiques (SCAAP). Ceci pose un réel problème de communication avec leurs cibles, et de lisibilité de leurs objectifs par les populations et les pirates eux-mêmes.

L'importance de ce phénomène est vraisemblablement avant tout le signe de dysfonctionnements institutionnels graves. Le secteur économique formel pratique probablement des prix de vente incompatibles avec le pouvoir d'achat réel ; on peut également relever que le coût réel du travail²⁰ et les prix de vente ne permettent pas aux entrepreneurs culturels de dégager une marge bénéficiaire suffisante. Dans ce contexte, il paraît difficile de satisfaire la demande solvable de produits culturels en exerçant dans le cadre légal.

Les acteurs du secteur estiment qu'une absence réelle de politique promotionnelle de la culture, en général et le cinéma en particulier, en tant que vecteur des valeurs et de la mémoire patrimoniale d'une société constitue en soi un handicap. La politique fiscal-douanière inadaptée est à la base du coût très

²⁰Salaire majoré des charges sociales et parafiscales

élevé des supports originaux. Bien qu'elle ait gagné en visibilité et en notoriété, cette économie informelle du piraté n'est pas du tout encadrée, du moins selon les canons de l'économie officielle. Il ressort de nos recherches que ses activités précèdent leur propre organisation juridique. A ces déterminants d'ordre politique, on peut ajouter des facteurs explicatifs d'ordre socio-économiques. On peut dire que la défaillance des politiques publiques et d'un réseau de distribution « officiel » efficace, qui freine la démocratisation de la consommation des contenus culturels originaux, servent de terreau à la banalisation des produits piratés et leur vente tant dans les rues que dans les maisons, malgré leur caractère a-légal. On assiste à un véritable phénomène de légitimation implicite de l'économie souterraine de la communication au Cameroun.

- Les facteurs sociologiques et économiques

111

Les politiques économiques et sociales d'austérité ont eu pour conséquence la paupérisation des masses de travailleurs de la fonction publique, victimes des coupes drastiques de près de 75% de leur salaire, et du secteur privé mis au chômage (déflatés) suite à la fermeture des entreprises et la compression de la demande solvable, suivie par une régression vertigineuse de la consommation, particulièrement celle des biens culturels, tout genre confondu : presse, livre, œuvres musicales, cinématographiques etc. Cet appauvrissement massif des populations semble être un terreau propice à l'informalisation de l'économie²¹. Les populations, des plus aisées aux pauvres en passant par la classe moyenne, déploient de nouvelles stratégies d'accès aux produits culturels. Cela se traduit dans notre champ de

²¹ Voir Jean Joël Aerts, Denis Cogneau, Javier Herrera, Guy de Monchy, François Roubaud, *L'économie camerounaise, un espoir évanoui*.

problématisation par la contrefaçon, en général et celle des œuvres de l'esprit en particulier. Ce processus répond à une logique de la débrouillardise, qui guide les personnels « déflatés » de la fonction publique et des entreprises publiques et privées, les jeunes désœuvrés, diplômés pour la plupart de l'enseignement supérieur ; les étudiants voudraient trouver un complément à l'allocation études versée par leurs parents, en produisant ou en distribuant les produits culturels piratés.

L'attrait du gain facile²² attire aussi dans ce secteur de nombreux autres acteurs. Au-delà de la recherche du profit dans une société a-moralisée où l'étalon de tout comportement est l'argent²³, on pourrait aussi considérer le piratage comme un acte politique (subversif) : selon certains de nos informateurs, il ne s'agit pas du tout d'une turpitude, mais bien d'une contribution à « la lutte contre la pauvreté » engagée par le gouvernement. En dehors du côté ironique de cette réponse, on note que le piratage est effectivement un moyen de proposer aux consommateurs des produits de la culture de masse mondiale en adéquation avec leur pouvoir d'achat. Parmi les déterminants nous avons également noté l'absence d'éducation des populations, l'inadéquation entre

²² Un rapide calcul du coût des intrants dans la fabrication d'un vidéogramme piraté montre que les contrefacteurs réalisent des marges bénéficiaires de l'ordre du 150%. Quand on prend en compte le prix d'achat de 100 CD vierges (10.000 FCFA, donc l'unité à 100 FCFA), les charges fixes et incompressibles (loyer, électricité, eau, la connexion Internet, la rémunération des « employés » non déclarés), les charges variables (transport et entrepôt pour les stocks de marchandises), le marketing visuel (fabrication de la pochette d'emballage) et les différentes techniques de fidélisation, les coûts de fabrication d'un DVD piraté s'élèvent à 300FCFA l'unité. Vendu à 400 FCFA au grossiste, malgré le prélèvement des différents intervenants dans le circuit de distribution, le fabricant et le vendeur, réalisent chacun une marge bénéficiaire au bas mot de l'ordre de 50%, explique Gaby Tehuente, du cabinet de production et de distribution des œuvres audiovisuelles « Shunt Record ». Entretiens de janvier 2009 et juillet 2012.

²³ Dominique Malaquais, *L'art de l'arnaque en Afrique. Le succès de l'escroquerie de Donatien Koagne le King*.

l'offre de produits culturels originaux et la demande solvable et des comportements égoïstes de la part des agents publics de contrôle et des « investisseurs ». L'émergence de l'économie informelle de la culture est aussi rendue possible par la mondialisation. Ce phénomène marque, au début des années 2000, « la fin des territoires » pour reprendre la formule-titre d'Alvin Toefler²⁴. Il a favorisé la circulation des produits culturels à travers des réseaux formels ou informels, la vulgarisation et l'acquisition facile des technologies d'enregistrement, de téléchargement par l'Internet ou de gravure, de production et d'édition des biens de la communication et de la culture.

Ces dispositifs permettent de multiplier à grande échelle et à moindre frais les contenus culturels. Les économies d'échelle²⁵ pratiquées lors de ce processus amènent le contrefacteur à proposer des prix à la portée des bourses les plus modestes. Les produits culturels piratés (audiocassettes, vidéocassettes, CD-Rom, DVD représentent, pour des millions de consommateurs, un moyen majeur d'accéder aux contenus des industries culturelles internationales²⁶. Toutes choses étant égales par ailleurs, on peut dire que structurellement, l'économie camerounaise tente malgré tout de s'arrimer, à sa manière, à la structure de la nouvelle économie mondiale basée sur le capitalisme informationnel. Compte tenu de ces mutations, le piratage est devenu une véritable industrie, dont la prise en compte impose une relecture des catégories et modèles de l'économie de la communication et de la culture.

²⁴ Alvin Toefler, *La fin des territoires*.

²⁵ Le prix officiel d'un DVD varie de 3000 à 5000 FCFA, tandis que sur le marché parallèle il varie à la tête du client et peut aller de 500 à 1000 CFA.

²⁶ C'est déjà le cas avec le recours, par des voies détournées, aux télévisions par satellite et à Internet.

3.3 La structuration du marché : un “Three steps flow of black business”²⁷ ”

Les enquêtes sur le terrain montrent qu'en réalité le marché noir des biens culturels est bien organisé et structuré sur un modèle économique à trois paliers (« Three steps flow of black business»). Il comprend des branches d'activité : producteurs, distributeurs, vendeurs (des grossistes, des semi-grossistes, des détaillants, des vendeurs à l'étalage et des ambulants) et consommateurs. Notre recherche montre que les producteurs ne sont ici que de simples reproducteurs qui s'engagent dans leur branche avec de faibles capitaux²⁸, généralement des prêts personnels ou familiaux. Dans ce « marché du capital », la valeur de l'investissement initial dépend de l'envergure de l'activité du contrefacteur et des profits escomptés.

114

3.3.1 Les réseaux de production

Jusqu'au milieu des années 1990, l'activité était gérée par les commerçants nigériens installés au Cameroun. Ils importaient les supports vierges et gravés d'Asie (Malaisie, Chine et Emirats arabes Unis). Aujourd'hui les Camerounais se sont appropriés tous les maillons de la chaîne de production et de distribution. Cette *camerounisation* du secteur s'est d'autant plus simplifiée que les appareils de reproduction sont à la portée de la majorité des populations intéressées par et maîtrisant l'outil informatique. Le

²⁷ On peut l'entendre par « La triple courroie de distribution du marché clandestin ». Nous nous inspirons du modèle du « two step flow of communication » (« double étage de communication ») de Paul Lazarsfeld et Elihu Katz : *Personal Influence. The part played by people in the Flow of Mass Communication*.

²⁸ Selon les enquêtés, généralement on se lance dans l'activité avec des fonds propres de l'ordre de 600-700.000 francs CFA.

plateau technique comprend un ordinateur équipé d'un Processeur Pentium 3, un Graveur de DVD et de MP4, et une machines à presser CD et DVD²⁹, un logiciel de compression de son et d'image³⁰, une clé USB pour le téléchargement des images et sons, enfin quelques supports de DVD vierges sur lesquels seront gravés les contenus piratés. Imprimer un VCD paraît dès lors à la portée du premier bricoleur venu.

3.3.2 Les techniques de (re)production

Les techniques de (re)production ne sont guère plus élaborées quand il s'agit de la production à une échelle industrielle. Deux techniques sont répandues :

- Le téléchargement.

Après le téléchargement d'un film sur l'internet, on compresse le son et l'image à partir du logiciel Win Zip ou Win Rar, on le copie et l'enregistre sur le disque dur de l'ordinateur. Dès lors le pressage du DVD piraté peut se faire manuellement (1 à 2 VCD par heure) ou alors à l'échelle industrielle avec la « pondeuse »³¹ à une cadence de 10 VCD à l'heure.

- La copie de l'original

Il s'agit de copier et de l'enregistrer le film original sur le disque dur de l'ordinateur, de le compresser et de l'imprimer. La technique de reproduction est la même que celle sus citée.

²⁹ Les pondeuses sont vendues dans ces mêmes marchés à 500 000 F.CFA, contre 50 à 70 millions de FCFA requis pour équiper une usine de pressage de CD et DVD.

³⁰ Par exemple «Winzip», «Nero express» ou «Super Copieur»,

³¹ Ce sont des machines à presser des VCD, des DVD, des CD à une cadence très soutenue, capables de fabriquer un CD toutes les deux minutes.

Pour la pochette, l'étui généralement, une simple photocopie en noir et blanc ou en couleur obtenu à partir du document initial scanné suffit. Elle fait partie des éléments fixateurs du prix. Quand elle est réalisée en papier carton relié et en couleur le prix varie dès lors du simple au double. Cet effort pour un marketing visuel est un élément incitatif pour l'acte d'achat. Dans ce schéma de « la triple courroie de distribution », la plupart des maillons de la chaîne indiquent qu'ils ne se connaissent pas.

Pourtant les informations recueillies montrent qu'ils sont, chacun, intermédiaires au moins à deux niveaux dans une relation triple. En amont et en aval auprès de celui qui le précède et de celui qui le suit. Le grossiste est intermédiaire entre le « producteur » et le semi-grossiste. Ce dernier est lui-même intermédiaire auprès du détaillant, qui à son tour est intermédiaire auprès du vendeur ambulant et à l'étal. En définitive, tous ne sont intermédiaires que dans le circuit entre le producteur et le consommateur.

3.3.3 Une typologie des produits piratés et de leurs publics

S'appuyant sur un *mix marketing* qui intègre les besoins et les ressources financières des cibles, les contrefacteurs reproduisent pour l'essentiel les vidéogrammes de films à succès. Une classification par genres et par acteurs pour effectuer une typologie permet de remarquer que les détaillants qui sont en contact avec les vendeurs à l'étalage et quelques clients mettent sur le marché :

- les films d'action :
 - Dans cette catégorie, on retrouve essentiellement les films venus de Hollywood basés sur la fiction et qui font appel à un

héros face à une situation difficile à gérer : les films d'espionnage, les thrillers, les films de guerre (voir *Les larmes du Soleil*, *The Da Vinci Code* ou *The List*).

▪ Les documentaires historiques sur les dirigeants politiques africains (voir la collection dite des « meilleurs films d'Afrique » comprenant *Mobutu, Roi du Zaïre* de Thierry Michel Perret ; *Lumumba*, de Raoul Peck, *Hotel Rwanda* avec Denzel Washington etc.)

▪ Les films de cape, d'épée et de combat (*Jules César*, et la plupart des « films chinois »)

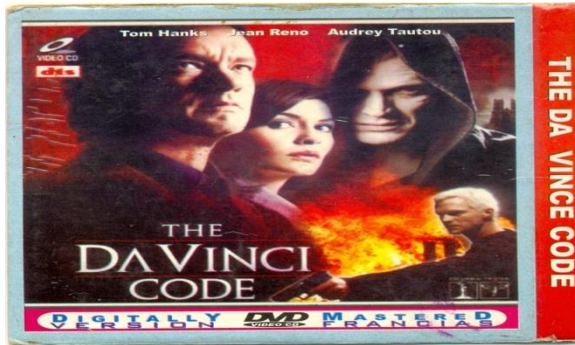
- les films d'acteurs. Dans cette catégorie les contrefacteurs dont les connaissances cinématographiques sont rudimentaires procèdent par collection. L'information remontée par les détaillants et les grossistes permet au « fabricant » de reproduire la collection de la filmographie d'un acteur apprécié (la collection des films de Bruce Willis, Tom Hanks ou Denzel Washington etc.). La contrefaction des films euro-américains est variée et diverse dans les genres³².

- le box-office camerounais contient des courts métrages réalisés par des auteurs camerounais dont les intrigues sont liées au vécu des populations locales.

³² Par la nature même du phénomène il est difficile d'avoir des statistiques fiables et crédibles sur les titres de films les plus piratés.

Image 1: Etui DVD contrefait

Recto



Verso



L'analyse des étuis ci-dessus fait ressortir les observations suivantes :

- Mention : à la fois DVD vidéo et Vidéo CD. Ce qui voudrait signifier que le CD est lisible à la fois par les lecteurs DVD et par les lecteurs VCD, format le plus usité par les ménages camerounais.

- Des approximations concernant la langue (version francias). Paradoxe : pour une version française tout le texte est en anglais. Il s'agit probablement d'une contrefaçon venue du Nigeria.

- L'impression est floue et l'étui contient des mentions qui ne figurent pas généralement sur les DVD originaux.

- Aucune information n'est donnée concernant le film lui-même : le format, les pistes son, la durée, etc.

Image 2 : Support VCD/DVD contrefait

Support gravé en pixels de faible qualité à partir de l'affiche du film.



En dépit de ces problèmes de qualité, les mélodrames produits au Nigeria³³ sont appréciés par une cible féminine et jeune.

3.4. Les circuits de la distribution

La spécificité de cette branche de l'économie a-légale est qu'il n'existe pas à proprement parler d'un réseau de distribution organisé. Une cartographie sommaire des réseaux de (re)production permet de constater que les contrefacteurs se confondent avec les distributeurs de vidéogrammes originaux agréés par la SCAAP. Dans la plupart des cas, les vendeurs de DVD originaux agréés sont aussi ceux qui vendent les produits piratés. Ils déploient une stratégie caractéristique des bonimenteurs qui permet de séduire le client à la recherche du prix le moins cher³⁴. En outre, ces points de vente se trouvent dans

³⁴ Quand le client se présente devant son échoppe à la recherche d'un film, le vendeur lui propose le prix du produit original; à la moue de l'acheteur, le commerçant lui propose, à moitié prix un « produit générique » de l'original. Au

des lieux difficiles d'accès, des quartiers populeux (« Camp Yabassi », « Bépanda », « Village », « Rond Point Dakar » à Douala ; « Mvog Mbi », « Elig Edzoa », « Essos », « Mvog Ada », Biyem Assi et « Mvan » à Yaoundé), et des marchés (« Marché Congo » à Douala ; « Marché Central » à Yaoundé) et dans le voisinage des Universités (« Ange Raphaël » à Douala ; « Ngoa-Ekellé » à Yaoundé). Par ailleurs, la commercialisation des produits contrefaits est aussi l'œuvre de câblodistributeurs et de chaînes de télévision locales qui diffusent des films contrefaits dans leur réseau. Enfin, certains snack et hôtels diffusent de manière autonome des vidéogrammes piratés.

Les données collectées mettent en évidence une stratégie double des vendeurs : ils proposent d'abord au client un DVD original, à un prix au-dessus de la tarification officielle, pour le décourager de l'acte d'achat ; ils lui suggèrent ensuite d'acheter à moitié prix le VCD contrefait, qu'ils présentent comme un DVD original. Lorsque les producteurs n'exercent pas eux-mêmes ce métier, ils travaillent avec des distributeurs et des vendeurs. Par sa nature, le fonctionnement de cette activité se fait selon la loi d'une organisation clandestine : chaque maillon de la chaîne dit n'avoir aucun contact avec les autres. Comme dans la *camorra* napolitaine, la loi du silence (*l'omerta*) prévaut face aux instances de réglementation, de régulation ou de contrôle. En effet, durant l'enquête il ne nous a pas été possible de reconstituer le circuit d'approvisionnement et de distribution. Pourtant il existe des accords entre les différents acteurs, de la production à la consommation, qui consistent à fidéliser le client. Les acteurs mettent en place des stratégies pour la satisfaction du client. Pour

terme d'une négociation à la tête du client, ce dernier part avec une double satisfaction d'une bonne affaire conclue et d'une relation de sympathie nouée avec le commerçant !

l'essentiel, la branche de la distribution et la commercialisation profite du puissant réseau du « bouche à oreille ». Par ailleurs certains acteurs ont élaboré des stratégies de fidélisation qui relèvent du marketing direct. Pour fidéliser le client, le vendeur, le détaillant, ou le grossiste à chaque niveau du circuit, le producteur pratique des techniques précises :

- la relance des grossistes dès que la commande est prête
- la livraison de la commande raccourcie
- le stockage de la commande pour le grossiste
- la gestion des vices cachés des produits fabriqués
- les modes de règlement incitatif (vente à tempérament); le crédit ; les rabais et la ristourne.

Les vendeurs, dernier maillon avant le consommateur, qu'ils soient ambulants ou à l'étalage, pratiquent un *mix marketing* qui prend en compte les besoins et les capacités financières des consommateurs à la recherche d'un prix très concurrentiel. Au-delà du prix, à travers ce catalogue verbal, ils fournissent aux clients des informations sur les produits : pochettes, commentaires, classement en fonction des « juke box ». « Et puis il me disait ce qu'il avait comme nouveautés, il me disait regarde ça, regarde ça », confie un des enquêtés. Les usagers ont recours à ces informations pour prendre leur décision d'achat. Cet échange sert souvent à améliorer les connaissances musicales et cinématographiques des clients. Il amène souvent les consommateurs à aller visiter la boutique du vendeur (souvent son sac en bandoulière) proposent toujours au client les offres à leur disposition, les poussant même à se procurer un produit qui, d'emblée ne semblait pas les intéresser. Cet échange crée constitue finalement une communauté de pratiques et un espace public du

genre de celui que décrivent les recherches sur le « kiosque » à journaux, au sein desquels s'organisent des interactions réelles. A titre d'illustration, les vendeurs à la sauvette ambulants) écoulent leurs produits culturels sur les trottoirs des petites et grandes villes, sur les lignes de transports publics, dans les couloirs des services publics et privés et dans les espaces de convivialité. Les points de vente de vidéogrammes originaux se confondent souvent avec ceux des produits contrefaits. Ceci est probablement une stratégie pour contourner la loi sur la commercialisation des œuvres culturelles illicites.

Tableau 1 : **Aperçu synthétique des stratégies marketing des contrefacteurs :**

	DVD Original	VCD Contrefait
Prix	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Production essentiellement étrangère. Donc charges importantes ➤ prix du DVD : 3000-5000 FCFA 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Production locale informelle. Donc charges de reproduction minimisées. ➤ prix du DVD : 500-1000 FCFA
Vidéogramme	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Impression du son et de l'image gravés sur un CD de bonne qualité. ➤ Meilleur rendu visuel et sonore ; informations précises 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Impression du son et de l'image gravés sur un CD de piètre qualité, avec des informations peu fiables. ➤ Images floues, son inaudible, et fiabilité aléatoire des informations annoncées
Stratégies marketing et communication	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Promotion média sur les chaînes de télévision transnationales (RTL9, Canal+Horizon, Euronews, TV5 etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Street Marketing (Reproduction des films à succès selon les besoins des clients) ➤ Surfe sur la promotion internationale des films déjà diffusés sur les chaînes internationales
Distribution	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Dans certaines librairies des centres urbains ➤ Essentiellement concentrée dans les réseaux formels agréés par la SCAAP. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Distribution déconcentrée, informelle et à vocation extension jusque dans les zones les plus reculées de la ville et des centre urbains et peri urbains. Réseau tenu en même temps par les distributeurs agréés.

Source : Enquête des auteurs

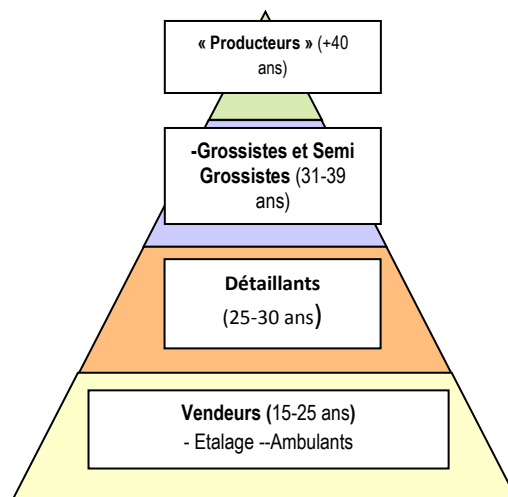
A défaut de statistiques fiables, l'observation empirique nous a permis d'esquisser une sociographie des acteurs de la production et de la diffusion, qui révèle qu'il s'agit d'un métier pour jeunes désœuvrés, diplômés de l'enseignement supérieur, qui y trouvent un moyen de s'occuper et de survivre. La pyramide des métiers

L'économie camerounaise de la communication : logiques et dynamiques du « piraté » dans la (re) production, la diffusion et l'appropriation des produits culturels.

ressemble à peu de choses près à la pyramide des âges. Les plus âgés sont au sommet et les plus jeunes à la base de la pyramide.

Fig 1 : La structuration démographique des acteurs du circuit de production et de distribution

Source : Auteurs



Pour la plupart, ces films sont achetés par les hommes situés dans la catégorie des 25-45 ans. Les plus jeunes préfèrent les films dits « chinois ». En général il est difficile de distinguer les produits originaux et ceux qui sont contrefaits, comme l'illustrent les images ci-après. On observe comme un dynamitage de l'économie formelle, qui réduit, affaiblit ou rend obsolète, en grande partie la hiérarchie et le prestige entre les produits, qui s'est construite autour de l'interdiction des produits dit illicites et de la qualité des marchandises culturelles originales. Les approches par la qualité ne font pas recette face à la stratégie du bas prix. La

logique de réglementation, qui favorise l'économie officielle³⁵, semble tourner dans le vide.

4. Enjeux d'un commerce illégal en plein air

.

4.1. Enjeux organisationnels

Secteur formel au sens strict et économie souterraine se complètent ou se font concurrence autour de la qualité et du coût des produits. Ils se présentent comme un assemblage inédit et ouvert. Au-delà de ce « partage », c'est l'ensemble des facettes et la diversité des pratiques entre les deux pôles qu'il convient d'analyser. Notre travail révèle l'existence de nombreuses connivences dans le fonctionnement de ce secteur d'activités. Elles laissent une place à l'interprétation que les parties prenantes font de ce système qui fonctionne à la fois comme une instance d'obtention de biens culturels bon marché, de consommation culturelle de masse libérée des contraintes de coût d'accès imposées dans l'économie formelle. Cette diminution brutale du coût peut provoquer une boulimie quasi pathologique chez les acteurs des différentes branches de l'économie souterraine.

En effet cette logique de consommation amène par exemple les deux secteurs des industries culturelles à composer, malgré les usagers ou pour leur plus grand bien (par exemple le marché du piratage a enrayé la spirale haussière du coût des produits de l'économie formelle). L'économie formelle pour sa part assure sa promotion à travers les canaux de l'économie souterraine. Cette coopération est plus ou moins conflictuelle, parfois conviviale et

³⁵ La réglementation traduit davantage la volonté d'augmenter les recettes fiscales pour les finances publiques.

alternative, entre les acteurs. Des connivences fortes existent également entre produits du marché officiel et marchandises issues du piratage, les seconds étant parfois présentés et vendus comme étant des « originaux.

4.2 Enjeux économiques et sociaux

L'attitude des pouvoirs publics, bien qu'hostile à l'économie souterraine de la communication, est marquée par la compréhension vis-à-vis de ce qui est considéré comme une activité de fraudeurs, illicite, illégale et parfois mafieuse au regard des normes internationales de protection des droits d'auteur et des droits voisins. Les statistiques sont aléatoires puisque, par sa nature, cette activité échappe à tout contrôle. L'évasion fiscale et la concurrence déloyale des produits contrefaits causés par la piraterie pénalisent grandement les artistes et autres industriels de la culture. Par ailleurs, de l'homme de la rue à l'intellectuel, de l'analphabète au fonctionnaire de l'État, de l'artiste et du citoyen au paysan, tout le monde est soit victime, soit bénéficiaire des biens culturels contrefaits. Il existe une véritable camorra de la contrefaçon, dont l'action a des conséquences néfastes sur l'économie cinématographique au Cameroun. Certaines branches de ce secteur sont précarisées, d'autres, sous l'effet de l'informalisation et du piratage, sont complètement asphyxiées. A la fin des années 1990, on pouvait dénombrer 15 salles de cinéma dans les deux métropoles (10 à Douala, 5 à Yaoundé), aujourd'hui toutes ont mis la clé sous le paillason. Conséquence : la disparition des petits métiers liés à la distribution et au commerce en salle (projecteur en salle, distributeur, billettiste, vendeurs de boissons et friandises, publicité, etc.)

Même si on ne saurait véritablement parler d'une économie classique de l'audiovisuel au Cameroun, on peut néanmoins observer que le piratage des productions audiovisuelles nationales et internationales a aussi des conséquences sur l'industrie locale de la télévision en émergence. La diffusion d'un film nécessite de la promotion dans les médias et particulièrement à la télévision. S'il n'existe plus de salle de cinéma, ni de distributeur, cela constitue un manque à gagner publicitaire pour les télévisions locales.

4.3 Enjeux politiques

Sur le plan social, l'explosion du chômage³⁶ en une quinzaine d'années est à la fois une conséquence et une cause conjoncturelle de la montée des activités informelles. Le secteur informel est depuis 1992, le plus grand secteur pourvoyeur d'emplois au Cameroun avec plus de 80% d'emplois créés contre 5% par le secteur public³⁷. Compte tenu du climat socioprofessionnel miséreux qui prévaut, appliquer la loi avec toute sa brutalité pour juguler ce phénomène équivaldrait à ôter leur moyen de survie à une frange importante de la population, notamment de jeunes gens qui se débrouillent dans l'économie illicite. Cela pourrait susciter des tensions sociales et politiques difficile à gérer. Le laxisme observé est donc sans doute délibéré. Il traduit probablement la perception de l'économie pirate de la culture comme un exutoire pour éviter l'explosion d'une bombe sociale. Certaines actions spectaculaires pourraient aussi simplement être destinées à donner le gage que le Cameroun n'est pas un « Etat voyou... »

³⁶ De toutes façons les statistiques officielles indiquent un taux de chômage de 30% en 2001. In *Données générales de la République du Cameroun*, Yaoundé, ministère des Finances, 2006.

³⁷ Voir Jean Joël Aerts, Denis Cogneau, Javier Herrera, Guy de Monchy, François Roubaud, *L'économie camerounaise, un espoir évanoui*, Karthala, Paris, 2000, pp 100-101

4.3 Enjeux juridiques

On ne devrait pas longtemps encore se contenter d'utiliser indifféremment, faute de mieux, la terminologie économique de l'illégal, de l'a-légal, pour désigner les formes atypiques, composites, ambiguës mais dominantes d'industrialisation de la culture et de la communication sur lesquelles porte le présent travail. Notre recherche met en évidence une banalisation de l'illicite. La légalité de « l'économie informelle » de la communication, des pratiques rebelles au cadre juridique et institutionnel légal de « l'économie officielle » ne surgissent pas seulement de raisons structurelles mais davantage de situations conjoncturelles : système économique privilégiant les activités commerciales au détriment du secteur productif par le biais des marges bénéficiaires, système fiscal défectueux ou "inapproprié" (imposition très forte qui renchérit le coût des biens culturels licites et décourage les investissements productifs), pouvoir d'achat, chômage, pratiques socioculturelles, etc. Un travail de relecture des textes en vigueur³⁸ et de création du droit devient donc urgent, pour combler les silences.

127

3. Stratégies de sortie de crise

Pour le moment, le secteur informel est devenu une source de désarticulation pour le marché vidéographique officiel du Cameroun. Cette économie ouvre également la voie à une forme d'institutionnalisation d'un « droit de l'informel » de la communication, qui reposerait sur un compromis social, sous la forme d'une « omerta » autour de la tolérance du non-respect de la

³⁸ En droit public économique et en droit pénal notamment.

loi, qui semble structurer la dynamique normative et régulatrice de la production, de la reproduction, de la circulation, de l'échange des biens culturels. Si l'économie formelle donne potentiellement à un Etat davantage de moyens pour cadrer et contrôler l'activité, elle est aussi génératrice de l'éviction de ceux qui, économiquement défavorisés, sont rejetés de ces systèmes de production et modes de consommation de biens culturels à base d'activités illicites ou a-légales.

L'émergence d'un marché clandestin d'un type nouveau, approvisionné par la contrebande de biens culturels légaux, vendus simultanément sur le *marché officiel et sur le marché noir*. Ce circuit de distribution des audiogrammes, phonogrammes et vidéogrammes relève généralement du secret de Polichinelle, car tout le monde l'alimente³⁹. Grâce à la corruption, il bénéficie de multiples complicités internes. Une plus grande flexibilité des conditions réglementaires et fiscales, ainsi qu'une stratégie de sensibilisation auraient probablement permis de "casser" un pan important du marché de la contrefaçon et de la piraterie et d'encourager la sortie du maquis d'une partie importante et la plus dangereuse de cette industrie illégale en vue de l'intégrer dans l'économie officielle.

Conclusion : jalons pour ouvrir la discussion

La crise économique de la fin des années 1980, ainsi que les politiques macro-économiques d'austérité imposées par les institutions de Bretton Woods, ont contribué largement à fragiliser une économie de rente. Paradoxalement elle a servi de levain à une économie souterraine de la communication et de la culture. Cependant la diversité des terroirs et des territoires de

³⁹ Comme pourvoyeur ou comme acheteur, vendeur ou revendeur.

l'industrialisation de la culture et de la communication met en lumière plusieurs niveaux d'intervention structurés par une tension permanente entre la marchandise culturelle piratée et le produit culturel « normal ». Une des leçons de la présente recherche est que le succès du « piraté » met en crise la globalisation abusive. Pour construire le sens de ce champ de problématisation, les chercheurs devraient repenser la théorie et les catégories conceptuelles de l'analyse économique des biens et produits culturels au Cameroun. Il est donc prématuré de proposer une conclusion à la discussion que ce travail ouvre à peine.

Bibliographie

Aerts, J-J., Cogneau, D., Herrera, J., De Monchy, G., Roubaud F. (2000), *L'économie camerounaise, un espoir évanoui*, Paris : Karthala.

129

Katz, E. (1955). Lazarsfeld, P., *Personal Influence. The part played by people in the Flow of Mass Communication*, Glencoe, The Free Press.

Kengne F. et Metton Alain, *Economie informelle et développement dans les pays du Sud à l'ère de la mondialisation*, Presses Universitaires de Yaoundé, Yaoundé, 2000

Lautier, B., (2004). *L'économie informelle dans le tiers monde*, Paris : La Découverte,

Malaquais, D. (2009), *L'art de l'arnaque en Afrique. Le succès de l'escroquerie de Donatien Koagne le King*, Paris : Regard Global

Merton, R. .K (2001), *Eléments de théorie et de méthode sociologique*, Paris : Armand Colin, 6^{ème} édition.

Nkodo, Laurent (2008). *La fiscalisation du secteur informel au Cameroun*, Yaoundé, Friedrich Ebert Stiftung and Editions Saagraph.

Toefler Alvin, *La fin des territoires*, Paris, Fayard, 1993.

I- Articles

Aerts Jean Joël, Cogneau Denis, Herrera Javier, De Monchy Guy, Roubaud François, *L'économie camerounaise, un espoir évanoui*, Karthala, Paris, 2000, pp 93-117.

Kengne Fodouop, « Un antidote contre la crise économique en Afrique Sub-saharienne ? » *Revue de géographie du Cameroun*, vol XXII, n°2, 1996, pp1-13.

Pettang Chrispin, Vermande Paul, Zimmermann Monique, « L'impact du secteur informel dans la production de l'habitat au Cameroun », *Cahiers des Sciences Humaines* n° 31 (4), 1995, pp 883-903.

II- Documents

1- Bombogo Alphonse, « Au cœur de la réforme des droits d'auteurs » (dossier) in *Culture Info*, bulletin mensuel d'information du Ministère de la Culture, n°008, juillet 2008 pp.5-13

2- Tony Mefe, « Financement de la culture au Cameroun : soutien aux actions, absence d'infrastructures » *Africultures* du 15/09/2004.

3 Walther Richard et al « La formation professionnelle en secteur informel – Rapport sur l'enquête de terrain au Cameroun », Document de travail de l'Agence Française de Développement (AFD), Yaoundé, Mai 2006, P.

III- Documentation officielle

1- Journal *Le Monde2* n°84, supplément au *Monde* n° 18870 du 24 septembre 2005 :

- Plaquette du Ministère de la culture du Cameroun : interview du Ministre sur la question du piratage et des droits d'auteurs au Cameroun

- Dossier : « Cameroun, l'expression culturelle », par Dimitri Sturdza (Pp. 59-66)

131

2- Magazine *Culture Info* n°008, juillet 2005 :

- Dossier: «Au cœur de la réforme des droits d'auteurs au Cameroun» (Pp. 30-42)

3- Décision n° 02/48/MINCULT/CAB du 11 décembre 2002 portant création du Comité national de lutte contre la piraterie.

4- Décision n° 004/056/CAB du 27 juillet 2004 modifiant et complétant la décision n° 02/48/MINCULT/CAB du 11 décembre 2002 portant création du Comité national de lutte contre la piraterie

5- Loi n° 2000/011 du 19 décembre 2000 relative au droit d'auteur et aux droits voisins

6- Décret n° 2001/956/PM du 01 novembre 2001 fixant les modalités d'application de la loi n° 2000/011 du 19 décembre 2000 relative au droit d'auteur et aux droits voisins

7- Communiqués officiels, revues de presse sur déclarations et articles liés à la Cameroon Music Corporation et au piratage musical

8- « Peut-on vaincre la piraterie en Afrique ? » Actes du *Colloque sur la gestion collective des droits d'auteurs, compositeurs et artistes dans les pays francophones d'Afrique*, (OMPI –CFC – ADAMI – ACCT) Yaoundé, du 20 – 24 février 1995