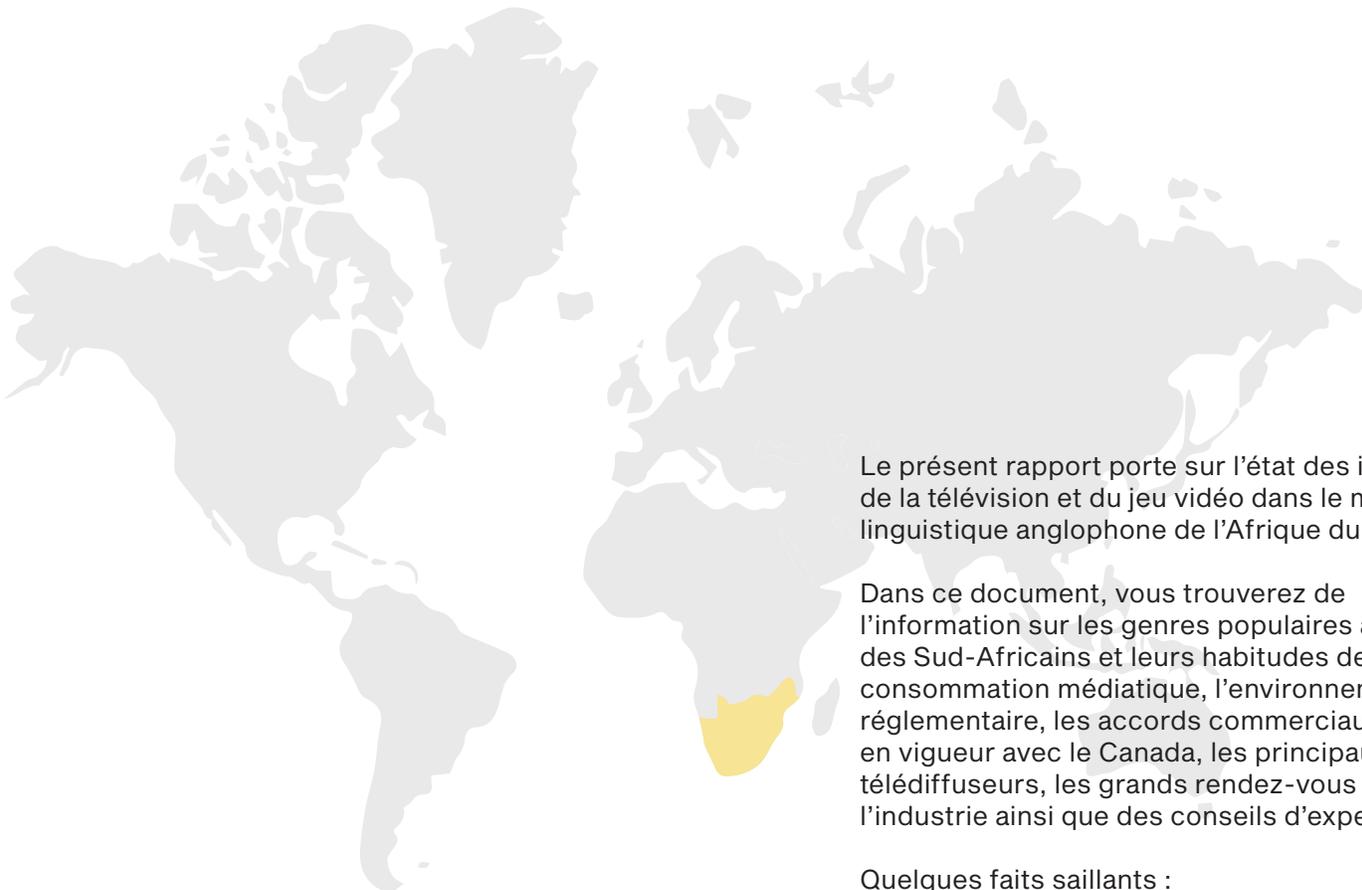


Votre marché est partout

Série exportation

Afrique du Sud

Bénéfices pour les producteurs canadiens
d'étendre leur marché à l'international



Le présent rapport porte sur l'état des industries de la télévision et du jeu vidéo dans le marché linguistique anglophone de l'Afrique du Sud.

Dans ce document, vous trouverez de l'information sur les genres populaires auprès des Sud-Africains et leurs habitudes de consommation médiatique, l'environnement réglementaire, les accords commerciaux en vigueur avec le Canada, les principaux télédiffuseurs, les grands rendez-vous de l'industrie ainsi que des conseils d'experts.

Quelques faits saillants :

- ▶ On dénombre un total de 162 opérateurs de télévision au pays qui diffusent de la programmation sur un total d'environ 170 chaînes ↓.
- ▶ L'accès à des services numériques comme Netflix a plus que doublé au cours de la dernière année et les prévisions de croissance sont tout aussi robustes ↓.
- ▶ L'anglais est la langue prédominante des émissions télévisées au pays.
- ▶ Le contenu canadien se vend bien en Afrique du Sud comme le témoignent ces quelques ventes récentes ↓.
- ▶ La dramatique, le téléroman et la télé-réalité sont des genres qui font un tabac dans le marché sud-africain ↓.
- ▶ L'accélération de la pénétration des téléphones intelligents et l'amélioration des connexions Internet au pays crée de nombreuses opportunités pour des producteurs de jeux vidéo.
- ▶ L'Afrique du Sud organise une variété de marchés et d'événements commerciaux ↓ pour les secteurs de la télévision et du jeu vidéo.

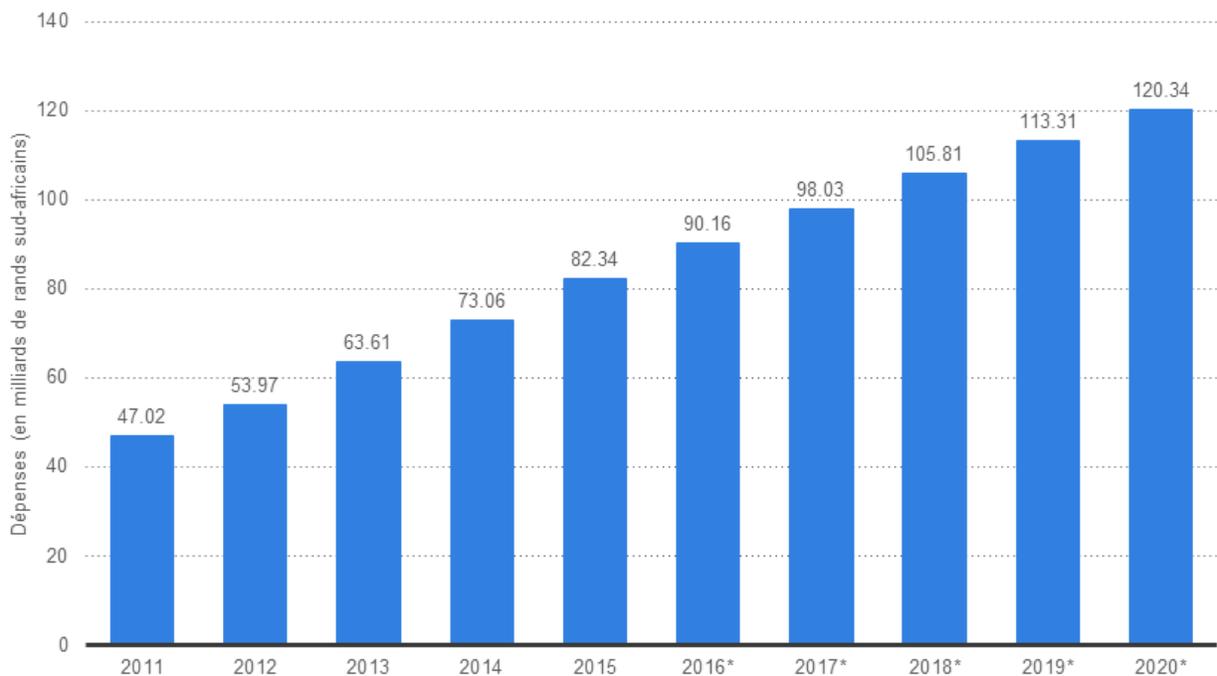
L'année 2017 marque le 20e anniversaire du traité de coproduction audiovisuelle entre le Canada et l'Afrique du Sud, soit le premier traité du genre conclu par l'Afrique du Sud. Au cours des deux dernières décennies, le pays a accompli de grandes avancées pour devenir un pôle de production médiatique, aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur de ses frontières.

Une combinaison de facteurs a contribué à la croissance de l'industrie sud-africaine des médias et du divertissement : la faiblesse du rand par rapport aux dollars canadien et américain, le climat chaud et l'abondance de paysages pittoresques, la disponibilité d'équipes de tournage anglophones qualifiées ainsi qu'un système concurrentiel de crédit d'impôt remboursable mis en place en 2004. Grâce à la convergence de ces facteurs, l'Afrique du Sud compte aujourd'hui des studios qui rivalisent avec ceux de l'Amérique du Nord et de l'Europe, faisant des villes comme Johannesburg, Cape Town et Durban des pôles de production médiatique attractifs à l'échelle internationale¹.

Chose certaine, Hollywood en prend acte. Des productions récemment filmées en Afrique du Sud incluent *Resident Evil: The Final Chapter* et *Avengers: Age of Ultron*. En ce qui concerne le Canada, mentionnons aussi le succès des films de science-fiction de Neil Blomkamp, un scénariste et producteur né en Afrique du Sud et maintenant établi à Vancouver. Ses longs métrages *District 9*, *Elysium* et *Chappie* ont retenu l'attention à l'échelle internationale.

Les consommateurs sud-africains réagissent favorablement à l'intensification de la production médiatique dans leur pays. Selon le tableau qui suit, les dépenses des consommateurs en médias et en divertissement devraient presque tripler entre 2011 et 2020.

Dépenses des consommateurs sud-africains en divertissement et en médias, de 2011 à 2020 (en milliards de rands sud-africains)



Source : PwC; Ovum

Par rapport à d'autres pays sur le continent africain, les dépenses en médias et en divertissement en Afrique du Sud sont deux fois plus élevées qu'au Nigeria, le pays au deuxième rang en cette matière, et plus de trois fois plus élevées que celles des pays en troisième et en quatrième places, soit l'Égypte et le Kenya respectivement².

CONSEIL D'EXPERTS

Sur les comparaisons avec d'autres marchés émergents

« Affichant un PIB de plus de 11 000 \$ par habitant, l'Afrique du Sud est un marché plus robuste que la Chine ou l'Inde et quatre fois plus vigoureux que la moyenne africaine en parité de pouvoir d'achat. La meilleure raison de travailler avec l'Afrique du Sud est de pouvoir faire des affaires en Afrique du Sud. »

– *South African Cultural & Creative Industries Mapping 2017*, Haut-commissariat du Canada en Afrique du Sud

FEUILLE DE ROUTE AVEC LE CANADA

Traditionnellement, le contenu canadien se vend bien auprès des télédiffuseurs, des fournisseurs de services numériques et des chaînes de diffusion par satellite de l'Afrique du Sud.

L'arrivée de la télévision numérique et de plateformes mobiles est susceptible de créer de nouvelles opportunités pour les producteurs de contenu de qualité. Par exemple, Econet Media de Johannesburg, une division du groupe de télécommunication diversifié Econet, a récemment annoncé qu'entre 2017 et 2022, elle investira plus de 1 milliard de dollars américains afin d'acquérir du contenu sportif et de divertissant pour ses plateformes³.

Récents ventes de contenu télévisuel par des producteurs canadiens en Afrique du Sud :

- ▶ l'acquisition par Africa One de *Holmes and Holmes* (6 x 60 minutes) de The Holmes Group⁴;
- ▶ l'octroi d'une licence à la chaîne Ignition de DSTV pour la saison 3 (12 x 60 minutes) de *Vegas Rat Rods* de Proper Television⁵;
- ▶ l'acquisition par Sundance TV Global de la dramatique en six parties *Acceptable Risk* – une coproduction Canada-Irlande – en vue de sa diffusion en Afrique subsaharienne⁶.

Les coproductions représentent également un important pendant de l'industrie sud-africaine. Au cours de la période de 20 ans de collaboration entre le Canada et l'Afrique du Sud, quelque deux douzaines de projets de cinéma et de télévision ont été menés à terme⁷.

Quelques exemples de coproductions avec l'Afrique du Sud :

- ▶ *Against the Wild 2: Survive the Serengeti* (2016) – long métrage (nature)
- ▶ *The Book of Negroes* (2015) – minisérie
- ▶ *Shark Killer* (2015) – long métrage (aventure)
- ▶ *Inescapable* (2012) – long métrage (suspense)
- ▶ *Winnie* (2010) – long métrage (dramatique historique)
- ▶ *A Million Colours* (2010) – long métrage (dramatique)
- ▶ *The Bang Bang Club* (2010) – long métrage (drame politique)
- ▶ *Caillou V* (2009) – animation
- ▶ *Five Roads to Freedom: From Apartheid to the World Cup* (2009) – documentaire
- ▶ *Crusoe* (2008) – série télévisée (drame familial)

Une entreprise canadienne ayant développé une relation particulièrement solide avec l’Afrique du Sud est Blue Ice Group. Blue Ice est le fruit de la fusion de producteurs canadiens et sud-africains d’émissions télévisées, de longs métrages et de documentaires. L’entreprise exploite des bureaux à Toronto et à Cape Town et a créé le [Hot Docs-Blue Ice Group Documentary Fund](#) pour accorder du financement aux phases de développement et de production. En date de 2017, 48 projets de 19 pays ont reçu l’appui financier de ce fonds⁸.

CONSEILS D’EXPERTS

Sur la logistique des coproductions

« D’expérience, je peux dire que les coproductions Canada-Afrique du Sud sont les plus faciles à initier. J’ai réalisé des coproductions avec d’autres pays comme l’Allemagne et le Royaume-Uni et j’ai trouvé que les exigences canadiennes sont beaucoup plus simples. Les gens tendent à surestimer les défis de faire des coproductions, mais je suis d’avis que les avantages l’emportent nettement sur les risques. »

- Lance Samuels, President, Blue Ice Group

Coproductions récentes de Blue Ice incluent :

- ▶ *The Indian Detective* mettant en vedette Russell Peters, produite pour Bell au Canada et pour Netflix en Afrique du Sud⁹ (sortie à venir);
- ▶ les miniséries *Madiba* et *The Book of Negroes*¹⁰.

Pour citer Lance Samuels de Blue Ice Group : [TRADUCTION] « L’industrie des services est en pleine croissance en Afrique du Sud, et ce, depuis l’entrée en vigueur du crédit d’impôt. En moyenne, les producteurs étrangers ont droit à une remise d’environ 20 % de leurs dépenses admissibles en

Afrique du Sud. De plus, les producteurs canadiens reçoivent une remise d’environ 26 % grâce au traité de coproduction. Oui, c’est à 18 heures d’avion pour la plupart, mais un producteur se rendra là où on lui offre la remise la plus élevée sur chaque dollar qu’il dépense. »¹¹

GENRES À SUCCÈS

Dramatiques, téléromans et téléralités

L’Afrique du Sud est un pays multiethnique et multiracial de quelques 56 millions d’habitants. On y dénombre 11 langues officielles ainsi que plusieurs dialectes non officiels. L’anglais est la langue maternelle pour environ 10 % de la population¹². La plupart des groupes linguistiques sont représentés, à tout le moins dans une certaine mesure, dans les émissions télévisées ou dans la programmation communautaire.

En moyenne, les Sud-Africains regardent environ trois heures de télévision par jour¹³, comparativement à quelque 3,9 heures par jour pour les Canadiens en 2016¹⁴.

Le contenu local est en grande demande sur toutes les plateformes. Plus de 90 % de la programmation locale est produite par de tierces parties, plutôt que par les diffuseurs eux-mêmes. L’anglais est la langue de production prédominante des émissions télévisées en Afrique du Sud¹⁵.

Les genres populaires incluent :¹⁶

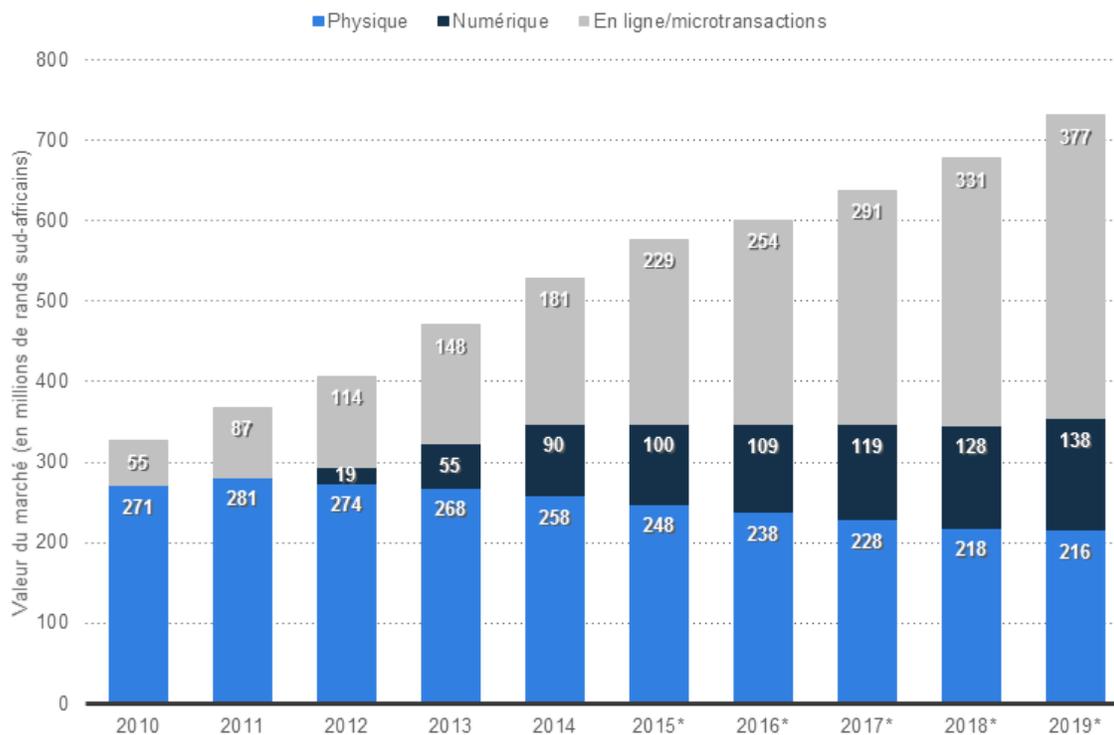
- ▶ Les sagas dramatiques mettant en vedette des dynasties familiales (par ex., *Uzalo* et *Muvhango*, qui sont deux des émissions les plus populaires au pays);
- ▶ Les téléromans traditionnels comme *Generations: The Legacy* et *Scandal* ainsi que le téléroman plus moderne de type feuilleton télévisé *The Wild*, tourné entièrement sur le site d’une pourvoirie cinq étoiles;
- ▶ Des téléromans américains comme *The Bold and The Beautiful* et *Days of Our Lives* figurent également régulièrement parmi les émissions les plus regardées au pays¹⁷;
- ▶ Les émissions de téléralité internationales comme *Survivor* connaissent beaucoup de succès en Afrique du Sud, tout comme les versions localisées d’émissions du même genre (par ex., *Big Brother Africa*) et *Rhythm City*, une émission dans laquelle les participants tentent de percer dans l’industrie de la musique.

Jeux : une nouvelle tendance

Il y a cinq ans, le marché des jeux numériques en ligne n'existait pratiquement pas en Afrique du Sud. Aujourd'hui, c'est un marché qui rapporte plus de 400 millions de rands par année. Il faut toutefois souligner que la valeur absolue en dollars du marché sud-africain du jeu – incluant les jeux pour console – se chiffre à environ 50 millions de dollars américains

par année. Par conséquent, c'est une minuscule fraction de l'industrie nord-américaine ou même par rapport à d'autres marchés émergents. À titre comparatif, les industries du jeu de l'Argentine et de la Colombie – deux pays dont la population est plus petite que celle de l'Afrique du Sud – rapportent respectivement 423 millions et 290 millions de dollars par année¹⁹.

Valeur du marché sud-africain des jeux sur PC de 2010 à 2019, par type (en millions de rands sud-africains)



Source : PwC; Ovum; hbt.africa
* Préviation

statista

Les analystes du secteur soutiennent que l'industrie du jeu n'en est qu'à ses premiers balbutiements en Afrique du Sud, ce qui crée d'importantes occasions pour les producteurs de jeux, particulièrement ceux qui font la conception d'expériences haut de gamme.

[TRADUCTION] « Les aspects numériques des jeux vidéo en particulier – les jeux sociaux/occasionnels, le modèle microtransactionnel en plein essor – ... ne sont possibles que grâce à l'accroissement de l'accessibilité et de la vitesse des connexions Internet. L'évolution effrénée

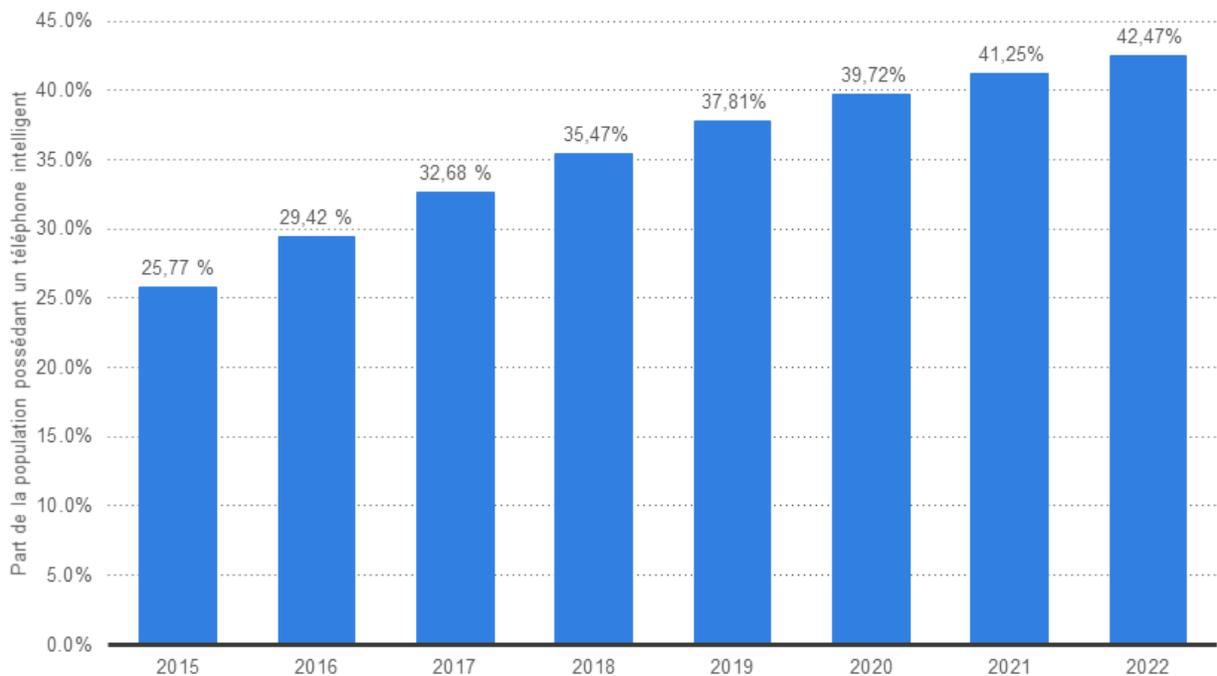
des applications de jeux sociaux/occasionnels a fait en sorte que des milliers de Sud-Africains de plus se considèrent maintenant comme des adeptes de jeux vidéo. Ça change les règles du jeu au vrai sens de l'expression et les concepteurs d'expériences haut de gamme auront tout intérêt à saisir le potentiel de cette nouvelle réalité démographique. »²⁰

- South Africa, Entertainment & Media Outlook: 2016-2020, PriceWaterhouseCoopers

De plus, le taux de pénétration des téléphones intelligents en Afrique du Sud devrait augmenter considérablement jusqu'en 2021, année où il est prévu d'atteindre 37 %. Cette hausse du nombre d'utilisateurs devrait mener à l'adoption de la technologie par une nouvelle clientèle et, de ce fait, le téléphone intelligent devrait devenir une plateforme de consommation de contenus média numérique de plus en plus significative.

Le tableau suivant illustre la croissance prévue à court terme de l'utilisation de téléphones intelligents en Afrique du Sud. (À titre comparatif, soulignons qu'au Canada, environ 80 % de la population possède un téléphone intelligent²¹.)

Taux de pénétration des téléphones intelligents au sein de la population sud-africaine de 2015 à 2022



Source : Statista DMO
Prévisions de 2017 à 2022

statista

Un exemple de types d'opportunités que ce marché en croissance crée pour les producteurs de médias étrangers est l'entente récemment conclue entre l'éditeur de jeux américain GameMine et Vodacom, une société de télécommunications sud-africaine. Au milieu de 2017, GameMine, un éditeur de jeux mobiles par abonnement, a conclu un partenariat avec Vodacom pour rendre ses jeux accessibles à la clientèle du fournisseur de services sans fil comme un service haut de gamme facturé à travers la plateforme de Vodacom. Le catalogue de jeux est mis à jour à intervalles réguliers, donc les utilisateurs ne paient pas pour un seul jeu, mais pour l'accès à un service de jeux²².

Un récent rapport portant sur les travailleurs dans les industries sud-africaines de l'animation et du jeu laisse entendre qu'alors que les secteurs de l'animation 2D et 3D et des effets spéciaux existent en Afrique du Sud, [TRADUCTION] « le développement dans la chaîne de valeur demeure minime... [et bien que] les concepteurs soient experts dans la création de contenu original (et non pas seulement dans la prestation de services liés à la production), ils ne disposent pas de réseaux établis pour l'octroi de licences, la commercialisation et le marketing stratégique de ce contenu. »²³

PRINCIPAUX TÉLÉDIFFUSEURS

La télévision disponible en Afrique du Sud depuis seulement 1976. À l'époque, une seule chaîne diffusait des émissions produites en anglais ou en afrikaans. Au cours des années 1980 et 1990, de nouvelles chaînes visant la communauté noire ont fait leur apparition, de même que des chaînes vouées au contenu sportif et éducatif. La société d'État SABC (South African Broadcasting Corporation) avait le monopole sur la télévision à accès libre et les émissions d'actualité jusqu'aux années 1990. Par la suite, de nouveaux services par satellite et numériques sont devenus accessibles. L'infrastructure du câble pour la télé payante (chaînes de base et premium), qui a fait son apparition dans un grand nombre de ménages canadiens et américains dans les années 1970 et 1980, n'était pas développée en parallèle dans le marché sud-africain.

L'industrie sud-africaine de la télévision se divise en trois catégories :

- ▶ la télédiffusion publique;
- ▶ la télédiffusion commerciale;
- ▶ la télévision communautaire.

On dénombre un total de 162 opérateurs de télévision au pays qui diffusent de la programmation sur un total d'environ 170 chaînes²⁴.

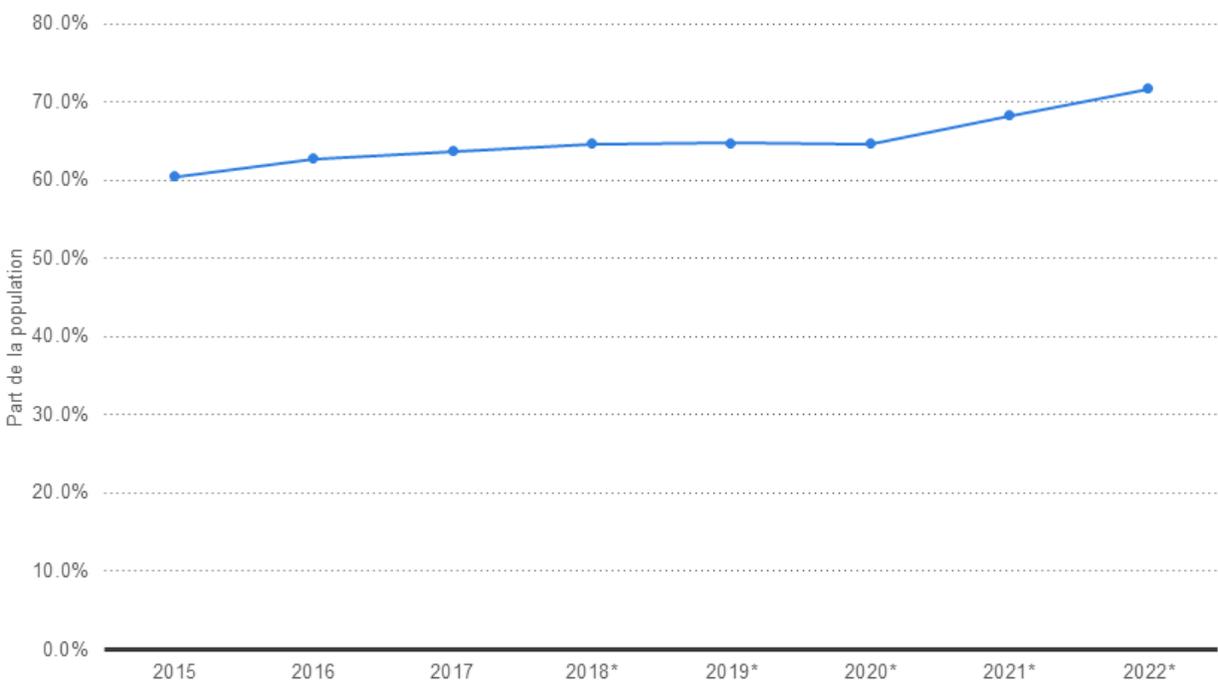
Voici les principaux télédiffuseurs et fournisseurs de services de télévision en Afrique du Sud :

- ▶ SABC (South African Broadcasting Corporation) 1, 2 et 3;
- ▶ e.TV : télévision diffusée en accès libre, de propriété privée, contenu de production locale ainsi que certaines émissions populaires de HBO et des émissions sportives américaines;
- ▶ M-Net : service par abonnement proposant des chaînes comme M-Net Movies, M-Net Series, M-Net Edge, KykNet (diffusée en afrikaans), Vuzu et Channel O;
- ▶ Studio Universal (propriété de NBC);
- ▶ DStv (Digital Satellite Television), qui donne accès à des chaînes internationales (par ex., Discovery, Nat Geo et BBC) ainsi que des chaînes locales populaires comme Mzansi Magic et Mzansi Wethu.

AUTRES PLATEFORMES DE DISTRIBUTION

Alors qu'à peine un peu plus de la moitié des Sud- Africains ont actuellement accès à Internet, la technologie s'est développée de façon remarquable au cours des sept dernières années. Il faut souligner qu'en 2010, environ 20 % seulement de la population du pays avaient la capacité de naviguer en ligne. Ce pourcentage augmente d'entre 5 % et 10 % par année depuis ²⁵.

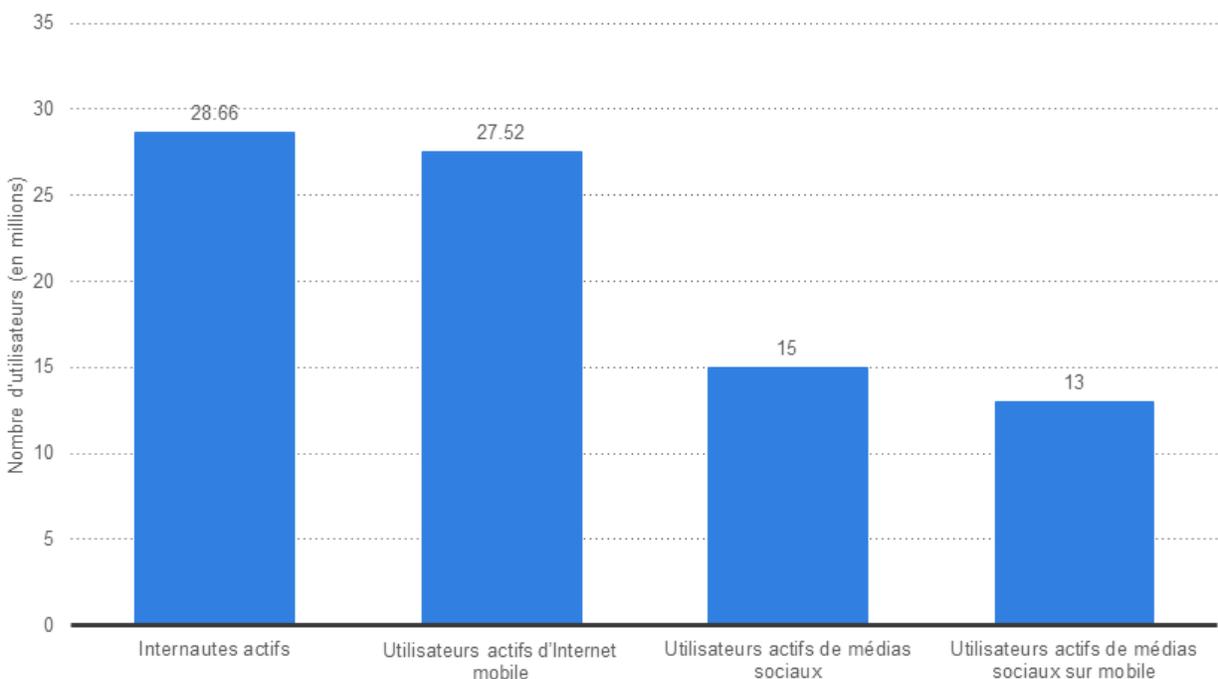
Pénétration d'Internet en Afrique du Sud de 2015 à 2022



Source : Statista; Statista DMO
*Prévision

Tel qu'illustré dans le tableau qui suit, la proportion de Sud-Africains qui accèdent à Internet par une connexion fixe ou mobile est pratiquement identique, tout comme l'est la proportion de Sud-Africains qui utilisent les médias sociaux par le biais d'une connexion Internet fixe ou d'un appareil mobile.

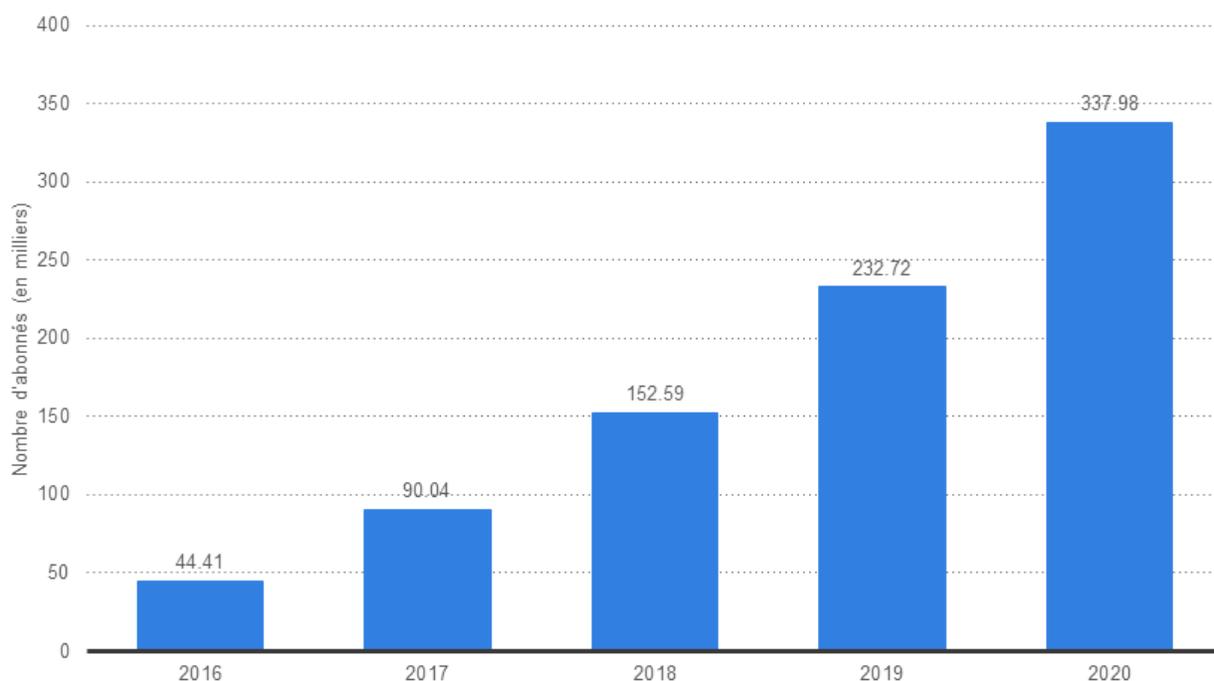
Population numérique en Afrique du Sud en date de janvier 2017 (en millions)



Sources: We Are Social, sources divers (Worldometers, Nations Unies, IAMI, Facebook, Cisco)

La croissance rapide de la population sud-africaine ayant accès à des services numériques se constate également dans l'adoption de services de télévision par contournement (TPC) comme Netflix. Bien que les chiffres absolus soient bas, à peine 90 000 abonnés pour une population d'environ 56 millions (comparez cela à quelque 5 ou 6 millions de ménages canadiens²⁶ qui sont abonnés à Netflix et 70 millions aux États-Unis²⁷), il faut noter que la base d'utilisateurs a plus que doublé au cours de la dernière année et que les prévisions de croissance future sont tout aussi robustes.

Estimation du nombre d'abonnés à Netflix en Afrique du Sud de 2016 à 2020 (en milliers)



Source : Nakono

statista

ACCORDS COMMERCIAUX AVEC LE CANADA

En 1997, le Canada était le premier pays au monde à conclure un traité de coproduction avec l'Afrique du Sud. Le Canada est donc présent dans le pays depuis 20 ans et entretient des relations durables avec des producteurs et des acteurs de l'industrie dans les principaux pôles de production que sont

les villes de Cape Town, Durban et Johannesburg. Depuis, l'Afrique du Sud a conclu sept autres traités internationaux de coproduction²⁸, ce qui contribue à stimuler encore davantage l'essor de l'industrie des médias et du divertissement au pays.

Le traité de coproduction entre le Canada et l'Afrique du Sud peut être consulté [ici](#).

ENVIRONNEMENT RÉGLEMENTAIRE

L'Afrique du Sud est un pays où la télédiffusion a traditionnellement été très réglementée. Cette réglementation remonte à l'époque restrictive de l'apartheid, où la télévision d'État, la SABC, servait principalement d'outil de propagande gouvernementale²⁹.

Aujourd'hui, l'Afrique du Sud est un pays ouvert en matière de diversité de voix et de cultures et cette diversité se reflète dans l'environnement réglementaire de l'industrie des télécommunications. À cet égard, les diffuseurs du pays doivent se conformer à diverses exigences en matière de service public et ont l'obligation de contribuer à plusieurs agences, dont la [Media Development and Diversity Agency](#), l'[Universal Service and Access Agency](#) et l'[Independent Communications Authority of South Africa](#)³⁰.

De plus, la télévision sud-africaine impose des quotas de programmation de production nationale. C'est une situation familière pour les producteurs et diffuseurs canadiens, car ces derniers doivent respecter un quota de contenu canadien aux heures de grande écoute³¹.

En mai 2016, Hlaudi Motsoeneng, le directeur de l'exploitation de la SABC, a annoncé que 80 % des films diffusés sur les ondes de la chaîne 3 de la SABC devaient être produits en Afrique du Sud. Au moment où cette annonce a été faite, 14 des 20 émissions les plus populaires diffusées par la chaîne étaient des productions internationales³². Cette nouvelle exigence a donc été accueillie avec un mélange d'enthousiasme et d'appréhension par les producteurs locaux. Bien que cette exigence doive stimuler l'industrie locale, le coût de production d'une émission locale est beaucoup plus élevé que l'acquisition des droits d'une production étrangère. Par ailleurs, les principales sources de revenus de la SABC, soit les droits de licence et la publicité, sont en baisse, en raison de la hausse du visionnement en ligne³³ et on rapporte que les budgets de la SABC sont très limités, jusqu'à aussi peu que 20 000 \$ par heure de programmation, comparativement aux budgets américains qui s'établissent en moyenne à 2 millions de dollars de l'heure.³⁴

MARCHÉS ET ÉVÉNEMENTS COMMERCIAUX

L'Afrique du Sud organise une diversité de festivals et de marchés du film et du documentaire ainsi que des événements d'envergure mondiale dans les secteurs du jeu et de l'animation.

En 2012, Discop, l'événement multivilles de l'industrie qui se définit comme [TRADUCTION] « la première destination mondiale pour l'acquisition et la coproduction de contenu "Fait en Afrique" ainsi que pour la vente de films, séries télévisées, droits d'adaptation, contenus numériques et bouquets de chaînes télévisuelles en Afrique subsaharienne »³⁵ a ajouté un événement à Johannesburg à son programme.

Sélection de marchés et événements commerciaux en Afrique du Sud :

- ▶ [Discop Johannesburg](#)
- ▶ [Cape Town International Film Market & Festival](#)
- ▶ [Cape Town International Animation Festival](#)
- ▶ [Durban International Film Festival](#)
- ▶ [A Maze International Games and Playful Media Festival](#)
- ▶ [rAge Video Gaming, Computer, and Technology Festival](#)
- ▶ [Encounters South Africa Documentary Film Festival](#)
- ▶ [RapidLion South African International Film Festival](#)

BUREAUX ET INTERVENANTS AU CANADA

Plusieurs organisations viennent en aide aux Canadiens faisant des affaires en Afrique du Sud, notamment :

- ▶ [Chambre commerciale Afrique-Canada](#)
- ▶ [Conseil canadien pour l'Afrique](#)
- ▶ [Haut-commissariat du Canada en Afrique du Sud](#)

NOTES DE BAS DE PAGE

1. <http://variety.com/2016/artisans/production/south-africa-production-boom-1201823933/>
2. <https://www.statista.com/statistics/615425/media-entertainment-spend-africa/>
3. <http://advanced-television.com/2017/05/09/econets-new-tv-service-spending-1-2bn/>
4. <http://playbackonline.ca/2017/04/26/proper-rights-sells-more-than-250-hours-of-programming/#ixzz4iZZUKLj2>
5. <http://realscreen.com/2017/04/26/proper-rights-sells-more-than-250-hours-of-programming/>
6. <http://playbackonline.ca/2017/03/31/deals-breakthrough-facet4-ctv/#ixzz4kCMtLGiE>
7. http://www.screenafrica.com/pls/cms/iac.page?p_t1=2054&p_t2=4718&p_t3=0&p_t4=0&p_dynamic=YP&p_content_id=1663111&p_site_id=103
8. <https://www.hotdocs.ca/i/hot-docs-blue-ice-group-documentary-fund>
9. <http://variety.com/2016/tv/news/russell-peters-frank-spotnitz-indian-detective-series-1201790554/>
10. <http://playbackonline.ca/2015/04/01/blue-ice-pictures-moves-ahead-on-madiba-miniseries/>
11. Entrevue avec Lance Samuels de Blue Ice Group, le 26 juillet 2017
12. <https://www.brandsouthafrica.com/people-culture/culture/languages-of-south-africa>
13. *South African Cultural & Creative Industries Mapping 2017*, Haut-commissariat du Canada en Afrique du Sud
14. <http://www.crtc.gc.ca/eng/publications/reports/policymonitoring/2016/cmrs.htm>
15. *South African Cultural & Creative Industries Mapping 2017*, Haut-commissariat du Canada en Afrique du Sud
16. <https://mybroadband.co.za/news/broadcasting/198074-most-watched-tv-shows-in-south-africa-4.html>
17. <http://www.channel24.co.za/TV/News/sabc-set-to-bulldoze-sabc3-schedule-20160601>
18. 1 dollar américain = environ 13 rands sud-africains (en date du milieu de 2017)
19. Via Statista, *Leading gaming markets in Latin America as of April 2017*, by gaming revenue (in millions of U.S. dollars)
20. <https://www.pwc.co.za/en/assets/pdf/enm/entertainment-and-media-outlook-2016-2020.pdf>
21. <https://www.statista.com/statistics/257049/smartphone-user-penetration-in-canada/>
22. https://techcrunch.com/2017/06/30/game-publisher-gamemine-inks-a-20-million-partnership-with-south-africas-vodacom/?n_cid=rss
23. *South African Cultural & Creative Industries Mapping 2017*, Haut-commissariat du Canada en Afrique du Sud
24. *South African Cultural & Creative Industries Mapping 2017*, Haut-commissariat du Canada en Afrique du Sud
25. <http://www.internetlivestats.com/internet-users/south-africa/>
26. <http://www.cbc.ca/news/business/netflix-streaming-cord-cutting-1.3636305>
27. <https://www.recode.net/2017/7/25/15998358/netflix-subscribers-growth-watching-smartphones-apps-app-annie-comscore>
28. <http://nfvf.co.za/home/index.php?ipkContentID=43>
29. <http://www.gov.za/blog/sabc-has-crucial-development-role>
30. *South African Cultural & Creative Industries Mapping 2017*, Haut-commissariat du Canada en Afrique du Sud
31. <http://www.cbc.ca/news/business/crtc-eases-canadian-content-quotas-for-tv-1.2992132>
32. <http://www.channel24.co.za/TV/News/sabc-set-to-bulldoze-sabc3-schedule-20160601>
33. <http://theconversation.com/local-content-quotas-on-tv-are-global-they-just-dont-work-everywhere-60656>
34. Entrevue avec Lance Samuels de Blue Ice Group, le 26 juillet 2017
35. <https://www.discop.com/johannesburg/#about-johannesburg>

Préparé par Leora Kornfeld pour

