

ROCHE Productions présente
un conte africain dans l'univers du footbiz

Black Diamond

un film de Pascale Lamche



Dominique Tibi présente
Une production ROCHE Productions
En coproduction avec Artémis Productions – Patrick Quintet

Black Diamond

Un film de Pascale Lamche

un conte africain dans l'univers du footbiz

101 minutes – 35 mm – 1,85 – DTS – Couleurs – France – 2010 – Visa n° 123 421

Sortie nationale le 22 septembre 2010

Dossier de presse et photos téléchargeables sur www.shellac-altern.org

DISTRIBUTION

Shellac
Friche de La Belle de Mai
41 rue Jobin
13003 Marseille
Tél. 04 95 04 95 92
shellac@altern.org
www.shellac-altern.org

PROGRAMMATION

Shellac
Lucie Commiot
Marie Bigorie
Tél. 01 78 09 96 65
programmation@shellac-altern.org

PRESSE

Stanislas Baudry
34 Boulevard Saint Marcel
75005 Paris
Tél. 06 16 76 00 96 / 09 50 10 33 63
sbaudry@madefor.fr

CONTACT ASSOCIATIONS

Philippe Hagué
Tél. 06 07 78 25 71
philippe.hague@gmail.com

www.blackdiamond-lefilm.com



Synopsis

C'est une vieille histoire : au pays d'un pays, on parle de la traite négrière, aujourd'hui c'est simplement un business qui va de l'artisanat local au réseau organisé. Le film tisse la toile d'un réseau au nœud que l'intermédiaire et international de spéculat et de trafic de jeunes gars d'Afrique, agissant sous l'égide du culte du football mondialisé. Des taudis d'Accra et d'Abidjan aux quartiers les plus pauvres du monde, il nous mène sur la piste d'un autre Afrique, figure au creux de la culture, qui ruse, trompe et manipule ses pairs. Des familles entières sont prêtes à sacrifier leurs seuls biens. Alors sur le marché des êtres humains, faut de trouver le diamant, l'or des osseux et la pierre.



Miroir aux alouettes

Argent sale, matchs truqués, détournement de fonds sur les transferts de joueurs, trafic d'êtres humains...

Les affaires nous le rappellent chaque jour avec cruauté : **le foot business ne tourne plus rond**. Sport aux lois universelles, le football est aussi devenu une activité économique majeure.

Au cours des vingt dernières années, l'explosion des droits TV a été d'une intensité folle. Quant au marché des transferts, il ne cesse de repousser les limites du réel avec des joueurs comme le Portugais Cristiano Ronaldo acquis par le Real Madrid 94 millions d'euros, plus cher qu'un Airbus A 321.

L'état de santé du footbiz, **rongé par la cupidité et la corruption**, justifierait une admission aux urgences. Sous toutes les latitudes, ses acteurs, dirigeants, joueurs, diffuseurs, ont céé aux sirènes de l'argent facile. Victimes de leur succès, ces nouveaux seigneurs se livrent des combats féroces afin de sauvegarder leurs intérêts.

Comment une société peut-elle fonctionner quand un joueur perçoit en un mois ce qu'un simple salarié mettra toute une vie à gagner. Comment comprendre que des présidents de clubs s'octroient des salaires dignes de patrons du CAC 40 quand les bilans comptables des clubs de foot affichent des déficits abyssaux ? Comment admettre que des agents véreux jouent aux mafuignons à travers la planète en promettant monts et merveilles à de jeunes joueurs ? Des proies bien faciles et dociles ne rêvant qu'à une seule chose : sortir leur famille de la misère où ils sont nés.

Mais le foot avant d'être un ascenseur social doit rester un sport, ce jeu populaire et magnifique qui apprend le dépassement de soi et la générosité. Considéré comme un Eldorado, il s'impose évidemment un miroir aux alouettes, voire un enfer pour beaucoup.

Jérôme Jessel

(co-auteur du livre « La Face cachée du foot business », éditions Flammarion)

Entretien avec Pascale Lamche

Vous établissez un parallèle dans le titre avec *Blood Diamond*, le film d'Edward Zwick : est-ce aussi grave que ça ?

« *Blood Diamond* » fait penser aux diamants des conflits armés, pour lesquels beaucoup de gens ont été massacrés. Non, je n'ai pas pensé à *Blood Diamond* à l'époque où ce titre a été choisi. Je pensais d'ailleurs plutôt à un autre film documentaire intitulé *Black Gold*, qui parlait de l'exploitation des cultivateurs de café et présentait un parallèle plus direct.

Il y est question de matières premières, de marchandises, et moi, je parle de jeunes Africains traités comme autrefois, en tant que matière première, comme des marchandises et non des êtres humains.

Pour moi, *Black Diamond* n'est que la moitié du titre. Le sous-titre est encore plus parlant : « *fool's gold* » - l'or du fou. Cela fait directement référence au conte d'Ananse l'Araignée. Un vieil homme, Nabi, découvre à la fin du film que le film lui-même est devenu un conte d'Ananse.

Le titre, *Black Diamond*, m'a été suggéré par le journaliste sud-africain qui ouvre le film par sa question à Sepp Blatter, le Président de la FIFA. J'y ai moi-même ajouté le sous-titre, qui saisissait plus précisément l'essence du film. C'est donc *BLACK DIAMOND : Fool's Gold*.



L'idée, c'est que lors de cette recherche frénétique d'un « diamant » (un garçon qui apportera la fortune à celui qui le négociera), des millions de garçons sont exploités d'une façon ou d'une autre, soit comme victimes de trafiquants et d'agents sans scrupules, soit comme « rebut » de chercheurs de « talents » arrogants. L'or du fou qui est apporté au marché représente tout ce qui brille. Et, sur un terrain de foot, ce qui brille est tout ce qui peut devenir la matière brute de quelque commerce – le plus souvent d'un commerce d'illusions – comme, par exemple : « *Tu me paies et je t'emmènerai à l'étranger et te rendrai riche.* ».

La FIFA a aussi récemment condamné ce trafic d'êtres humains comme un nouvel esclavage : qu'est-ce qui l'y a poussé ?

Je crois que c'est une question politique. Cela fait longtemps que Michel Platini, de l'UEFA, tire la sonnette d'alarme d'un point de vue morale et éthique. Sepp Blatter ne pouvait pas se montrer indifférent au problème. Je crois que Blatter a aussi été forcé de réagir à cause de certains puissants professionnels d'Amérique latine qui craignent le pillage de leurs talents. Mais, à mon avis, il s'agit là moins d'éthique que d'affaires.

Votre film dévoile une corruption et une organisation à des échelles insoupçonnées. C'est finalement une gigantesque arnaque s'appuyant sur la fascination du foot aiguisee par les médias et dont sont victimes les familles les plus pauvres...

Absolument. J'ai voulu commencer le film par le « rêve » d'être un grand footballeur, mais ne m'apparaissait que le désespoir qui nourrissait cette chimère. Celle-ci est bien différente du « rêve » que peut avoir mon neveu de dix ans, en Angleterre, de devenir une star du foot. En Afrique, c'est un désir fou d'échapper à la monotonie et la précarité de la pauvreté, ainsi que le devoir que ressentent de nombreux fils d'améliorer la condition générale de leur famille. Des familles tout entières placent leurs espoirs dans tel ou tel garçon, parce qu'il fait preuve de talent ou se fait aborder par un agent. Elles contribuent financièrement – souvent à hauteur de toutes leurs économies ou en empruntant à des usuriers – pour que le garçon puisse saisir la « chance » qui est censée sauver toute la famille. Le garçon devient un agneau sacrificiel. Quand il se découvre la victime d'une grosse arnaque, souvent il a honte (ou n'a pas les moyens) de rentrer dans sa famille et essaye plutôt d'emprunter une autre voie. Il se trouve alors dans un monde étranger rendu d'autant plus menaçant qu'il est devenu un immigré clandestin.

Dans le prologue du film, vous paraissiez faire un parallèle entre les stades de foot et les cirques de la Rome antique.

Oui. Il me semble que dans un monde où les clivages sont toujours plus marqués entre l'ostentation des riches et la pauvreté, le culte fanatique du football – qui a toujours été le sport du « pauvre » – sert un certain dessein : la même fonction que l'esprit « *Du pain et des jeux !* » romain, qui servait à empêcher les masses de se révolter.

J'ai trouvé intéressant que les deux principales réalisations architecturales érigées par le premier président de la Côte d'Ivoire indépendante (Félix Houphouët-Boigny) soient un gigantesque stade national de football et la « Plus Grande Cathédrale du monde ».

Vous prolongez un conte ghanéen sur les escroqueries d'une araignée par l'incrustation récurrente de cette araignée à l'image. Etais-ce pour mieux souligner votre point de vue ? L'histoire d'Ananse est celle d'une araignée maligne et méchante qui exploite ses voisins pour s'enrichir. C'est un conte moral. Ananse, l'araignée animée, apparaît en effet pour rappeler au public qu'il y a une autre façon de regarder. Une autre façon de voir les dessous du « business ».

En dehors du fait que la toile d'araignée – avec l'araignée représentant le « footbizz » – me paraissait la métaphore la plus appropriée pour le sujet, je reviens aussi à Ananse parce que je me suis trouvée moi-même, au cours de la réalisation de ce film, face à ce que j'ai perçu comme une forme dangereuse de scepticisme. Je rencontrais des gens qui ne voyaient là que l'exercice du « business » ou de la « compétition sportive ». Pour eux, le fait que l'objet premier de ce business soit un être humain, même un enfant, était secondaire par rapport à l'entreprise économique et la compétition qui pouvaient les rendre riches. Ils n'y voyaient rien de mal.

Certains passages utilisant des images d'animation se réfèrent à un univers de poésie distancié du réel : quelle était votre volonté ?

Je voulais apporter une façon différente de voir, qui permette au public de faire une pause pour penser. Nous sommes chaque jour saturés d'images à travers tous les médias. Nous sommes bombardés de « sujets » destinés à une consommation immédiate. Prenez un stade de foot. La plupart des gens associeraient spontanément ce stade, non au pouvoir et à la politique, mais au « sport ».

Il y a deux animations dans le film et toutes deux représentent un « rêve » lié au culte du football qui se transforme en cauchemar.

La première évoque un désastre dans un stade dont la véritable histoire a été censurée pour des raisons politiques. Elle sert à contextualiser le culte du football dans le milieu africain et

à mettre en évidence le peu de cas que l'on fait de la vie des pauvres. C'est à partir de ce état de faits que la tromperie et l'exploitation, qui deviennent le sujet du film, peuvent être comprises.

Vous avez choisi de ne travailler sur ce film qu'avec des journalistes africains, pourquoi ? Il y a trois journalistes dans le film : un Sud-Africain (Peter), un Ivoirien (Basile) et un Ghanéen (Anas).

En Afrique du Sud, Peter pose la question clé du film au président de la FIFA, Sepp Blatter. Il lui rappelle que celui-ci a appelé le transfert de jeunes joueurs africains un « nouvel esclavage » et lui demande : « *J'ai besoin que vous me disiez ce que vous entendez par là.* »

Voilà un Africain dans le pays qui est sur le point d'accueillir la première Coupe du Monde du continent – le plus Grand Spectacle du Monde (après les Jeux Olympiques) – pour un question qui embarrasse clairement le président. Il a tout puissance au rôle de dirigeant du football. Nous devons attendre jusqu'à la fin du film pour que Sepp Blatter retrouve suffisamment ses esprits pour répondre à la question.

En Côte d'Ivoire, le journaliste est présenté sous forme animée. Pourquoi ? Parce qu'à ce moment, la culture de la liberté n'existe pour la presse dans ce pays à l'heure actuelle. Basile est un nom d'emprunt. C'est un personnage composite, incarnant un médicin présent sur place lors de la catastrophe du stade et un journaliste, qui ont tous deux insisté pour rester anonyme par crainte de représailles.

Au Ghana, Anas Aremeyaw a reçu la prestigieuse accolade du Président Obamai-nne en tant que « courageux journaliste qui osait dire la vérité ». C'est Anas qui a effectué le voyage « d'investigation » du film. Je trouve cela bien intéressant. Il constate que le football est un canal parfait pour le trafic humain. En compagnie d'Anas, nous rencontrons des trafiquants qui l'ont repéré (alors qu'il se fait passer pour « Paul », un joueur « footbizz », c'est-à-dire qui n'a ni manager ni papier d'affiliation à la fédération de football) et qui essaient de l'attirer. Il lâche 4000 dollars en échange de promesses d'une carrière de footballeur Européen. Plus loin dans le film, Anas tourne son attention vers une organisation financée par des propriétaires arabes qui « cherchent des talents » parmi 70 000 jeunes de 13 ans à travers 15 pays du monde en développement. Anas se demande pourquoi si l'objectif annoncé est de donner une bourse à une poignée de garçons chaque année – il évite des pays comme le Brésil et l'Argentine, qui ont un système très organisé pour exploiter leurs propres talents de football et ont demandé à Sepp Blatter d'intervenir pour empêcher le braconnage d'étrangers prédateurs parmi leurs joueurs. Anas suit la liste des « garçons perdus » du système et découvre ce qu'il appelle une « énorme machinerie » de double répétition légale de talents à travers le monde des garçons, parfois de 15 ans, sont déplacés à travers le monde dans l'espoir de gagner de futurs profits.



De nombreux indices jalonnent le film, de la tempête qui chavire les barques aux traces du passage de Barack Obama, multipliant les entrées symboliques dans le sujet du film. Finalement, ce qui vous intéresse semble être avant tout la fascination qui permet l'arnaque...

Il y a de multiples niveaux de sens, pas nécessairement tous visibles, mais présents dans les séquences du film. Il est difficile de voir, par exemple, que beaucoup des bateaux de pêche de la première scène au Ghana sont jaunes parce qu'ils arborent le logo de MTN, l'opérateur téléphonique qui sponsorise la Coupe du Monde 2010 et le reality show *Soccer Academy*. Les bateaux de pêche portent des devises censées protéger les pêcheurs. Mon préféré portait ainsi les mots : *Qui est libre ?* Il est tiré de l'eau par la force conjuguée de vingt hommes. Des pêcheurs qui s'aventurent dans les eaux dangereuses portent le maillot de foot de Drogba : talisman ou faux Dieu ? Des jeunes garçons portent des t-shirts Obama. Au final, de puissants sponsors des affaires, des célébrités et un président américain superstar se muent en une multitude de talismans – mais la vie des pauvres n'en continue pas moins d'être une lutte désespérée pour survivre d'un jour sur l'autre.

Et dans ce contexte – où la télévision satellite peut être payée et regardée collectivement dans des cinémas de fortune diffusant plusieurs matchs simultanément – le culte du football s'est enraciné. Alors qu'à l'époque optimiste de l'après-Indépendance, les garçons et jeunes hommes auraient rêvé d'être agronomes ou ingénieurs pour construire leur pays et seraient allés à l'école, aujourd'hui ils sont hypnotisés par le culte du football. Fréquenter l'école ne semble plus en valoir la peine. Il vaut mieux jouer des heures et des heures au foot, essayer d'améliorer son jeu et espérer se faire remarquer par un « débusqueur » de talent. Comme nous le dit le vieux Nabi : « Sans développement, sans progrès, sans changement » depuis l'Indépendance, et sans services sociaux, les Africains pauvres sont livrés à eux-mêmes. Pacifiés aussi par la religion puisqu'ils pensent généralement que Dieu détermine leur destin, ils sont prêts à saisir n'importe quelle chance de *croire*. Le message américain selon lequel il ne faut que croire suffisamment en soi pour réussir a été entendu. Ce terrain d'ignorance et de souffrance fait les choux gras des agents sans scrupules et des riches « débusqueurs » de « talents » étrangers.

Le conte d'Ananse ancre votre récit dans la narration traditionnelle. On retrouve dans la construction du film les caractéristiques de l'oralité : récit en spirale, digressions, mobilisation de l'auditeur, etc.

Les histoires d'Ananse sont racontées subjectivement. Les contes d'Ananse remontent aux temps les plus anciens. Leur narration est souvent ponctuée de musique et de chansons, de théâtralisation, de commentaires interpellant le public ; c'est une expérience collective. Et la morale du conte est inscrite dans cette expérience collective. J'existe parce que tu existes et



donc je serai responsable de toi comme je le suis de moi-même. L'esprit créatif est un don partagé par une communauté.

Le cinéma est une expérience collective encore partagée en France. Les spectateurs français n'ont pas toujours été attirés, comme l'ont été les Anglais, par la consommation « monoculturelle » et passive associée à la télévision. J'espère que les spectateurs de cinéma seront heureux d'être embarqués dans un voyage qui n'est pas linéaire, qui couvre plusieurs pays et contient beaucoup de personnages. Mais au bout du compte, les histoires sont toutes reliées et se tissent en une toile de plus en plus apparente.

En soutenant votre film « L'ordre fou » et en le terminant sur des scènes d'opaleurs, vous suggérez que l'apétit d'aujourd'hui conduit à une foi collective, mais les jeunes sont recrutés parmi les plus pauvres, dont l'innovation est simplement destinée à la misère.

Nous avons fini dans un mème de *galamseys*, des mœurs « illégales » qui se sont une terrasse qui leur est offerte par des chefs tribaux mais qui est en fait la « propriété » de grands compagnies minières. C'est un travail ardu et désemparé.

Mais métaphoriquement, ce que je souhaitais exprimer était plus le fait que, sur le marché de la chaîne humaine, ceux qui exploitent les réves et les peurs d'un monde des adultes, cherchent à vendre « *importe quoi* ». Ces agents n'ont bâti que ce qu'ils peuvent vendre professionnellement, et ce n'est pas une partie de

ces garçons, alors ils leur vendent un faux rêve pour une énorme somme. Plus la somme et le sacrifice qu'ils demandent à la famille sont élevés, plus elle y croit.

C'est finalement une arnaque vieille comme le monde, mais qui prend des dimensions industrielles à l'ère des pétrodollars !

J'ai été choquée d'entendre le directeur européen d'Aspire Football Dreams, me dire que lorsqu'il a découvert un « diamant » au Sénégal parmi les cinquante garçons qu'on lui présentait, sa réflexion immédiate a été : « Qu'est-ce qui se passerait si j'en passais 700 000 au crible ?!!! ».

Le Sénégalais dont il parle a été amené à l'Académie junior du F.C. Barcelone, a pris la nationalité espagnole et est maintenant « le meilleur joueur d'Espagne ». Ça représente beaucoup d'argent. Les gens qui injectent des pétrodollars dans ce qu'ils appellent « la plus grande chasse au talent du monde » pour trier 700 000 garçons des pays du Sud, prétendent vouloir aider leur développement. D'autres y voient plutôt un pillage.

Quand il y a argent, il y a protection et méfiance : vous avez dû utiliser une fois une caméra cachée, mais sinon avez-vous rencontré beaucoup de réticences à être filmé ?

Avec les gangsters, une fois que j'ai eu le bon contact pour accéder à eux, j'ai simplement utilisé leur narcissisme. Ils croyaient que je m'intéressais à eux en tant qu'agents de



bonne foi. Et ils se sentent de toute façon très en sécurité. Personne n'est sur leur dos (sauf Anas). La plupart de ceux qui se livrent au business du football dans les pays où j'ai tourné savent *qui* contrôle ce commerce, certains en bénéficient à un moment où un autre et les autorités font mine de ne rien voir pour toutes sortes de raisons, dont la moins critiquable est l'idée fausse que certains garçons pourront se faire une vie meilleure « de l'autre côté ». Les trafiquants sont aussi protégés par la communauté, qui les considère comme une issue pour sortir de la misère. Quant aux plus gros bonnets, il a fallu faire montre de beaucoup de persuasion parce qu'ils n'ont jamais permis à quiconque de les filmer auparavant. Et il y a plusieurs strates à ce sujet, que seuls de courageux journalistes d'investigation pourront mettre à jour, si ça les tente.

Propos recueillis par Olivier Barlet (Africultures), mai 2010



Ananse, l'Araignée rusée

(le conte original d'Ananse, raconté par Nabi, poète Ghanéen)

Il était une fois un petit garçon qui rêvait de devenir un grand footballeur. Mais sa famille était pauvre et ils ne pouvaient pas lui payer un voyage jusqu'à la Ville. L'Araignée Ananse y vit une opportunité. Il rendit visite à la famille et leur promit qu'il allait aider le garçon. En échange, il prit le seul bœuf qu'ils possédaient. Mais après réflexion, il le trouva trop maigre pour pouvoir le vendre au marché et donc, à la place, il l'abattit et en fit un délicieux ragoût, dans un bar au bord d'une route.

Bientôt une Chèvre qui passait par là sentit l'odeur du bon ragoût et y goûta, sans même demander s'il était à vendre. Ananse accourut et lui demanda de payer un prix exorbitant pour la soupe qu'elle avait dégustée. Humiliée, la Chèvre se mit en route pour aller emprunter de l'argent pour rembourser Ananse. Mais en sortant du bar, elle croisa un Hippopotame qui lui marcha lourdement sur le pied. La Chèvre fit un boucan de tous les diables et força l'Hippopotame à assumer la dette, car elle ne pouvait plus marcher jusqu'au village de ses amis pour emprunter l'argent.

L'Hippopotame marcha d'un pas triste jusqu'au bord de la rivière, à la recherche d'un peu d'eau. Tandis qu'il buvait, un grand Crabe, qui vivait juste sous la surface, lui mordit la bouche. Agonisant, l'Hippopotame eut tôt fait de passer au Crabe la dette qu'il devait à la Chèvre. Alors que le Crabe commençait à tisser un filet de pêche, pour attraper des poissons qu'il irait vendre au marché pour rembourser la dette, le fils du Chef s'approcha de lui. Avec un gros bâton, le Prince frappa le Crabe tellement fort que sa carapace se fendit en mille morceaux. Ananse apparut comme par magie et exigea une compensation pour le Crabe.

Le Prince fut donc obligé de payer une énorme somme d'argent au Crabe, qui à son tour remboursa l'Hippopotame, qui à son tour remboursa la Chèvre qui finalement paya Ananse. Avec une petite partie de cet argent, Ananse acheta un billet pas cher pour que le garçon parte à la Ville et une fois sur place, il l'abandonna. Puis Ananse courut vite à la maison pour y compter tout son argent et pour manger toute la viande qu'il avait eue gratuitement.

La morale de cette histoire est que, quelle que soit sa faim, on ne mange pas avec les deux mains, et que faire du profit en dupant des personnes innocentes n'est pas bien.

Quelques chiffres

Transfert

Le transfert de **Didier Drogba** de Marseille à Chelsea en 2004 s'élève à **37,5 millions d'euros**. Celui de **Cristiano Ronaldo** au cours de l'été 2009, de Manchester United au Real Madrid à **94 millions d'Euros**.

Trafic

Plusieurs organisations non gouvernementales estiment à plus de **7 000** le nombre de jeunes, pour la plupart **clandestins et mineurs**, qui ont été **abandonnés en France** après avoir été abusés par des agents véreux.

Afrique / Europe

Des cinq plus gros championnats (Big Five) européens, la L1 est de loin le plus "africain" avec **39,2% de joueurs nés en Afrique** parmi les étrangers.

Plus de 50% des Africains d'Europe ont été formés en dehors de leur pays d'origine.

Coupe du Monde

Les coûts d'organisation de la **Coupe du monde 2010** pourraient dépasser les **1 milliard 200 millions d'euros**.

Source : Sport.fr, France 24.fr, L'Equipe.fr

Bio-filmographies

Pascale Lamche, réalisatrice

Réalisatrice plusieurs fois primée, Pascale Lamche a tourné des longs métrages documentaires et des séries à la fois en tant qu'auteur/productrice et productrice/réalisatrice pour des diffuseurs mondiaux de premier plan tels que HBO, WNET, BBC, Channel 4, Canal Plus, France 2, ARTE, France 3, ZDF, ABC et SVT.

Ses films ont été présentés lors de festivals internationaux renommés, et récompensés par de nombreux prix (Etoile de la SCAM, prix du meilleur documentaire historique au FIPA...). Elle a écrit, réalisé et produit de nombreux documentaires, notamment pour la prestigieuse collection « Storyville » de la BBC. Parmi ses films les plus récents : *Pakistan Zindabad* (2007), *French Beauty* (2005), *Accused number one* (2004), *Life and death in Soweto* (2003)... Elle vit entre Londres et Paris.

Dominique Tibi, productrice

ROCHE Productions est une société de production indépendante, fondée en 1994 par Dominique Tibi, nominée en 2004, 2006 et 2008 par la PROCIREP pour le Prix du Meilleur Producteur. Elle a produit des films et de séries documentaires, pour le cinéma ou la télévision, à caractère historique, géopolitiques ou de société, à vocation internationale et maintes fois récompensées.

Parmi eux, *La fille du juge*, de William Karel (Arte Cinéma, 2006, nommé au César du meilleur film documentaire 2007) ; *La Maison haute*, de Pavel Longuine (Arte, BBC, 2004) ; *Meurtres à l'Empire State Building*, de William Karel (Canal Plus, 2008) ; *Un dragon dans les eaux pures du Caucase*, de Nino Kirtadzé (Arte, 2005, European Film Academy – Prix du meilleur film documentaire 2005) ; *CIA, Guerres secrètes*, de William Karel (Arte, 2003, nommé aux 7 d'Or de la meilleure série documentaire 2003) ; *1929*, de William Karel (Arte, 2009)..

Fiche technique

Réalisation

Images

Son

Montage

Montage son

Mixage

Production

En coproduction avec

Avec la participation de

Avec le soutien de

Avec l'aide de

Ventes Internationales

Une Distribution

Pascale Lamche
Oliver Raaffet
Joël Flecher
Rodolphe Molar, Alexandre Brurat
Ingrid Simon
Patrick Gilain
ROCHE Productions-Dominique Tibi
Artevis Productions-Patrick Quinet
France 2 Cinéma

Canal Plus
Orange Cinéma Séries
AB3/TV
France Télévisions

Région Ile-de-France
Secrétariat Etat aux Sports
NC
Prochain et Argos Agence
Tax Shelter du Gouvernement fédéral de Belgique
Tax Shelter.be
La Coopération belge au Développement

Ministère de la Jeunesse et des Solidarités actives
VIEDE Management

© ROCHE Productions / Artevis Productions / France 2 Cinéma / 2010



ROCHE Productions présente
un conte africain dans l'univers du footbiz

Black Diamond

un film de Pascale Lamche

