

MARCHÉ EUROPÉEN DU FILM ET DE LA TÉLÉVISION

mises à part les émissions qui entrent dans la catégorie « culturelle » s'adressant à un auditoire plus sophistiqué. De même, les diffuseurs de la Scandinavie et des Pays-Bas, où l'anglais est couramment parlé, préféreront acheter la version anglaise des émissions plutôt que leur version française.

Différences dans la pénétration des nouveaux médias

La croissance réelle des nouveaux services de réception directe à domicile en Europe à l'heure actuelle vient de la télévision par satellite. Cette expansion est dirigée par Astra (propriété de la Société Européenne des Satellites, située au Luxembourg), qui est le principal exploitant de satellites en Europe et qui aura 84 canaux d'ici l'entrée en exploitation d'Astra 1e en 1995. Astra a une base de réception particulièrement bonne au Royaume-Uni, ayant BSkyB comme principal client, avec six répéteurs sur Astra 1a. En Allemagne, RTL Plus, Sat 1, Première et Eins Plus sont disponibles sur Astra 1b et sur le satellite allemand Kopernicus 1. L'Espagne et la France sont toujours relativement peu avancées en ce qui concerne les services de télévision disponibles par satellite.

Mais, en dépit du grand nombre de répéteurs disponibles sur divers satellites européens, il y aura probablement une pénurie de répondeurs en raison du lancement d'un grand nombre de nouveaux canaux à court et à moyen terme. Une analyse récente présentée dans la publication *New Media Markets* du Royaume-Uni mentionne 79 nouveaux canaux qu'on se propose de lancer en Europe - 33 d'entre eux étant de langue anglaise, sept de langue française, huit de langue allemande (y compris Vox qui est maintenant en exploitation) et cinq de langue espagnole.

Les nouveaux services par satellite maintenant lancés en Europe sont principalement offerts selon la demande, contrairement aux services par câble. Même si certains territoires, comme les pays du Benelux et l'Allemagne, ont de bons systèmes de câble, leurs systèmes ont jusqu'à récemment été mis au point pour des raisons géographiques, pour améliorer la réception (comme c'est le cas aux États-Unis et au Canada), plutôt que pour fournir de nouvelles sources d'émissions demandées par les téléspectateurs.

Par contre, la France, l'Espagne et le Royaume-Uni ont tous des marchés du câble sous-développés. On peut s'attendre à une croissance de ce marché en réponse à la demande des téléspectateurs. Ainsi, on prévoit une expansion considérable du câble en Europe pendant les prochaines années. Par exemple, Zenith Media prévoit que plus de 55 millions de foyers européens seront branchés au câble d'ici l'an 2000, et presque 60 millions de foyers d'ici 2003².

À court terme, les nouveaux médias (à l'exception de canaux comme Canal Plus) n'offriront probablement pas de possibilités importantes de coproduction aux producteurs canadiens, car ils ne récolteront pas assez de recettes pour investir dans des productions originales. Les nouveaux

² Zenith Media Worldwide, *Television in Europe To the Year 2003*.