

## MARCHÉ EUROPÉEN DU FILM ET DE LA TÉLÉVISION

La coproduction *Mirage*, produite par Richard Sadler, des Films Stock International, et financée par la France (50 %), l'Allemagne (20 %), la Suisse (10 %) et le Canada (20 %) est un bon exemple de cette situation. Selon cette structure, en vertu de la clause de la Convention qui traite du cofinancement, la Suisse est considérée comme un partenaire financier ayant une participation de 10 %. Eurimages considère que les Européens sont des partenaires majoritaires, leurs investissements s'élevant à 80 %, et qu'ils devraient ainsi avoir accès au financement d'Eurimages et à leurs propres avantages nationaux. Pour les Européens, il s'agit d'une production quadripartite. Pour Téléfilm Canada, il s'agit d'une coproduction tripartite avec la France (partenaire majoritaire) et l'Allemagne. Le coproducteur canadien a ainsi toujours accès aux avantages nationaux canadiens en vertu des accords de coproduction bilatéraux du Canada avec la France et l'Allemagne, tout en obtenant le financement d'Eurimages pour la coproduction.

Les principaux bénéficiaires de la Convention seront les pays européens. Ce mouvement reflète la tendance vers une plus grande collaboration entre les partenaires européens et une moins grande dépendance à l'égard des productions américaines. Malheureusement, un rejet des productions américaines pourrait également entraîner un rejet des productions canadiennes, qui sont considérées comme ayant des similarités avec le style et le contenu des productions américaines. Il faudra donc que les Canadiens s'alignent sur les goûts européens et réalisent des émissions qui intéressent les Européens.

Les producteurs canadiens - Primedia, Nelvana, Alliance, Atlantis et d'autres - qui ont établi des relations solides et avantageuses avec les Européens sont ceux qui ont investi du temps, de l'énergie et de l'argent pour connaître les marchés et établir des contacts. Rien ne peut remplacer de bonnes relations personnelles. Même s'il est possible de passer outre pour amorcer une coproduction, à moins d'avoir de bonnes relations de travail basées sur des objectifs communs et un intérêt mutuel, rien ne garantit que les partenaires établiront des relations d'affaires à long terme, ce que souhaitent sûrement la plupart des coproducteurs.

On peut affirmer avec certitude que les quatre marchés présentent certains débouchés. L'intensification de la concurrence découlant de la multiplication des canaux signifie que personne n'a suffisamment d'argent pour financer entièrement toutes ses productions, ce qui laisse deux possibilités : acheter ou coproduire. Mais puisqu'il y a tant de diffuseurs et de producteurs qui désirent coproduire, la concurrence est de plus en plus féroce; c'est pourquoi les relations à long terme et les performances antérieures deviendront plus importantes.

On prévoit que la télévision européenne subira une transformation de type nord-américain au cours des prochaines années en raison de la multiplication des canaux disponibles. Cela entraînera inévitablement un accroissement de la demande de produits audiovisuels et offrira ainsi des possibilités aux producteurs dynamiques, désireux de vendre ou de coproduire leurs émissions. L'aspect négatif de cette situation est que les fonds disponibles pour les émissions ne suivront probablement pas le rythme de cette croissance, même s'il y avait une augmentation