

MARCHÉ EUROPÉEN DU FILM ET DE LA TÉLÉVISION

- établir des synergies avec les professionnels de l'industrie regroupés en réseaux transfrontaliers;
- réunir des capitaux pour le développement;
- maintenir un équilibre entre les forces du marché, soit entre les grandes et les petites entreprises, et entre les grands pays et ceux qui ont une capacité audiovisuelle réduite;
- maintenir un équilibre entre les médias : cinéma, télévision, vidéo et nouvelles technologies.

Le programme MÉDIA 95 a pour but de faire la promotion, de façon équitable, des industries du cinéma et de la télévision. Pour 1991, on estime que la promotion du cinéma (y compris la vidéo) et la promotion de la télévision ont représenté respectivement 55 % et 45 % des activités de promotion du programme. Avec le développement des nouvelles technologies, comme la télévision haute définition, cette situation se compliquera.

En ce qui concerne la viabilité économique du programme, les responsables de MÉDIA 95 estiment que les projets actifs depuis assez longtemps ont permis un remboursement de plus de 20 % des sommes investies.

Un examen à moyen terme, complété au mois d'avril, a évalué le rendement, l'efficacité, les coûts et les avantages du programme. Selon cette analyse, le programme a réussi à atteindre ses deux objectifs généraux. Il a permis d'accroître le potentiel de compétitivité de l'industrie et il a soutenu les entreprises et les pays européens plus petits. Par conséquent, le rapport d'analyse recommande que le budget annuel de MÉDIA 95 soit augmenté ou, à tout le moins, qu'il demeure au même niveau qu'en 1993. On ajoute que, sans le support du programme, plusieurs projets spécifiques seraient annulés ou obligés de réduire leurs activités.

De plus, le rapport soutient que les partenaires locaux proposent des projets dont le niveau de financement est celui originalement prévu. On propose que le niveau maximum requis pour la participation de MÉDIA 95 dans des projets spécifiques, actuellement établi à 50 %, soit éventuellement révisé. Par exemple, le rapport note qu'une réduction du pourcentage maximum à 25 % aurait pour conséquence d'augmenter du double les investissements suscités par MÉDIA 95.

Le rapport suggère également des réductions dans les frais généraux de plusieurs secteurs du programme, de même que l'établissement d'un bureau de vérification des dépenses et d'un bureau des relations publiques. On recommande aussi la mise en place d'un système de supervision du programme afin d'évaluer son impact sur le marché. Le déboulement possible des projets est un autre problème soulevé dans le rapport, qui suggère une plus grande coopération à cet égard.

À l'heure actuelle, le programme MÉDIA 95 comporte 19 projets. Ceux-ci peuvent être regroupés de la façon suivante :