

**ÉTUDE DE MARCHÉ DES PRODUCTIONS QUÉBÉCOISES EN FONCTION
DE L'INDUSTRIE DU FILM ET DE LA TÉLÉVISION
AU ROYAUME-UNI**

destinée à la Délégation générale du Québec à Londres
Mars 2002

Recherche et rédaction : Susanne Curran, mars 2002

(Traduction de l'étude originale produite en anglais)

TABLE DES MATIÈRES

	page
1. INTRODUCTION	2
a. Objectifs	
b. Contenu	
2. PRÉSENTATION	5
a. Aperçu des débouchés au Royaume-Uni	
b. Salles de cinéma en région	
c. Festivals de films	
3. DISTRIBUTION EN SALLE	23
a. Aperçu des débouchés au Royaume-Uni	
b. Distributeurs au Royaume-Uni	
4. TÉLÉDIFFUSION	30
a. Aperçu des débouchés au Royaume-Uni	
b. Coproduction de programmation factuelle et d'animations	
c. Acquisitions de longs métrages et de courts métrages et d'émissions pour enfants	
5. CONCLUSION	50
6. CONTACTS	52

INTRODUCTION

Les objectifs de cette étude sont les suivants :

1. Fournir un aperçu des débouchés possibles pour la présentation en salle et la diffusion de productions cinématographiques et télévisuelles québécoises au Royaume-Uni.
2. Rassembler des renseignements commerciaux sur l'industrie cinématographique et télévisuelle du Royaume-Uni pour permettre aux réalisateurs du Québec d'accéder aux organismes clés de présentation commerciale, de distribution, de coproduction de programmation factuelle et d'acquisition de longs métrages, de courts métrages et de films d'animation au Royaume-Uni.
3. Cerner les meilleures façons pour les producteurs (réalisateurs, producteurs télé, distributeurs et télédiffuseurs) d'établir des relations avec des partenaires compétents du Royaume-Uni.
4. Dresser le portrait de l'activité actuelle, de l'orientation en matière de programmation et des besoins futurs des organismes clés.
5. Cerner les moyens par lesquels un organisme de financement ou une institution culturelle comme le gouvernement du Québec pourrait établir ou favoriser des partenariats entre le Québec et le Royaume-Uni dans les industries culturelles visées, ou améliorer les partenariats existants.

L'organisme qui a parrainé ce rapport représente des groupes d'intérêt variés et donc un lectorat diversifié allant des personnes qui travaillent pour des maisons de production établies aux réalisateurs indépendants en passant par les organismes de financement et les institutions culturelles. En conséquence, le rapport présente les informations recueillies auprès des différentes organisations dont il est question dans ce rapport de manière à épouser le mieux possible les intérêts des lecteurs.

Contenu

L'échéancier du projet étant serré, il n'a pas été possible de couvrir tous les festivals, distributeurs ou télédiffuseurs dans chacune des sections du rapport. Nous avons donc plutôt concentré nos recherches sur une sélection d'organismes clés (études de cas) de chaque secteur afin de maximiser la valeur du rapport. Les organismes qui ont fait l'objet de l'étude sont tous en bonne position pour collaborer avec les producteurs du Québec et sont représentatifs des autres organismes de leur secteur de l'industrie. À titre

d'exemple, dans la section consacrée aux télédiffuseurs, le rapport met l'accent sur *Channel 4 International* en tant que télédiffuseur actif sur le marché des coproductions internationales. Le rapport a reposé sur la volonté des entreprises de donner de leur temps pour dévoiler leurs orientations créatrices et leurs pratiques commerciales. Les organismes à caractère public ont été couverts de façon plus approfondie, tandis que les sociétés commerciales se sont montrées plus avares de détails pour des raisons commerciales et des questions de concurrence. Cette situation s'est révélée particulièrement vraie en ce qui concerne les distributeurs de cinéma.

Cependant, cette sélection nous a permis de recueillir des informations d'ordre pratique, artistique et commercial par l'entremise de rencontres en vis-à-vis et de rétroactions directes de la part de professionnels oeuvrant dans le milieu. Nous avons cru qu'un rapport détaillé de première main serait plus utile qu'un compte rendu général de toutes les sociétés et organisations actives au Royaume-Uni qui, après tout, ne ferait que reprendre des informations commerciales déjà accessibles au public. Toutes les études de cas présentées dans ce rapport sont suivies des coordonnées complètes de la société ou de l'organisme dont il est question. Les coordonnées des autres organismes auxquels nous ferons référence seront toutes listées dans l'annexe à la fin du document.

Le paysage des entreprises de télédiffusion change constamment. Pour éviter que les informations contenues dans ce rapport ne se périment trop rapidement, nous avons indiqué en détail comment accéder aux sites Web offrant des renseignements à jour sur les changements de personnel et la programmation.

Le rapport décrit de façon détaillée les pratiques courantes et les besoins en matière de programmation des organismes clés, et la façon dont un producteur de film ou de télévision québécois peut accéder à ceux-ci en mettant toutes les chances de son côté.

PRÉSENTATION

Aperçu des débouchés au Royaume-Uni

Les salles de cinéma régionales (Regional Film Theaters) sont financées par le British Film Institute (BFI), un organisme national dont la mission est de favoriser l'éducation, la présentation et l'accès au cinéma international au Royaume-Uni, et par des conseils des arts régionaux (Regional Arts Boards) des régions administratives du Royaume-Uni qui financent une grande variété d'activités artistiques dans chacune des régions. Puisque les salles de cinéma régionales sont financées par l'État et ont une vocation culturelle, les œuvres présentées dans ces salles s'inscrivent toujours dans une programmation plus vaste. Par exemple, un nouveau film peut être présenté dans le cadre d'une rétrospective spéciale ou d'activités éducatives complémentaires.

Le Royaume-Uni compte actuellement 20 salles de ce genre. Pour obtenir une liste complète de celles-ci, consultez le site Web www.bfi.org.uk et sélectionnez « Regional Film Theatres ». Vers la fin des années 90, le circuit des salles de cinéma régionales était l'artère principale du cinéma d'art et d'essai de tout le Royaume-Uni, exception faite de Londres. Au cours des cinq dernières années, un grand nombre de salles commerciales ont commencé à présenter des productions indépendantes et des films de répertoire dans leurs complexes multisalles. L'intérêt des salles commerciales pour le cinéma d'art et d'essai a pour conséquence de créer entre les complexes multisalles une forte concurrence économique et culturelle pour l'obtention de productions indépendantes. Cette concurrence a aussi pour effet de créer un intérêt, chez les distributeurs commerciaux, pour toute une gamme de productions comprenant les films en langues étrangères et le cinéma indépendant. Par exemple, le film de Joel Coen *The Man Who Wasn't There* ou celui de David Lynch *Mulholland Drive*, qui normalement auraient dû être présentés uniquement dans les salles de cinéma régionales, prendront l'affiche en même temps dans plusieurs salles de cinéma commerciales, où ils seront présentés en première distribution.

Autres chaînes de cinéma indépendant

CITY SCREEN

Depuis ses débuts en 1989, City Screen est devenue l'une des principales chaînes de cinéma indépendant de Grande Bretagne; elle exploite des salles sous le nom de « Picture Houses ». C'est grâce à ses liens étroits avec des villes universitaires comme Oxford, Cambridge, York, London, Brighton,

Exeter et Aberdeen que City Screen a pu se hisser en tête du marché du cinéma de répertoire. Sa programmation complètement à l'opposé de celle des complexes multisalles fait la fierté de l'entreprise. City Screen a la réputation bien méritée d'offrir une programmation variée et peu conventionnelle dans des endroits individuellement conçus pour encourager la fréquentation des salles de cinéma et rendre l'expérience agréable. En effet, chaque « Picture House » s'efforce de conserver un caractère unique et indépendant dans tous les sens du terme.

Coordonnées de l'entreprise

City Screen
86 Dean Street
Londres
W1D 3SR
Tél. : +44 20 7734 4342
Télec. : +44 20 7734 4027

SCREEN CINEMAS

Screen Cinemas exploite des salles à Londres et dans le Sud-Est de l'Angleterre. L'entreprise présente un mélange de films grand public américains, de films de répertoire et de productions indépendantes. Screen Cinemas travaille en collaboration avec un grand nombre de distributeurs américains importants et de distributeurs indépendants du Royaume-Uni comme Artificial Eye, Metro Dome et Optimum Releasing.

Site Web

www.screencinemas.co.uk

SALLES DE CINÉMA RÉGIONALES

Ces salles réservent leurs films par l'entremise du British Film Institute (BFI) et directement auprès des distributeurs. Le BFI a mis sur pied une équipe qui offre un service de réservation centralisé. La fonction principale de cette équipe est de planifier le parcours des programmations itinérantes, comme une programmation itinérante annuelle de cinéma nouveau espagnol tirée du festival de films espagnols Viva! qui a lieu au Corner House à Manchester, et une programmation de cinéma portugais constituée d'œuvres présentées dans le cadre d'un festival de film annuel qui a lieu au Watershed à Bristol. Ces programmations sont principalement composées de longs métrages qui n'ont pas encore de distribution prévue au Royaume-Uni. L'équipe de réservation s'occupe aussi de la coordination de films présentés en première distribution, d'une programmation itinérante de films gais et lesbiens tirée du festival du film gai et lesbien de Londres, de rétrospectives et de matériel d'archive.

Connaissance des productions québécoises et activité

Les longs métrages québécois sont perçus comme « très marginaux », mais le Québec est reconnu pour être une bonne source de courts métrages, de productions expérimentales et d'animations. Il y a bien sûr certaines exceptions comme les réalisateurs bien connus Robert Lepage et Denis Arcand « qui jouissent d'une solide réputation internationale et qui ont une forte influence sur le monde du cinéma au Royaume-Uni ». L'équipe de programmation collabore avec Maggi Warwick, du haut-commissariat du Canada, pour obtenir de l'information sur les productions canadiennes et pour s'entendre sur des questions de programmation.

Principaux festivals et marchés fréquentés :

Cannes
Berlin
Rotterdam
Toronto

Personne-ressource :

Helen De Whit
Head of Programme Unit
South Bank
Londres
SE1 8XT
Tél. : +44 20 7815 1442
Téléc. : +44 20 7815 1418
Courriel : helem.dewhit@bfi.org.uk
Site Web : www.bfi.org.uk

PRÉSENTATION – Festivals de films

FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM D'ÉDIMBOURG (FIFE)

Date du festival

Tous les ans au mois d'août. Consulter le site Web du festival pour obtenir des informations à jour : www.edfilmfest.org.uk.

Candidatures

Le FIFE reçoit les candidatures entre la fin janvier et le 20 avril tous les ans. Les films doivent être envoyés en format VHS, BETA, PAL, DVD ou NTSC. Des frais sont exigés pour les candidatures individuelles : 25 livres pour les courts métrages et les films au budget inférieur à 50 000 livres, et 95 livres pour les films au budget supérieur à 50 000 livres.

En 2001, environ 2000 des candidatures reçues ont été des candidatures spontanées. En raison du volume considérable et de la variété du matériel envoyé, la meilleure façon d'améliorer les chances de sélection d'une œuvre faisant l'objet d'une présentation spontanée (un film proposé directement par son auteur et non par le biais d'un agent ou d'un distributeur) est de poser sa candidature par l'entremise d'une institution culturelle. Le FIFE a déjà établi des relations avec la Korean Film Commission, le Danish Film Board, Uni France et la Japan Foundation. Ces institutions envoient une sélection de bandes-annonces qui représentent les meilleures productions du pays.

Les réalisateurs peuvent aussi présenter une œuvre par l'entremise de withoutabox.com. En échange d'une commission fixe, ce service enverra une copie du film à tous les festivals de films du monde.

Programmation

Le FIFE est le festival de films le plus connu du Royaume-Uni puisqu'il a lieu au mois d'août, en même temps que le Edinburgh International Festival qui, tous les ans, se déroule dans la ville d'Édimbourg, en Écosse, à l'échelle de la ville tout entière.

La programmation du FIFE est composée de longs métrages internationaux, de documentaires, de longs métrages nationaux, de films d'animation et

d'œuvres dans la catégorie Mirror Ball (œuvres du Royaume-Uni seulement), un volet de la programmation qui se consacre au matériel promotionnel grand public. En moyenne, 95 longs métrages (incluant les documentaires) et plus de 150 courts métrages (incluant les films d'animation) sont présentés. Le FIFE est reconnu comme un festival où l'on découvre des talents, et le festival divise sa programmation en plusieurs volets de façon à faire honneur à sa réputation. Par exemple, le volet *Rosebud* (bouton de rose) qui comprend les réalisateurs qui en sont à leur première ou deuxième production et le volet *Eyes of the World* (regard du monde) qui comprend les œuvres de réalisateurs plus expérimentés. Consultez le site Web du festival pour obtenir les informations les plus à jour sur la programmation.

Sources d'approvisionnement

Les distributeurs principaux auxquels on fait appel pour l'approvisionnement de cinéma québécois sont Artificial Eye, Optimum Releasing, MetroTartan, Momentum et Alliance Atlantis.

Le FIFE investit beaucoup dans le suivi du cheminement des productions cinématographiques, de l'étape de la vente à celles de la production et de la distribution. Cette pratique permet aux organisateurs du festival de cibler leurs recherches sur certains titres dans les marchés et les festivals, et de repérer les régions produisant des « vagues » d'œuvres intéressantes.

Principaux festivals et marchés fréquentés :

Sundance
Rotterdam
Gothenburg
Berlin
Cannes
Toronto
Venise
Corée
London Screenings

Connaissance des productions québécoises et activité

Le FIFE qualifie sa connaissance générale du cinéma québécois de « faible ». Le directeur du FIFE assiste au Festival international du film de Toronto, et comprend donc la distinction entre les productions québécoises et canadiennes. Aucune production québécoise n'a été présentée depuis deux ans, mais les organisateurs du FIFE sont intéressés à en savoir plus et à voir ce qui se fait actuellement au Québec, et ce, dans tous les genres.

Nouveaux débouchés

Le FIFE lance le « Spring Break », une programmation itinérante des coups de cœur du festival qui sera présentée dans tout le pays. Du même coup, le FIFE inaugurerait le volet expérimental *Persistence of Vision* qui présenterait des films et des clips d'artistes.

Pour maximiser les possibilités

1. L'équipe de la programmation du FIFE sera beaucoup plus portée à visionner un film présenté par l'entremise d'une institution culturelle avec, à l'appui, les informations sur sa production. En outre, de cette façon, aucuns frais de candidature ne seront exigés.
2. Présenter une œuvre sous l'égide d'une institution nationale ou régionale permet d'établir un dialogue productif très rapidement entre le Festival et l'institution. Par exemple, un soutien financier permettant aux réalisateurs d'assister au Festival et de couvrir les frais de transport des copies peut être offert. Les initiatives de ce genre contribuent à augmenter la « valeur » d'un film et à favoriser la sélection de certaines œuvres.
3. Envoyer un bulletin d'information fournissant des nouvelles sur l'industrie, les productions en cours, les ventes ainsi qu'une liste des festivals où seront présentés ces productions. Par exemple, Holland Film diffuse actuellement un bulletin d'information sur les films en production dont il est possible de faire l'acquisition ou qui sont ou seront présentés dans différents festivals. Une version québécoise d'un tel document serait extrêmement utile. Les responsables de la programmation du FIFE sauraient quels films sont terminés et quand il sera possible de les voir dans les principaux festivals.

Personne-ressource

Shane Danielson
Director
Edinburgh International Film Festival
88 Lothian Road
Édimbourg
EH3 9BZ
Tél. : +44 131 228 4051
Télec. : +44 131 229 5501
Courriel : nicola-p@edfilmfest.org.uk
Site Web : www.edfilmfest.org.uk

PRÉSENTATION – Festivals de films

REGUS LONDON FILM FESTIVAL (RLFF)

Le RLFF existe depuis 45 ans et figure à l'agenda culturel de Londres comme un des événements à ne pas manquer. Le festival offre une programmation véritablement variée, tant par le genre et la forme des films sélectionnés que par son caractère international. Le RLFF est un festival principalement public qui vise à fournir un instantané du cinéma international, la majorité des œuvres présentées dans le cadre du RLFF ayant été achevées dans le courant de l'année précédant le Festival. Un grand nombre de responsables de programmation, de réalisateurs invités et de spécialistes assistent au festival; il importe donc de s'y présenter avec une délégation importante de l'industrie.

Date du festival

Date : du 6 au 21 novembre 2002

Nombre d'entrées enregistrées : 110 000 en 2002

Candidatures

Le RLFF a une politique de candidatures libres et ouvertes. Le Festival accepte les candidatures durant toute l'année. La date limite pour présenter une œuvre est le début août. Les copies peuvent être présentées sur ruban 70, 35, 16 ou 8 mm, ou en tout autre format vidéo. Il n'y a aucune limite de durée et aucune restriction concernant le genre.

Programmation

Les films présentés dans le cadre du RLFF doivent constituer des premières au Royaume-Uni. La programmation propose un mélange de grandes premières et de longs métrages grand public ainsi que différents volets géographiques : cinéma international, cinéma européen, nouveau cinéma britannique et cinéma français. Tous les genres sont confondus à l'intérieur de ces volets. Le volet attribué au cinéma français est le seul volet à caractère national. Il s'agit d'un volet établi depuis longtemps qui doit sa longévité non seulement au volume et à la qualité des productions françaises, mais aussi à l'engagement des agences de développement du cinéma comme Uni France. La programmation du festival comprend aussi d'autres volets comme *Experimenta* (productions expérimentales et vidéos d'artistes), *Archive*, *Shorts* (court-métrages) et *Animation* qui sont tous des volets à caractère international. Un programme complet d'événements spéciaux et d'activités éducatives entoure le Festival.

Sources d'approvisionnement

Des relations non officielles avec des distributeurs comme Momentum et Optimum Releasing contribuent à créer un lien avec les organisateurs du festival.

Le RLFF possède une base de données des films en cours de production. Celle-ci est utilisée pour suivre les films en production de façon à ce que les responsables de la programmation sachent exactement quand ils pourront trouver certains titres dans les différents marchés et festivals.

Les responsables de la programmation du Festival ont déjà reçu, par le passé, une vidéo d'informations de la SODEC concernant les productions québécoises, vidéo qui s'est révélée d'une certaine utilité. Cependant, elle n'a pas été distribuée de façon homogène, d'une part, et elle n'a pu trouver un vaste écho, d'autre part, du fait qu'elle était présentée en français, ce qui constituait un obstacle pour toute organisation de langue anglaise.

Principaux festivals et marchés fréquentés : Sundance
Rotterdam
Berlin
Cannes
Locarno (Suisse)
Venise (le festival a lieu trop tard pour permettre le visionnement d'œuvres mais les listes sont utiles)
Toronto (idem)

Connaissance des productions québécoises et activité

Le RLFF connaît bien le marché québécois.

2001 : Un Crabe dans la tête, dirigé par André Turpin était au programme du RLFF mais a été retiré au profit du festival de Sundance.

2000 : Trois ou quatre titres québécois ont retenu l'attention. Post Mortem a été présenté par son réalisateur au RLFF et a ensuite été inséré dans la programmation itinérante « RLFF On Tour ».

Le Festival s'est montré intéressé à présenter Maelström, mais Momentum ne lui en a pas donné la permission puisque ses plans de distribution n'étaient pas encore établis. Les organisateurs du festival sont intéressés à présenter des films québécois et sont prêts à présenter n'importe quelle production de Denis Villeneuve.

Pour maximiser les possibilités

- 1. Des nouvelles de l'industrie seraient d'une très grande utilité. En plus de permettre aux festivals de tenir à jour leurs bases de données, elles pourraient servir de carte de visite à des œuvres qui seraient prêtes à présenter dans le cadre de festivals ultérieurs. Le RLFF est à la recherche d'œuvres récentes n'ayant pas « fait le tour des festivals », et c'est pourquoi il est doublement important de s'assurer que les organisateurs ont l'occasion de voir les productions québécoises en dehors des festivals de Cannes et de Sundance. Dans cette perspective, des informations sur les dernières productions québécoises seraient extrêmement utiles à l'équipe de la programmation, en leur permettant de savoir où voir les œuvres et à qui s'adresser pour obtenir celles n'ayant jamais été présentées nulle part.**
- 2. L'assistance matérielle des institutions culturelles est vitale. Celle-ci peut prendre diverses formes : l'importation de copies, une contribution aux coûts de transport, l'hébergement des réalisateurs invités ou l'organisation d'un dîner officiel pour des représentants de l'industrie.**
- 3. Aide en matière de marketing et auprès des médias. Les institutions culturelles ont des relations dans les milieux de la presse que les festivals n'ont peut-être pas. Ces relations peuvent être d'une grande importance pour promouvoir auprès du public et de l'industrie les œuvres en provenance d'une certaine région**
- 4. La présence dans les marchés. Bon nombre d'institutions culturelles exploitent des stands qui offrent une vitrine commune aux réalisateurs du territoire qu'elles représentent. Ces stands ne présentent peut-être pas une grande utilité pour les acheteurs et les vendeurs, mais ils offrent par contre aux responsables de la programmation d'un festival un outil de référence rapide et une source d'information sur les œuvres présentées.**
- 5. Présenter un éventail de titres ou organiser le visionnement de productions québécoises constitueraient des manières efficaces et utiles d'augmenter les possibilités de sélection. Le RLFF a déjà conclu une entente de la sorte avec le ministère de la Culture, à Madrid, pour organiser des visionnements, et avec Catalan Film, pour obtenir une sélection des plus récents films catalans.**

Personne-ressource

Sandra Hebron
Deputy Director
Regus London Film Festival
National Film Theatre
South Bank
Londres

SE1 8XT
Tél. :+44 20 7815 1323
Télec. :+44 20 7633 0786
Courriel : info@rlff.com
Site Web : www.rlff.com

PRÉSENTATION – Festivals de films

FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM DE LEEDS (FIFL)

Le FIFL est un festival de moyenne envergure qui a lieu dans la plus grande ville du Yorkshire, Leeds. Ce festival est un événement principalement public. Les films sont présentés dans un cinéma qui sert de lieu de visionnement principal, et partout dans la ville de Leeds dans des salles de cinéma commerciales, des cafés et des bars qui servent de lieux de projection secondaires. Le FIFL est divisé en volets selon la programmation que les organisateurs ont mise sur pied durant l'année. En 2001, la programmation comportait les volets suivants : *African cinema* (cinéma africain), *Brazilian classics* (classiques brésiliens), *Fanomenon* (premières de films britanniques et longs métrages à gros budget), *Children's cinema* (cinéma pour enfant) et *European* (cinéma européen).

Date du festival

Du 26 septembre au 13 octobre 2002

Nombre d'entrées enregistrées : 22 000 sur les 16 jours du festival

Candidatures

Le FIFL a une politique de candidatures libres et ouvertes. La date limite pour présenter une oeuvre est la fin juin.

Programmation

Le FIFL présente environ 90 longs métrages et jusqu'à 300 courts métrages incluant les films d'animation. Parmi les longs métrages présentés, 70 % sont d'origine européenne et 30 % proviennent du reste de la planète. Média Plus, un programme d'encouragement au développement, à la distribution et à la promotion des œuvres audiovisuelles européennes, a des critères de financement qui font que la programmation du FIFL doit être majoritairement européenne. Il existe un programme d'activités destinées aux nouveaux réalisateurs résidant dans le Nord de l'Angleterre. Le programme comprend des activités axées sur le financement d'une première production et la promotion d'une production avec un budget restreint.

Sources d'approvisionnement

En raison de leur budget limité, les organisateurs du FIFL ne sont pas en mesure de se déplacer pour prendre part aux marchés internationaux et aux

festivals; la meilleure façon de s'assurer qu'un film est vu est donc de leur envoyer directement.

Principaux festivals et marchés fréquentés : Rotterdam
Berlin *
Cannes *

**Si le budget le permet.*

Connaissance des productions québécoises et activité

Au cours des trois dernières années, le Festival a présenté un seul film canadien en français qui leur avait été proposé par l'Office national du film du Canada.

Pour maximiser les possibilités

1. Le FIFL travaille actuellement en collaboration avec le Goethe Institute, l'Office national du film du Canada et la Japan Foundation. Ces institutions fournissent une aide financière pour le coût des copies et les frais de transport. Le Festival dépend de ce type d'aide pour mettre sur pied sa programmation. Il serait intéressé à travailler avec le gouvernement du Québec selon le même principe.
2. Contrairement à d'autres festivals qui ont accès aux distributeurs et aux agents de vente dans les marchés internationaux, le FIFL est en position favorable pour traiter directement avec les institutions culturelles qui peuvent fournir des informations relatives aux productions en cours et aux personnes les mieux placées pour donner de l'information.

Personne-ressource

Chris Fell
Director :
Submissions Department
Leeds International Film Festival
The Headrow
Leeds
LS1 3AD

Site Web : www.leedsfilm.com
Tél. : +44 113 247 8389
Téléc. : +44 113 247 8494
Courriel : filmfestival@leeds.gov.uk

PRÉSENTATION – Festivals de films

FESTIVAL INTERNATIONAL DU DOCUMENTAIRE DE SHEFFIELD (FIDS)

Date du festival

Du 21 au 27 octobre 2002

Droits d'inscription pour les délégués : 175 livres plus TVA

Candidatures

Le Festival a une politique de candidatures libres et ouvertes. Les films sont acceptés jusqu'au 1^{er} juin de chaque année. La sélection débute à partir du mois de janvier de chaque année mais, en pratique, les films peuvent être envoyés n'importe quand et tous les films qui auront été reçus après la date limite seront pris en compte pour le festival suivant. En moyenne, le Festival reçoit entre 600 et 700 candidatures spontanées par année. De ce lot, seulement cinq films environ seront choisis, de sorte que cela ne représente pas la meilleure façon de procéder si l'on veut que son film soit vu, mais il s'agit d'une façon pratique et courante pour un étudiant de présenter son œuvre.

Programmation

Un comité consultatif formé de grands télédiffuseurs et d'illustres réalisateurs de documentaires collabore à l'élaboration de la programmation du festival avec l'équipe d'organiseurs.

Le FIDS ne présente aucun film qui a déjà été diffusé au Royaume-Uni. Le Festival met l'accent sur les films commerciaux plutôt que sur les films réalisés pour la diffusion, étant donné qu'ils intéressent davantage le public. De plus, les films qui ne proviennent pas du Royaume-Uni doivent être sous-titrés, une situation qui peut favoriser les films commerciaux. Environ 70 films sont présentés durant le festival, incluant les courts métrages. De ces films, 70 % proviennent de pays membres de l'Union européenne (environ 40 % du Royaume-Uni) et 30 % proviennent du Canada, de l'Australie et des États-Unis. Le Festival est ouvert autant au public qu'aux représentants de l'industrie. Une fin de semaine, au cours de laquelle ont lieu des classes de maître, des débats, des réceptions et des séances de visionnement spéciales, est entièrement réservée à l'industrie.

La fin de semaine de l'industrie du FIDS est un événement d'envergure restreinte très couru qui met l'accent sur les questions créatives et professionnelles entourant la réalisation de films documentaires au niveau national et international. Il aborde les questions d'intérêt pour les réalisateurs, et non pour les acheteurs ou les vendeurs. L'envergure restreinte et le

caractère intime de la fin de semaine ont un effet extrêmement positif sur la qualité des débats entre les participants. L'absence des médias spécialisés permet des discussions franches et spontanées entre professionnels. Le FIDS exige des frais pour les délégués. Pour plus d'informations, consultez le site du festival.

Sources d'approvisionnement

Puisque le budget du festival ne permet pas aux organisateurs d'assister à d'autres festivals que ceux mentionnés ci-dessous, les catalogues des autres festivals sont une source importante d'informations.

Principaux festivals et marchés fréquentés :

Festival international du documentaire d'Amsterdam
Sundance
Berlin
Rotterdam
Hot Docs (Toronto)
Festival international du documentaire de Marseille (France)

Distributeurs de documentaires principaux

Film Transit
Film Four
Jane Balfour Films

Connaissance des productions québécoises et activité

Le FIDS connaît très peu les réalisateurs de films documentaires québécois. Le FIDS sait que le Québec a de l'expérience dans le domaine de la réalisation de documentaires, mais ne connaît aucun de ses réalisateurs ou de ses producteurs principaux. Aucun documentaire québécois n'a été présenté à ce festival depuis deux ans.

Pour maximiser les possibilités

- 1. Le FIDS aimerait obtenir des informations sur les documentaires québécois présentés dans le cadre de festivals. Il lui serait utile d'avoir tous les détails sur les productions et sur les festivals où elles seront (ou ont été) présentées, incluant l'accueil de la critique, des comptes rendus des nouvelles productions et des informations sur les films qui ont remporté des récompenses ou des prix. « Après avoir entendu parler d'un film par l'intermédiaire de deux ou trois**

sources différentes, les organisateurs auront manifestement envie d'aller le voir et l'inséreront probablement aussi à la programmation du festival par la suite ». Veuillez noter que ces informations devraient être fournies en anglais.

- 2. Il serait judicieux d'envoyer des cassettes vidéo des « meilleurs » films actuellement achevés. L'Office national du film du Canada envoie déjà des extraits de films au FIDS. Ce type d'initiative est toujours apprécié puisqu'il permet de dresser le profil des oeuvres. Les organisateurs du festival ne sont pas certains que la sélection de l'ONF comprenne des œuvres québécoises, mais indiquent que la majorité des films sont de langue anglaise.**

Personne-ressource :

Sirkka Mouller
Festival Programmer
Sheffield International Documentary Festival
The Workstation
15 Paternoster Row
Sheffield
S1 2BX
Tél. : +44 114 276 5141
Télec. : +44 114 272 1849
Courriel : info@sidf.co.uk
Site Web : www.sidf.co.uk

PRÉSENTATION – Festivals de films

FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM D'ANIMATION DE BRISTOL

Date du festival

Du 25 au 28 avril 2002

Candidatures

Les mises en candidature se terminent le 11 janvier 2002.

Le Festival accepte les candidatures spontanées qui peuvent être envoyées n'importe quand dans l'année jusqu'à la mi-janvier. Les films doivent être envoyés en format VHS, NTSC ou Pal.

Programmation

La programmation du festival est composée de films réalisés par de nouveaux talents internationaux, britanniques et européens, ainsi que des meilleures productions réalisées par des étudiants du Royaume-Uni. Les programmes les plus longs durent tous entre deux heures et deux heures et demie et il s'agit des volets international et britannique.

Le volet intitulé *Animated Encounters* fait aussi partie de la programmation du festival, mais est exclusivement destiné aux gens de l'industrie. Ce volet prend la forme d'un congrès de deux jours réunissant environ 200 délégués qui prennent part à divers séminaires et qui assistent à des classes de maître. Les sujets et les thèmes abordés sont variés et peuvent aller de la recherche du financement nécessaire à la réalisation ou à la coproduction d'un premier film aux ateliers sur le son et la composition.

L'appui financier dont bénéficie le Festival provient surtout du Japon et des États-Unis et, en conséquence, les producteurs américains et japonais sont présents en grand nombre, et la majorité des sujets abordés touchent ces territoires.

Connaissance des productions québécoises et activité

Au cours des deux dernières années, le Festival a présenté un seul film d'animation canadien de langue anglaise. Les organisateurs du Festival de Bristol connaissent très bien l'industrie cinématographique québécoise et canadienne. Ils reçoivent d'ailleurs un bulletin de nouvelles distribué par la Délégation générale du Québec à Londres.

Principaux festivals et marchés fréquentés :

ANNECE (Ottawa)
ESINDHO (Portugal)
Relations étroites avec l'Office
national du film du Canada

Pour maximiser les possibilités

- 1. Il serait d'une grande utilité de fournir des renseignements à jour concernant les nouvelles productions achetées, les oeuvres actuellement en production et les dates d'achèvement des nouveaux films.**
- 2. Il serait également utile d'envoyer des bandes-annonces des productions québécoises achevées.**
- 3. Ces informations permettent aux responsables de la programmation du Festival de cibler leurs recherches parmi les festivals internationaux. De plus, le visionnement préalable d'une bande-annonce peut inciter les responsables à se procurer le film auprès des compagnies de production. Voilà des facteurs qui, tous, contribueraient à promouvoir l'industrie cinématographique du Québec.**

Personne-ressource

Lucy Jeffries
Festival Administrator
Animated Encounters
1 Canons Road
Bristol
BS1
Tél. : +44 117 927 5102
Télec. : +44 117 930 9967
www.animated-encounters.org.uk
Courriel : info@animated-encounters.org.uk

PRÉSENTATION – Festivals de films

CINEMAGIC - FESTIVAL INTERNATIONAL DU FILM POUR LA JEUNESSE

Cinemagic est le principal festival de film pour les enfants et la jeunesse du Royaume-Uni.

Date du festival : du 28 novembre au 8 décembre 2002

Candidatures : Le festival a une politique de candidatures libres et ouvertes. La date limite est le 31 juillet, cinq mois avant le festival, puisque l'auditoire principal du festival se trouve dans les écoles et que les informations sur la programmation doivent être prêtes pour le début de la période scolaire d'automne. Les films doivent être envoyés en format VHS, NTSC ou PAL.

Programmation

La programmation vise à réunir les meilleures productions cinématographiques de partout dans le monde réalisées par et pour les enfants et la jeunesse. Les œuvres présentées regroupent en majorité des drames et des documentaires, mais aussi de quelques courts métrages d'animation. Le *Fonds européen de soutien* appuie financièrement le Festival, et les productions d'origine européenne occupent une grande place dans la programmation. En raison de l'âge de l'auditoire, les films en langue étrangère doivent avoir la faveur du secteur éducatif officiel. De l'avis des organisateurs du festival, les films en provenance de la France et de l'Allemagne sont les plus populaires, suivis de ceux produits par l'Espagne et l'Italie. Les films de langue anglaise sont les plus attrayants aux yeux du grand public; comme les produits canadiens sont de langue anglaise et ne proviennent pas des studios américains, ils sont en demande. Ce festival est compétitif; des prix sont décernés par un jeune jury au « Meilleur long métrage » (Best Feature) et au « Meilleur court métrage » (Best Short).

Sources d'approvisionnement

En raison d'un budget de voyage limité, le festival compte principalement sur les catalogues des autres festivals et sur les informations envoyées par les institutions culturelles pour se renseigner sur les films.

Principaux festivals et marchés fréquentés :

Berlin (pour le festival principal et le Kinder Fest)
Sundance *
Venise *
Hot Docs (Toronto) *

** par l'entremise des renseignements sur la programmation*

Connaissance des productions québécoises et activité

Le cinéma canadien occupe une place importante au Cinemagic et les responsables de la programmation travaillent en étroite collaboration avec l'Office national du Film du Canada, Téléfilm Canada et le haut-commissariat du Canada à Londres. Étant donné qu'il n'existe aucun distributeur qui se spécialise dans le cinéma pour enfants et pour la jeunesse au Royaume-Uni, le Festival fait souvent appel à ces institutions pour obtenir de l'information et des suggestions sur la programmation. Le Festival a présenté plusieurs productions canadiennes et québécoises au cours des deux dernières années.

En 2001 : 7 courts métrages et 4 longs métrages canadiens (2 drames et 2 documentaires)

Titres non disponibles

En 2000 : 4 courts métrages et 2 longs métrages canadiens (*Borderline Normal* a remporté le prix du jury remis au meilleur long métrage).

Titres non disponibles

Le Festival reçoit un bulletin hebdomadaire du CIFEJ, le Centre international du film pour l'enfance et la jeunesse, qui lui est d'une grande utilité.

Pour maximiser les possibilités

- 1. Nouvelles de l'industrie sur les films disponibles comprenant des informations sur le contenu et l'équipe de production.**
- 2. Appui financier visant à couvrir les frais de l'invitation de réalisateurs, de l'importation de copies et de transport.**

Personne-ressource

Nicky Fulcher
Director of Programming
Cinemagic
3rd Floor Fountain House
17 – 21 Donegall Place
Belfast
BT1 5AB
Tél. : +44 28 90311900
Courriel : info@cinemagic.org.uk
Site Web : www.cinemagic.org.uk

Aperçu

La fréquentation des salles de cinéma du Royaume-Uni est très élevée et continue d'augmenter. Cependant, en raison du nombre limité de salles consacrées au cinéma de répertoire, les recettes de ce secteur sont également limitées. À l'exclusion de celui des États-Unis, le public du Royaume-Uni est probablement le moins réceptif aux films sous-titrés et aux films en langue étrangère du monde.

La prospérité du secteur de la distribution en salle dépend des recettes des distributeurs qui vendent les droits dérivés de diffusion à la télévision et les droits vidéo. Les changements se produisant actuellement dans ces deux marchés ont une incidence néfaste sur le marché de la distribution en salle et limitent le nombre de films présentés dans les salles de cinéma du Royaume-Uni.

Vidéocassettes

Le marché de la vidéocassette est en pleine expansion au Royaume-Uni, mais au cours des dernières années, cette expansion s'est effectuée au détriment du secteur indépendant. Les grands détaillants de vidéocassettes tels que Blockbuster sont passés d'un système de vente tarifé à un système de partage des recettes. Auparavant, Blockbuster achetait un certain nombre de films au prix fort et fixait ensuite le prix de chaque film séparément. Maintenant, ce détaillant achète de grandes quantités d'un nombre restreint de films à un prix réduit. Cette tendance à offrir les plus grandes quantités possibles des grosses productions dans leurs magasins a entraîné la disparition des productions indépendantes et des films de répertoire; comme dans les supermarchés qui vendent des produits en gros et donc moins chers, il n'y a plus de place pour les spécialités. Cependant, les droits vidéo n'ont jamais constitué la source principale de financement du secteur de la distribution en salle. Actuellement, les recettes provenant des droits de diffusion à la télévision constituent la source la plus restreinte de financement de ce secteur. Des facteurs économiques mondiaux forcent les télédiffuseurs à réduire le plus possible les dépenses et les risques afférents à l'achat de productions. La crise économique du Japon et la chute des recettes publicitaires aux États-Unis, qui touchent maintenant le Royaume-Uni, font en sorte que les ressources financières des télédiffuseurs du Royaume-Uni sont relativement limitées. Au cours des 18 derniers mois, les recettes publicitaires ont diminué d'environ 20 points au Royaume-Uni. Par conséquent, les budgets d'acquisition de nouveaux longs métrages sont restreints et des

pressions plus fortes que jamais s'exercent pour que ces films soient rentables sur le plan commercial.

Distributeurs

Cette section traite de trois des principaux distributeurs du secteur du cinéma indépendant ou de langue étrangère. Il s'agit de Momentum, de Artificial Eye et de Metro Tartan. Ce secteur s'est révélé le plus difficile à sonder, et il n'a pas été facile d'obtenir des renseignements. Cela s'explique notamment par le fait que ces entreprises sont en situation de concurrence et ne sont pas disposées à dévoiler leurs renseignements commerciaux et leurs orientations artistiques au public.

Un répertoire complet des distributeurs (Distributor Listings) et un guide portant sur le réseau de distribution du Royaume-Uni (Filmmakers Guide) sont offerts sur le site Web du British Film Institute. Le répertoire des distributeurs fournit la liste exhaustive des distributeurs de longs métrages du Royaume-Uni ainsi que leurs coordonnées complètes et quelques listes de films. Le guide s'adresse à tous les intervenants du monde du cinéma qui sont à la recherche d'un exposé détaillé sur les procédures de distribution et de présentation de films en vigueur au Royaume-Uni. Ces publications peuvent être téléchargées gratuitement à partir des adresses suivantes :

www.bfi.org.uk/facts/distribution - « Distributor Listings »

www.bfi.org.uk/showing/development - Sélectionnez « Publications », puis « A Filmmakers Guide to Distribution and Exhibition ».

Les exploitants de salles de cinéma et les acheteurs de films ayant collaboré à la production de ce rapport travaillent pour les distributeurs suivants du Royaume-Uni, pour ce qui concerne la distribution des films québécois :

- Metro Tartan
- Artificial Eye
- Momentum Pictures
- Optimum Releasing
- ICA Projects

DISTRIBUTION EN SALLE - Distributeurs

MOMENTUM PICTURES

Programmation

La société mère de Momentum Pictures est le géant canadien Alliance Atlantis. Momentum achète aussi bien des grosses productions américaines que des films de répertoire en langue étrangère. Ce distributeur s'apprête à présenter le nouveau film de Britney Spears, intitulé *Crossroads*, sur 400 écrans; toutefois il a également présenté le grand succès français *Le fabuleux destin d'Amélie Poulain*.

Sources d'approvisionnement

Momentum achète entre 15 et 20 films par année, soit dans les marchés, soit par l'intermédiaire d'agents de vente. Toutefois, l'entreprise cherche à tisser des liens directs avec les producteurs, et est devenue le partenaire financier d'une entreprise américaine appelée Escape Artists, pour s'assurer de pouvoir se procurer deux ou trois films par année qui connaîtront du succès en salle.

Principaux marchés et festivals fréquentés : Toronto
Cannes
American Film Market

Connaissance des productions québécoises et activité

L'équipe de Momentum ne semble pas connaître les productions québécoises et n'a jamais été approchée par les producteurs ou les agents de vente du Québec, mais fait remarquer que la société mère de l'entreprise possède des filiales à Montréal et à Toronto et serait donc plus susceptible qu'elle-même d'entretenir des relations avec les distributeurs québécois. À la fin de l'année 2001, ce distributeur a présenté *Maelström*, un film réalisé par Denis Villeneuve, sur un seul écran. Si la distribution en salle du film a été aussi limitée, c'est qu'il n'avait pas obtenu une grande couverture dans la presse et que les exploitants de salles de cinéma ne le connaissaient pas et ne voulaient pas le présenter. L'appui de la presse et de la critique est essentiel au succès d'un film au box-office indépendant du Royaume-Uni. Momentum considérait que le film ne justifierait pas une plus grande distribution.

L'équipe de Momentum n'a pas souvenir que des producteurs québécois aient communiqué directement avec elle. Elle est très occupée et se concentre sur l'acquisition de productions convenant aux besoins de

l'entreprise. Elle a peu de temps à consacrer à l'établissement de relations et à la recherche de productions à acheter sur de nouveaux territoires. Le plus de renseignements possibles concernant les productions et les artistes québécois devraient être fournis à Momentum afin de favoriser l'établissement de relations et de partenariats. L'équipe de Momentum a formulé le commentaire suivant : « Si vous nous préparez le travail et vous nous facilitez la tâche, nous pourrions nous y attarder ». Elle a également indiqué qu'un site Web traitant des productions en cours au Québec serait le bienvenu.

Pour maximiser les possibilités

- **Les distributeurs disposent de très peu de temps lorsqu'ils se trouvent dans les marchés. Parmi les 300 producteurs qui les approchent, ils peuvent en rencontrer tout au plus 40 en réunion. Ils doivent être certains que ces réunions ont de fortes chances de mener à l'achat de productions convenant aux besoins de leur entreprise. Les producteurs devraient s'informer du genre de films que ces distributeurs recherchent et leur proposer seulement les productions qu'ils estiment vraiment convenir aux besoins de Momentum.**
- **Comme la société mère de Momentum est Alliance Atlantis, l'équipe serait disposée à établir des relations avec des producteurs québécois, en les rencontrant dans les marchés par exemple. Elle a donc besoin de renseignements concernant les productions québécoises, notamment concernant l'équipe de production et les festivals auxquels le film sera présenté, et a également besoin qu'on lui fournisse la bande-annonce ou des extraits du film bien avant sa sortie sur les principaux marchés.**

Personne-ressource

Sally Caplan
Head of Acquisitions
Momentum Pictures
184 – 192 Drummond Street
Euston
NW1 3HP
Tél. : +44 20 7391 6900

DISTRIBUTION EN SALLE - Distributeurs

METRO TARTAN DISTRIBUTION

Programmation

Metro Tartan est un distributeur de films de répertoire qui achète avant tout des films en langue étrangère et des productions américaines indépendantes. Il a fait la distribution des productions du cinéaste hongkongais Wong Kar Wai et des derniers films du cinéaste espagnol Julio Medem.

Sources d'approvisionnement

Metro Tartan achète quelque huit à dix films par année, mais cherche toujours à augmenter ce nombre. Les principaux territoires dont ce distributeur achète les productions sont l'Asie et l'Amérique, mais il fait également affaire avec la France, l'Espagne et l'Autriche.

Principaux marchés et festivals fréquentés : Sundance
Berlin
Cannes

Metro Tartan apprécie les renseignements concernant les productions indépendantes. La meilleure façon de procéder est d'envoyer le synopsis du film accompagné du générique complet et des coordonnées de la personne avec qui communiquer pour obtenir un exemplaire de la bande-annonce.

Connaissance des productions québécoises et activité

Metro Tartan s'oppose à l'idée d'acheter les films selon leur territoire d'origine. Selon les informations que nous avons obtenues, ce distributeur tient à n'évaluer chaque film que selon son propre mérite et ne s'intéresse qu'aux films originaux et novateurs, sans accorder d'importance au pays d'origine, si ce n'est à la façon dont il est représenté dans le film.

Personne-ressource

Patrizia Raeli Shibata
Head of Acquisitions
Metro Tartan Distribution
Atlantic House
5 Wardour Street
Londres

W1D 6PB

Tél. : +44 20 7494 1400

Télec. : +44 20 7439 1922

Courriel : praelishibata@metro-tartan.co.uk

DISTRIBUTION EN SALLE - Distributeurs

ARTIFICIAL EYE

Artificial Eye est un distributeur de films de répertoire qui se consacre principalement à la distribution de productions européennes, mais ne ferme pas la porte au cinéma international. Il distribue des films en postproduction et ne s'intéresse qu'aux films « qui sortent de l'ordinaire ».

Sources d'approvisionnement

Artificial Eye achète 12 à 15 films par année. Ce distributeur accepte parfois les candidatures spontanées ou non sollicitées. « Nous ne nous intéressons à ces films que s'ils ont obtenu la faveur de la critique ou proviennent d'une équipe de production ou de direction extraordinaire. »

Principaux marchés et festivals fréquentés : Cannes
Venise
Berlin

Connaissance des productions québécoises et activité

Selon Artificial Eye, le marché cinématographique du Québec est fermé, car la majorité des films québécois sont produits par Alliance Atlantis, qui possède déjà son propre distributeur au Royaume-Uni (Momentum). Ce distributeur considère les productions canadiennes comme « la propriété d'Alliance Atlantis » et n'engage donc pas d'efforts en vue de se les procurer. Sa connaissance des productions québécoises dépend de leur profil. Cette année, il y avait deux films québécois qui semblaient très intéressants à Berlin, mais les acheteurs n'ont pas eu le temps de les voir. La dernière production québécoise distribuée par Artificial Eye est *Le confessionnal* de Robert Lepage. Selon ce distributeur, le réseau de cinémas régionaux constitue le meilleur réseau de distribution pour les productions québécoises.

Personne-ressource

Robert Beeson
Head of Distribution
Artificial Eye
14 King Street
Londres
WC2E 8HR
Tél. : +44 20 7240 5353
Télec : +44 20 7240 5242
Courriel : robert.beeson@artificial-eye.com
Site Web : www.artificial-eye.com

Aperçu

Réseaux terrestres

Pour connaître les chaînes de la BBC, consultez le site www.bbc.co.uk/commissioning/channels.

Le site Web de la BBC fournit une foule de renseignements concernant le genre, l'auditoire, le contenu et les besoins en programmation de chacune de ses chaînes. Les producteurs et les distributeurs y trouveront un aperçu clair et pratique de chacune des chaînes ainsi que des renseignements concernant leur programmation actuelle, leurs besoins en programmation, la façon de proposer des émissions à la BBC. Qui plus est, tous ces renseignements seront parfaitement à jour.

ITV1 est la chaîne commerciale la plus populaire du Royaume-Uni. Elle est regardée en moyenne par 45 millions de téléspectateurs chaque semaine. Il s'agit d'un organisme de télédiffusion de service public qui propose une programmation recoupant divers genres : drame, divertissement, comédie, nouvelles, actualité, documentaire, sport, religion et arts. ITV1 est une fédération de télédiffuseurs regroupant quinze licences de télédiffusion régionales indépendantes dans quatorze régions différentes (il y a deux licences pour Londres, une pour la semaine et une pour la fin de semaine). Cependant, des fusions et des changements législatifs récents font que les quinze licenciés régionaux se retrouvent maintenant chapeautés par Carlton-Granada ou le Scottish Media Group, des télédiffuseurs-producteurs qui offrent la programmation du réseau ITV et la programmation régionale à leurs auditeurs. Pour en savoir plus, rendez-vous au site www.itv.com et sélectionnez « About Us ». ITV ne convenait pas pour une étude de cas dans ce rapport, car bien qu'elle offre une vaste programmation originale comprenant de nombreuses coproductions, des films achetés à l'étranger et des séries d'animation pour enfants, les accords et les productions seront négociés soit par Carlton-Granada soit par le Scottish Media Group, qui proposeront ensuite les émissions et les films au réseau ITV.

Channel Four (C4) est le quatrième réseau terrestre en importance du Royaume-Uni. Il s'agit d'un télédiffuseur-producteur qui achète presque tout le contenu de sa programmation à des producteurs indépendants. Lors de sa fondation, il y a plus de quinze ans, son mandat était d'offrir une

programmation diversifiée et novatrice aux autres réseaux (BBC 1, BBC 2 et ITV), et son contenu et son identité étaient perçus comme très différents de ceux des réseaux existants. C4 est maintenant une chaîne très ambitieuse et compétitive sur le marché commercial. Bien qu'elle continue à remplir son mandat de service public, elle fait maintenant concurrence à ses rivales commerciales, et une grande partie de sa programmation recoupe celle de BBC 1, de BBC 2 et de Channel 5. Par conséquent, pour une chaîne alternative avec un mandat de service public, ses critères de sélection pour les productions originales qu'elle achète et la plupart de ses émissions sont particulièrement sévères et façonnés par des impératifs commerciaux. Consultez le site www.channel4.co.uk.

Channel 5 (C5) est le plus récent réseau terrestre du Royaume-Uni. Comme Channel 4, il s'agit d'un télédiffuseur-producteur qui achète presque tout le contenu de sa programmation à des producteurs externes. C5 possède un budget beaucoup moins élevé que celui des autres réseaux, mais possède une filiale internationale qui vend sa programmation à l'étranger et négocie des ententes de coproduction avec ses partenaires internationaux. Consultez le site www.channel5.co.uk - sélectionnez « 5 Info ».

Chaînes numériques

Au cours des cinq dernières années, le marché de la télédiffusion numérique a pris de l'expansion très rapidement. Il existe maintenant plus de 200 chaînes au Royaume-Uni. Les chaînes numériques sont diffusées par l'intermédiaire de trois plates-formes : le satellite – un service offert par Sky, de loin le plus important joueur, le câble – un service offert par Telewest et NTL, dont la part de marché est petite en comparaison, mais qui ont investi dans les réseaux à large bande et offriront donc des services plus rapides et plus puissants dans l'avenir, et enfin les réseaux numériques terrestres – un service offert par ITV Digital par l'intermédiaire d'un réseau de télédiffusion classique dont le signal est capté par un décodeur. Depuis le 1^{er} avril 2002, ITV Digital a été mise sous séquestre et risque de se déclarer en état de faillite. La grande majorité des chaînes numériques sont offertes en « bouquets » ou forfaits pour lesquels les téléspectateurs paient des frais d'abonnement mensuels. Cependant, certaines de ces chaînes, principalement celles qui sont offertes par les télédiffuseurs terrestres comme E4 (divertissement) de Channel Four ou BBC4 (arts) de la BBC, sont en diffusion libre. Bien entendu, étant donné leur statut de chaînes spécialisées, les chaînes numériques (offertes en abonnement et en diffusion libre) ont un auditoire beaucoup plus restreint que les chaînes des télédiffuseurs terrestres. Par conséquent, très peu d'entre elles se procurent des produits qui ne sont pas d'origine américaine. Il existe cependant quelques exceptions au Royaume-Uni : Turner Classic Movies, Film Four et BBC 4.

TÉLÉDIFFUSION – Coproduction de programmation factuelle

Coproduction

Programmation factuelle

CHANNEL FOUR (C4) et CHANNEL FOUR INTERNATIONAL C4I

Channel 4 possède sa propre filiale de distribution et de vente, C4i. Il incombe à C4i d'exploiter les droits de diffusion acquis par Channel 4 lorsqu'elle achète des émissions destinées à l'auditoire de son réseau terrestre. Habituellement, des licences sont émises à des stations de télévision, mais il arrive qu'on vende des droits de diffusion pour la télévision à la carte (pay per view), le DVD ou de nouvelles plateformes médiatiques. C4i gère également toutes les activités de coproduction de C4, qui collabore avec les principaux télédiffuseurs du monde. Les accords de coproduction résultent habituellement de la commande d'émissions à gros budget, qui seraient considérées non rentables par chacune des parties si elles devaient les financer seules. La programmation offerte par C4i comprend des films, des drames, des documentaires, des comédies, de l'animation, de la musique et des arts. Cette branche est divisée de la façon suivante : ventes, programmation, droits de diffusion et marketing. Pour les besoins de ce rapport, nous avons interviewé le directeur de la coproduction de programmation factuelle.

Programmation

L'histoire et la science sont les deux principaux thèmes de C4i.

Exemples de partenaires et d'accords de coproduction

Pour les coproductions, C4i recherche des partenaires qui participeront de façon équitable au financement et à la production. Les critères de sélection des coproducteurs tiennent compte de la part du budget qu'ils peuvent assumer. C4i exige que 40 à 50 % du budget provienne de son partenaire. Près de 90 % de ses coproductions sont faites avec des télédiffuseurs américains. Ses partenaires habituels de coproduction sont TLC, Discovery, NBC et PBS. La « valeur minimale » d'une heure de télévision est de 80 000 à 100 000 dollars. Pour les coproductions, ce montant est encore plus élevé. Très peu de pays ont les moyens d'égaliser le gros budget de programmation de C4i, car leurs marchés intérieurs doivent avoir des recettes publicitaires très élevées pour assurer la rentabilité de l'investissement du coproducteur.

Après les États-Unis, les marchés les plus actifs sont l'Allemagne et la France. Ces deux pays possèdent des marchés développés et bien établis et d'excellents antécédents en matière de production nationale, et par conséquent les partenaires de coproduction sont faciles à trouver.

Le partenaire idéal pour C4i est un producteur étranger ayant déjà une entente de production en cours avec son télédiffuseur national, ce qui rend le partenariat peu risqué. À l'opposé, le producteur qui regroupe plusieurs partenaires pour réunir les fonds est moins intéressant, car les différentes exigences de chacun des partenaires peuvent compliquer beaucoup le processus de création. Si le producteur n'a pas de relation établie avec son télédiffuseur national ou s'il s'agit d'une nouvelle entreprise, d'autres méthodes de collaboration peuvent être envisagées. Elles sont abordées au point « Pour maximiser les possibilités » de cette section.

Autres exemples d'accords de diffusion avec C4i

1. Séries continues

Certaines séries de C4i se font avec des partenaires de coproduction établis. Par exemple, *Secrets of the Dead*, la série archéologique de C4 est produite en collaboration avec WNET, la franchise new-yorkaise du réseau américain PBS.

2. Accords de diffusion

C4i a signé des accords de diffusion avec National Geographic et BBC Australie. Ces télédiffuseurs ont un premier regard sur les projets de C4i, et ont convenu de vendre un nombre d'heures fixe (le nombre n'est pas indiqué) sur une période de deux ans.

3. Préachat

C4i accroît ses recettes en vendant à l'avance une partie de sa programmation, et espère augmenter ainsi son budget de production de 40 %. Elle peut également avoir recours à un accord de refinancement si la prévente ne génère pas assez de revenus pour répondre aux exigences budgétaires de la production.

Marché de la programmation en langue étrangère

C4i a quelques partenaires de coproduction de langue étrangère, mais comme tous les télédiffuseurs de langue anglaise, elle veut limiter autant que possible les coûts de production et de diffusion liés au doublage des émissions. Dans la programmation factuelle par exemple, il est essentiel que

les entrevues soient effectuées dans la langue de l'auditoire du télédiffuseur. Aucune émission ne doit être axée sur le présentateur à l'exception des coproductions avec la Hollande et la Scandinavie, dont la deuxième langue est l'anglais et dont la télédiffusion est majoritairement en anglais.

Principaux marchés et festivals fréquentés : MIP TV
MIP COM
World Congress of History Producers (organisé par la Fondation de télévision de Banff, change de lieu chaque année)
World Congress of Science Producers (organisé par la Fondation de télévision de Banff, change de lieu chaque année)
Real Screen
Hot Docs Toronto
IDFA Amsterdam

Les festivals permettent de voir des émissions et des films primés, tandis que les principaux marchés sont cruciaux car ils donnent l'occasion à C4i de trouver des possibilités de cofinancement et de se faire proposer des émissions par différents producteurs.

Connaissance des productions québécoises et activité

La distinction entre les producteurs, réalisateurs et télédiffuseurs québécois et canadiens n'est pas très bien comprise. Au début, l'équipe de C4i semblait peu connaître les producteurs québécois – mis à part les principaux producteurs de Montréal – mais lorsqu'on consulte le répertoire MIPCOM 2001, on voit qu'elle connaît de nombreuses entreprises et a déjà collaboré avec certaines, dont Pixcom, avec laquelle elle a un accord de préachat pour une série à gros budget, *The Rise of Man*, Films Transit, un distributeur spécialisé dans la programmation factuelle qui a également vendu des émissions à Channel 4, et La Fête, qui a déjà proposé des concepts d'émission à Channel 4.

Pour maximiser les possibilités

1. **L'équipe de C4i est intéressée à établir de nouveaux partenariats avec des producteurs avec lesquels elle ne collabore pas encore. La meilleure façon d'établir une relation avec cette chaîne est de trouver un producteur du Royaume-Uni possédant de l'expérience dans la coproduction internationale qui a déjà une relation établie avec C4i, tel que Wall to Wall (www.walltowall.co.uk), et de former un**

partenariat avec ce producteur avant d'entreprendre des démarches auprès de C4i. C4i possède son propre site Web, www.c4i.tv. Rendez-vous à la section « News » (nouvelles) pour connaître la programmation actuelle. Pour connaître les producteurs du Royaume-Uni et leurs réalisations, consultez le répertoire MIPCOM ou communiquez avec l'alliance des producteurs de cinéma et de télévision (PACT, Producers Alliance for Cinema and Television) du Royaume-Uni;

2. Les producteurs peuvent également communiquer directement avec le département des achats de droits de diffusion de Channel 4. Ce département est divisé selon les genres et peut être rejoint par l'intermédiaire du site Web de Channel 4 (www.channel4.co.uk) ou de celui du producteur (www.4producers.com). Cependant, il faut savoir que 90 % des achats de droits de diffusion de Channel 4 sont effectués auprès de producteurs du Royaume-Uni;
3. Les rencontres en personne sont recommandées, que ce soit à Londres ou dans les marchés fréquentés par C4i, mais il est important que les producteurs connaissent les besoins actuels de la chaîne et son genre de programmation. Channel 4 possède un site Web détaillé destiné aux producteurs et sur lequel sont expliquées les procédures d'achat de droits de diffusion et la programmation actuelle (www.4producers.com).

Personne-ressource

Richard Life
Head of Factual Co-production
Channel 4 International
6 Greencoat Place
Londres
SW1
Tél. : +44 20 7396 4444
Télec. : +44 20 7306 8362
Courriel : rlife@channel4.co.uk

TÉLÉDIFFUSION – Coproduction de films et de séries d'animation

Films et séries d'animation

CHANNEL 4 et les autres réseaux terrestres

Les films d'animation sont en déclin dans la programmation du Royaume-Uni. Cependant, certains télédiffuseurs reconnaissent le potentiel créatif et commercial du film d'animation dans le marché du divertissement pour adulte et pour enfant, et encouragent la croissance de ce secteur. Chacun des télédiffuseurs terrestres se distingue par sa production et ses acquisitions. Bien entendu, la majorité des chaînes par câble et par satellite du Royaume-Uni diffusent un bon nombre de dessins animés pour enfants (p. ex. Cartoon Network) ou de séries d'animation pour adulte (p. ex. MTV). Toutefois, il s'agit d'entreprises internationales qui achètent et produisent une programmation destinée à un marché de masse mondial, et leurs relations d'affaires se tissent à l'échelle de la planète. Dans ce rapport, nous nous concentrerons plutôt sur les télédiffuseurs terrestres du Royaume-Uni en général et sur Channel 4 en particulier, ainsi que sur les possibilités de collaboration entre le Québec et le Royaume-Uni en matière de production et d'acquisition.

Activité actuelle

La plupart des films d'animation britanniques « abordables » sont financés entièrement au Royaume-Uni, proviennent du Royaume-Uni, sont écrits par des scénaristes britanniques et conçus par des directeurs artistiques britanniques, mais leur production est confiée à des artistes d'un autre pays, où les coûts de production sont moins élevés. Toutes les séries et tous les dessins animés de Noël sont coproduits. Gallain and Nelvana International du Canada est un partenaire de coproduction habituel de ITV, de Channel 4 et de SC4 International (pays de Galles).

Courts métrages d'animation

Seule la chaîne Channel 4 achète des courts métrages d'animation au Royaume-Uni. La BBC a cessé ce type d'activité et aucun des télédiffuseurs commerciaux n'en achète. C4 fait affaire avec trois studios d'animation : Animate, Mesh et MOMI, mais ceux-ci collaborent seulement avec les réalisateurs du Royaume-Uni.

Émissions spéciales

Seules la BBC et Channel 4 achètent des « émissions spéciales ». Il s'agit d'émissions d'une demi-heure dont le budget se situe entre 500 000 et 1 million de livres.

Séries d'animation pour enfants

Channel 4 n'achète aucune série d'animation pour enfants, contrairement à la BBC et à ITV. Cette dernière investit beaucoup dans les émissions pour enfants pour combler sa programmation CITV (Children's ITV).

Séries d'animation pour adultes

La BBC produit des séries d'animation pour adultes telles que *Stressed Eric* et *The Mr Hell Show*.

ITV produit *Mr Bean*, une version animée de la série et du film. Channel 4 produit également des séries d'animation pour adultes, dont la série *Pond Life*.

Channel 4 vient de confier l'achat de productions, autrefois confié à un seul département spécialisé, aux départements s'occupant d'un genre distinct, p. ex. divertissement et ou comédie. Channel 4 estime que, de cette façon, les productions pourront se tailler la place qui leur convient réellement dans la programmation de la chaîne.

Principaux marchés et festivals fréquentés : Annecy, France
Cartoons on the Bay, France
Hiroshima, Japon
Forum Cartoon (organisé dans une ville européenne différente chaque année)
Animated Encounters, Royaume-Uni (branche commerciale du Bristol International Animation Festival)

Pour maximiser les possibilités

1. Les responsables du service des acquisitions ne veulent pas se faire présenter des concepts d'émission sans financement à la clé, car il y a alors trop d'efforts à investir avant de pouvoir les présenter à des instances supérieures, et les projets risquent alors d'être écartés. Comme les producteurs peuvent de ne pas avoir de relation établie avec les télédiffuseurs du Royaume-Uni, il semble que la meilleure

façon de procéder pour présenter des émissions aux acheteurs soit de les présenter d'abord à un distributeur de séries d'animation du Royaume-Uni tel que Hit Entertainment, BBC Worldwide ou S4C International, et d'avoir déjà trouvé le cofinancement nécessaire;

- 2. Les principaux secteurs de croissance du marché de l'animation du Royaume-Uni sont les séries d'animation pour enfants et plus précisément le marché des « pré-adolescents », soit les 8 à 13 ans;**
- 3. Le Forum Cartoon est financé par le Programme MÉDIA de l'Union européenne et représente la meilleure occasion pour les producteurs de séries d'animation d'entrer en contact avec des partenaires européens. Ce forum est fréquenté par des acheteurs et des vendeurs, mais aussi par de nombreux producteurs qui désirent trouver des partenaires de coproduction et présenter des concepts d'émission.**

Personne-ressource

Channel 4 effectue maintenant ses achats de programmation par l'intermédiaire de ses départements s'occupant de genres distincts. Pour savoir avec qui communiquer, consultez le site www.4producers.com.

TÉLÉDIFFUSION – Acquisition de films

Acquisition de films

Longs métrages

CHANNEL FOUR et FILM FOUR

Jusqu'en mars 2002, seulement deux télédiffuseurs terrestres du Royaume-Uni achetaient des films en langue étrangère : Channel 4 et BBC2. En mars, la BBC a lancé la chaîne BBC4, une chaîne numérique à diffusion libre consacrée à la programmation artistique. Cette chaîne devrait présenter la majorité des longs métrages de la BBC provenant de studios étrangers, mis à part ceux des grands studios américains.

Fournisseurs

Les principaux territoires dont C4 achètent les productions cinématographiques sont les États-Unis, la France, le Canada, l'Espagne, l'Italie, Hong Kong et la Corée.

En ce qui concerne les productions américaines, C4 fait affaire avec les grands studios américains possédant des bureaux à Londres, soit Disney, Warner, Columbia et Universal.

Pour les films en langue étrangère, C4 fait affaire avec les principaux distributeurs de longs métrages du Royaume-Uni, soit Metro Tartan, Momentum, Optimum Releasing, Artificial Eye, Alliance Atlantis, Metro Dome et Pathé. (Consultez la section « Distributeurs » pour connaître leurs coordonnées)

Principaux marchés et festivals fréquentés :

Sundance
Cannes
Berlin
Toronto
Édimbourg
Venise*
Vancouver*

**pas toujours possible
en raison de
contraintes budgétaires*

C4 effectue la majorité de ses acquisitions dans les festivals. Cette chaîne perçoit les festivals internationaux comme un « système de filtration ». Mis à part les courts métrages, les films qui ne sont présentés dans aucun des festivals énumérés ci-dessous ou qui ne font pas l'objet d'un accord de distribution avec un distributeur du Royaume-Uni ont peu de chances d'être sélectionnés par Channel 4 ou Film Four. Si les distributeurs du Royaume-Uni indiquent qu'ils sont intéressés à acheter les droits de diffusion d'un film lors de leur présence à un marché, l'accord est souvent signé sur place.

Critères de sélection actuels

C4 n'achète que les films qui :

- ont déjà été présentés dans les salles de cinéma du Royaume-Uni ou le seront;
- ont connu un très grand succès lors de leur sortie en salle dans leur pays d'origine. Par exemple, le film *Amélie* n'a pas été présenté à Cannes, car il avait déjà été présenté dans les salles de cinéma françaises; il n'a donc pas pu jouir de cette visibilité importante sur le marché. Cependant, il a battu des records au box-office national et a donc été considéré comme une affaire intéressante.

Les acheteurs de C4 se montrent très sélectifs en ce qui concerne les films de langue étrangère. Ils achètent environ douze films de langue étrangère par année, dont un ou deux seulement sont présentés aux heures de grande écoute (entre 19 h et 21 h environ). Pour la saison 2001-2002, les films retenus sont *Tout sur ma mère*, *Le fabuleux destin d'Amélie Poulain* et *Tigre et dragon*.

Comme toutes les autres chaînes, C4 exige que les films aient été présentés en salle afin de s'assurer qu'ils jouissent d'une grande visibilité commerciale. La concurrence entre les réseaux terrestres est telle que les longs métrages doivent être déjà connus par les téléspectateurs pour atteindre la part d'audience requise par le télédiffuseur.

Le dernier film québécois a été acheté à Pathé, mais la chaîne n'a pas pu en fournir le titre.

Exemples d'accords de diffusion

Pour se procurer les droits de diffusion des films américains et d'autres films en langue anglaise, C4 conclut souvent des ententes avec d'autres télédiffuseurs. Par exemple, C4 et C5 peuvent acheter les droits de diffusion de douze films et se les partager en deux ensembles de six. Chaque chaîne possède les droits de diffusion de six films pour une période de cinq ans. Les chaînes s'échangent ensuite les droits de diffusion des six autres films. Le

prix de ces ententes dépend de leur valeur commerciale, et chaque entente varie selon le contenu que les chaînes se procurent auprès des studios. Par exemple, C4 possède un certain pouvoir d'achat, car elle achète les droits de diffusion de séries américaines très populaires comme *Friends*, *The Sopranos* et tout dernièrement *The Simpsons*.

C4 paie les films en langue étrangère beaucoup moins cher que les films en langue anglaise. Le prix correspond habituellement à 17 % des recettes obtenues dans les salles de cinéma du Royaume-Uni, et la plupart des films en langue étrangère ont des recettes sensiblement moins élevées que les films en anglais. Par exemple, si un film a obtenu des recettes de 10 millions de livres dans les salles de cinéma du Royaume-Uni, C4 déboursa 1,75 million de livres pour une licence de cinq ans comprenant trois diffusions.

Les cotes d'écoute des films en langue étrangère sur les réseaux de télévision terrestres sont beaucoup moins élevées que celles des films de langue anglaise. Par conséquent, ces films constituent un investissement à risque élevé pour les télédiffuseurs. Même les films ayant obtenu beaucoup de succès en salle obtiennent des cotes d'écoute de l'ordre de 800 000 téléspectateurs, ce qui représente une très petite part d'auditoire comparativement à celle de la programmation habituelle (séries dramatiques, documentaires). Les télédiffuseurs terrestres dépendent des revenus publicitaires; ils doivent donc obtenir des cotes d'écoute concurrentielles. Par conséquent, même les télédiffuseurs dont le mandat est « alternatif », tels que C4, sont réticents à prendre des risques avec les productions étrangères non américaines.

Film Four

Channel 4 a lancé Film Four, une chaîne de la télévision payante consacrée au cinéma international. Elle achète plus de 200 longs métrages par année. Pour de plus amples renseignements, consultez le site www.filmfour.com.

Pour maximiser les possibilités

- **Publiez des renseignements sur le site de Film Finders (www.filmfinders.com) :** C4 a recours à ce service pour suivre les progrès des films en production et pour savoir à quels festivals et marchés ils seront présentés. Ce service fournit des renseignements détaillés concernant l'équipe de production, les droits de diffusion et la vente ainsi que le dossier artistique du film, ce qui incite les responsables des acquisitions à voir le film en priorité dans les festivals et marchés;
- **Alimentez le « bouche à oreille » au sein de l'industrie :** Fournissez des renseignements concernant le film à la presse, aux agents de vente et aux distributeurs qui présentent les films. Les responsables

des acquisitions qui entendent parler du film par l'une ou l'autre de ces sources auront tendance à s'y intéresser;

- **Augmentez l'accès au film :** Les budgets affectés à la participation à des festivals sont de plus en plus restreints. Il serait donc pertinent d'organiser un forum indépendant des principaux marchés et festivals qui mettrait en valeur les films québécois. Les représentants de C4 ont indiqué qu'ils y enverraient probablement l'un des membres du service des acquisitions, mais il n'est pas certain que des films seraient achetés, car ils préfèrent voir les films dans un festival ou un marché d'envergure, qu'ils considèrent comme un « filtre de contrôle de la qualité » efficace. Toutefois, des représentants de C4 assistent à des représentations de films à Lanzarote (Espagne) chaque année. Donc, si le gouvernement québécois organisait un événement semblable, un représentant de C4 s'y rendrait. Les frais de déplacement et d'hébergement du ou des représentants devraient alors être déboursés par l'organisation d'accueil;
- **Le service des acquisitions de Channel 4 déconseille les présentations de produits non sollicitées.** La meilleure façon de procéder pour maximiser les possibilités de vente est de se tailler une place dans les marchés et festivals fréquentés par C4 et d'encourager les responsables des acquisitions à voir le film en priorité, en alimentant le « bouche à oreille » au sein de l'industrie et en faisant connaître le dossier artistique du film.

Personne-ressource

Nick Jones
Head of Film Programming
Channel 4
124 Horseferry Road
Londres
SW1 9TX
Tél. : +44 20 7396 4444
Courriel : njones@channel4.co.uk
Site Web : www.channel4.co.uk

TÉLÉDIFFUSION – Acquisition de films

Courts métrages

CHANNEL FOUR et FILM FOUR

Channel 4 et la chaîne Film Four achètent environ 300 courts métrages par année. Channel Four insère les courts métrages par thèmes dans la programmation de son segment « Shooting Gallery », qui est diffusé une fois l'an. Ce segment se compose de neuf émissions de 70 minutes, alors C4 achète de 20 à 40 courts métrages par année pour combler ce créneau. Ce segment n'occupe pas une tranche très importante dans la programmation, mais C4 est connue comme « la chaîne des courts métrages » dans la télédiffusion du Royaume-Uni, et ce segment constitue un excellent moyen de dénicher de nouveaux talents.

Accords de diffusion

Les courts métrages ne coûtent pas cher. C4 achète les droits de diffusion des courts métrages pour la télévision payante et la diffusion libre. Elle paie environ 130 livres par minute pour une licence de trois ans avec diffusion illimitée.

Activité actuelle

Sur la chaîne Film Four, les courts métrages sont présentés dans des segments particuliers ou utilisés pour combler les espaces libres entre les longs métrages. Environ la moitié des longs métrages diffusés sont en langue étrangère. Au cours des deux dernières années, cette chaîne a acheté des courts métrages canadiens (titres non disponibles), mais aucun ne provenait du Québec, car les productions québécoises n'étaient pas très bien perçues. Film Four World, une deuxième chaîne de la télévision payante, présentera également des courts métrages, et il y aura une proportion plus élevée de courts métrages en langue étrangère, de sorte que Film Four recherchera des courts métrages internationaux pour combler la programmation de cette nouvelle chaîne.

Accords de diffusion

Film Four achète les droits de diffusion de courts métrages sous forme de licences de trois ans avec diffusion illimitée. Film Four paie 350 livres pour un film d'une durée de une à cinq minutes et 500 livres pour un film d'une durée de 6 à 11 minutes.

Présentation d'oeuvres

Il est déconseillé d'envoyer des catalogues ou des bandes non sollicités. Le département des courts métrages reçoit environ cinq films par jour (soit environ 2000 par année) qui ne sont pas toujours regardés. Il est recommandé de communiquer d'abord avec l'acheteur de courts métrages, car C4 et Film Four suivent des directives établies en matière de programmation et recherchent un type particulier de courts métrages. Lorsqu'un film est soumis, il doit être accompagné de son générique et de renseignements concernant la production. Un formulaire de présentation est fourni sur le site Web de Film Four (www.filmfour.com). Sélectionnez « Screening Room » puis « Submit ».

Pour maximiser les possibilités

- 1. On recommande aux producteurs de bien s'informer de la programmation de C4 et de Film Four avant de soumettre leurs productions. Ces chaînes ont une programmation particulière, et la présentation de productions « à l'aveuglette » ne sert à rien;**
- 2. Il est particulièrement conseillé de soumettre les productions par l'intermédiaire d'une institution culturelle. Par exemple, on recommande de soumettre un ensemble de six courts métrages accompagnés de leur générique respectif et d'un bref synopsis.**

Personne-ressource

Alexandra Finlay
124 Horseferry Road
Londres
SW1 9TX
afinlay@channel4.co.uk
Tél. : +44 20 7306 8570

TÉLÉDIFFUSION – Acquisition de films

ACQUISITIONS DE LA BBC

Pourcentage de la programmation composé d'émissions et de films achetés (ce qui comprend les longs métrages, les courts métrages, les séries et les séries d'animation) dans les quatre chaînes de la BBC :

BBC1 : 25 % de la programmation

BBC2 : 25 %

BBC3 : 15 à 20 %

BBC4 : 20 %

Les longs métrages non américains sont de plus en plus rares dans la programmation de BBC1 et de BBC2, les deux plus anciennes chaînes de la BBC. BBC3 existe depuis moins de cinq ans et s'adresse à un public cible âgé de 16 à 34 ans. Elle se concentre donc sur les séries dramatiques et les séries de divertissement, et non sur les longs métrages. En février 2002, la BBC a lancé BBC4, une chaîne consacrée à la programmation artistique, ce qui augmentera sensiblement la quantité de longs métrages internationaux achetés par la BBC. BBC4 consacrera deux périodes de grande écoute aux films en langue étrangère chaque semaine. Cela signifie que BBC4 devra acheter environ 100 nouveaux films en langue étrangère chaque année, un changement qui devrait être remarqué dans les marchés.

Principaux marchés et festivals fréquentés : MIP
MIPCOM
NATPE
Toronto
Berlin
Cannes
London Screenings

Fournisseurs

La France est le principal fournisseur de longs métrages non américains de la BBC. Elle est suivie par l'Italie, la Chine et le Mexique. Comme Channel 4, la BBC exige que les films en langue étrangère aient été présentés dans les salles de cinéma du Royaume-Uni.

La BBC accepte de prendre en considération les films présentés de façon spontanée, à condition que le film ait été vu en salle au Royaume-Uni. Le service des acquisitions demande aux producteurs qui soumettent leur film de fournir tout renseignement qui confère une valeur accrue au film, tels que les prix et récompenses remportés, les critiques favorables reçues par le film, les

présentations lors de festivals, etc. Les producteurs devraient d'abord envoyer la documentation comprenant le générique et le synopsis du film, puis envoyer la bande du film à la demande du département.

Les renseignements concernant les prix et les accords relatifs aux longs métrages étaient considérés comme confidentiels et n'ont pas pu être fournis.

Courts métrages

La BBC n'accepte que la version anglaise des courts métrages. Il est recommandé de soumettre les courts métrages par l'intermédiaire d'une institution culturelle qui « représente ou filtre » les œuvres présentées. Cependant, il est à noter que les tranches horaires consacrées aux courts métrages se font de plus en plus rares sur les chaînes de la BBC, et celles qui restent sont consacrées en priorité aux productions originales du Royaume-Uni, et non aux productions achetées à l'étranger.

Accords de diffusion

Les accords de diffusion varient selon le court métrage, mais le prix moyen est de 70 livres la minute pour les licences de deux à trois ans avec diffusion illimitée.

Les documentaires achetés sont rares à la BBC, car il s'agit d'un producteur-télédiffuseur qui possède une longue expérience dans la production de sa propre programmation factuelle, particulièrement la programmation factuelle spécialisée en science et en histoire naturelle, ainsi que la programmation factuelle générale qui se vend habituellement bien à l'étranger. Le service des acquisitions de la BBC indique que les productions susceptibles d'être achetées sont les émissions consacrées à la culture, aux arts et à la musique destinées à un vaste auditoire international.

Pour maximiser les possibilités

- 1. Publiez les renseignements concernant le produit sur Euro Aim, un système de listage consacré à la programmation internationale qui classe les productions selon le contenu, la durée, le distributeur et le prix. Ce système a été utilisé par la BBC dans les marchés internationaux et constitue un « excellent outil » pour trouver des productions;**
- 2. Les stands dans les marchés constituent un très bon moyen d'attirer l'attention des acheteurs. La BBC semble ne faire que « très peu » de différence entre les productions québécoises et les productions canadiennes. Cette chaîne est très ouverte aux marchés internationaux et ne voit pas la pertinence de distinguer les productions en fonction des territoires. Contrairement à Channel 4,**

cette chaîne accepte qu'on lui soumette des productions directement.

Personne-ressource

Paul Egginton
BBC Acquisitions
Room C115
Centre House
56 Wood Lane
Londres
W12 7SB
Tél. :+44 20 8225 6268
Courriel : paul.egginton@bbc.co.uk
Site Web : www.bbc.co.uk

TÉLÉDIFFUSION – Acquisition d'émissions pour enfants

Programmation pour enfants

CHILDREN'S BBC (CBBC)

La programmation internationale achetée ou coproduite par CBBC est dominée par les séries d'action et les séries d'animation, qui se prêtent bien au doublage. CBBC n'achète aucune production en langue étrangère et recherche des émissions axées sur la comédie et l'aventure. Les acquisitions et les coproductions d'émissions pour enfants sont gérées par un seul département. Comme la BBC augmente sa programmation numérique, il y a maintenant quatre chaînes à la recherche d'émissions pour enfants : CBBC1 et CBBC2, les chaînes pour enfants des réseaux principaux, CBBC, une chaîne consacrée à la programmation pour enfants et Cbeebies, la toute nouvelle chaîne numérique consacrée à la programmation pour enfants d'âge préscolaire.

Programmation

Les besoins en programmation et l'orientation de CBBC changent constamment. Il est donc toujours recommandé aux fournisseurs de communiquer d'abord avec les responsables du département des acquisitions. Comme la programmation pour enfants augmente, ils ont des centaines d'heures à combler et doivent acheter des émissions pour enfants qui permettront de combler plus de 200 tranches horaires d'une demi-heure. La programmation de CBBC s'adresse à un vaste auditoire allant des enfants d'âge préscolaire aux adolescents de 13 ans. La chaîne est actuellement à la recherche d'émissions s'adressant aux enfants de cinq à huit ans et de trois à douze ans.

L'équipe de CBBC ne s'intéresse pas aux documentaires, car ils sont trop culturellement spécifiques. Elle se fait souvent proposer des émissions de type magazine qui ne conviennent pas non plus, non seulement parce qu'elles sont trop culturellement spécifiques, mais aussi parce que la BBC est un producteur-télédiffuseur qui produit habituellement ce genre d'émissions lui-même.

Connaissance des productions québécoises et activité

CBBC coproduit actuellement une émission à Toronto, mais n'a aucun accord avec le Québec pour le moment. Une coproduction avec La Fête de Montréal et Winklemania du Royaume-Uni est toutefois envisagée. La chaîne songe également à acheter *Galidor*, une série coproduite par Cinegroup de Montréal

et Lego Mania du Royaume-Uni, mais n'a pas participé à la production proprement dite.

Il y a deux ans, la chaîne avait collaboré avec Paul Cadieux de Montréal pour produire *Rotten Ralph*.

Selon les informations que nous avons obtenues, l'équipe de CBBC connaît peu les productions québécoises, mais collabore souvent avec des partenaires canadiens, principalement à des projets d'animation. En général, les séries d'action proposées ne conviennent pas aux besoins de la chaîne. « Les séries d'action, souvent basées sur la tradition populaire canadienne, sont trop lentes et ne conviennent pas pour le jeune auditoire britannique ».

Fournisseurs

Hit Entertainment – Distributeur de séries d'animation du Royaume-Uni

Entertainment Rights

Millimage

Warner, Columbia et Disney – Studios américains

Alliance Atlantis

Sextant – Canada

ABC - Canada

Principaux marchés et festivals fréquentés :

MIP Junior

MIPCOM

Forum Cartoon

NATPE

Personne-ressource (par l'intermédiaire d'un représentant ou d'une agence/institution seulement)

Theresa Plummer Andrews

Controller of Acquisitions and Co-production

CBBC

Tél. : +44 20 8576 1105

Télec. : +44 20 8742 9359

Courriel : lara.maddison@bbc.co.uk

Service des acquisitions

Estelle Hughes

Deputy Head of Acquisitions and Co-production

CONCLUSION

L'un des défis majeurs de ce rapport consistait à couvrir tout autant les critères artistiques de festivals financés par l'État, à une extrémité du spectre, que les besoins de programmation de sociétés de télédiffusion multimillionnaires, à l'autre extrémité. Cependant, l'un des avantages de recueillir l'opinion de deux environnements médiatiques si différents tient à ce que cela permet d'obtenir un **aperçu réaliste des types de fonctions qu'une institution culturelle peut remplir** auprès de secteurs aussi divers, et un **guide à cet égard**, en vue de l'établissement de partenariats entre le Québec et le Royaume-Uni en matière de productions cinématographiques et télévisuelles. J'ai tenté dans ma conclusion de résumer du mieux possible les besoins communs des sociétés et des organismes consultés et, en m'inspirant de leur rétroaction, je suggère une liste des **domaines les plus propices au changement et à la croissance** en plus de recommander quelques façons d'opérer ces changements.

Le besoin à combler qui est omniprésent dans tous les secteurs couverts par le rapport est le **manque d'informations sur les productions cinématographiques et télévisuelles québécoises et sur l'industrie du film au Québec**. L'industrie du film au Royaume-Uni a grand besoin du gouvernement du Québec pour tisser des liens et fournir des renseignements aux secteurs qui n'ont pas le temps ou le désir de scruter les marchés ou les territoires où ils ne sont pas actifs. Cependant, il importe de savoir que cette tâche doit impérativement être accomplie selon la mode privilégié par chaque secteur.

Des organismes comme les festivals de films qui ont été étudiés dans ce rapport ont le temps et le désir de nouer des liens solides avec le Québec. C'est pourquoi ils ont besoin d'une **institution culturelle pour jeter des ponts et pour faciliter l'accès aux artistes québécois et à leurs œuvres**. Les festivals cherchent toujours à établir des liens de la sorte. Cela fait partie de leur mandat. Ils ont besoin d'aide pour promouvoir une présence artistique québécoise au Royaume-Uni, et ils ont besoin de soutien d'ordre pratique et culturel pour concrétiser cet objectif. Les festivals de film du Royaume-Uni se doivent d'être ouverts, éclectiques et expérimentaux; de plus, ils ne sont pas régis par le marché. Inversement, à l'extrémité commerciale pure et dure de l'industrie artistique, l'institution culturelle n'a qu'une place très restreinte dans les relations de partenariat entre producteurs et télédiffuseurs, et entre réalisateurs et distributeurs. Il existe un marché international bien établi et extrêmement compétitif pour la distribution des œuvres télévisuelles et cinématographiques. Ce marché est dirigé par des impératifs commerciaux et culturels qui décident des œuvres qui passent et de celles qui ne passent pas. Dans un contexte comme celui-ci, une institution culturelle n'a que très peu d'influence réelle. Ce dont le secteur commercial a réellement besoin c'est de percevoir le Québec comme une région qui a une production de films

et une programmation télévisuelle importantes, de bien connaître les fournisseurs de contenu québécois et d'obtenir des informations à jour sur leur travail. Ces objectifs ne peuvent être atteints de la même manière que l'on vient en aide aux festivals de films; les méthodes doivent revêtir un caractère beaucoup moins « pratique ». Le secteur commercial a besoin de ressources d'informations auxquelles il soit possible d'accéder facilement et en toute liberté, comme un site Web qui lui fournirait toutes les informations à jour sur les productions québécoises ou une présence accrue de l'industrie québécoise sur les principaux marchés internationaux du film et de la télévision.

Toutefois, il faut noter qu'il existe au départ une **véritable confusion et une certaine ignorance** en ce qui a trait à la situation géographique, politique et économique du Québec au sein du Canada. S'il est assez bien connu que le Québec est une province majoritairement francophone, peu de gens savent par contre qu'il y a, au Québec, une population et une production culturelle de langue anglaise. Les professionnels de la production connaissent bien le traité de production du Canada (Canadian Production Treaty), ses avantages et ses exigences. Cependant, très peu sont au courant des incitatifs fiscaux et des encouragements à la production offerts par le gouvernement du Québec.

Il est impératif d'**accroître la visibilité du film québécois** auprès des festivals de films et des salles de cinéma, des acheteurs pour la télédiffusion et des distributeurs commerciaux en leur fournissant des informations sur la production de films au Québec. Les acheteurs et les responsables de la programmation des festivals décident du genre de productions qu'ils veulent voir et de ce qu'il convient de surveiller; ils se passent le mot et se font une idée d'un film en fonction des informations qu'ils ont recueillies bien avant qu'il n'atteigne les marchés internationaux et les festivals. On observe un manque flagrant d'informations concernant les longs métrages en production au Québec, les films sélectionnés par les différents marchés et festivals et les réactions à l'égard de ces œuvres. À l'avenir, ces informations devraient être centralisées et distribuées de façon efficace pour maximiser l'impact des productions québécoises sur ces secteurs de l'industrie.

Finalement, un **programme de sensibilisation axé sur les principaux festivals de films** et qui décrirait en détail les objectifs culturels et les services offerts par le gouvernement du Québec au Royaume-Uni serait d'une grande utilité. Quelques-uns des festivals de films connaissent le bureau de la Délégation du Québec, mais cela n'est pas encore généralisé, et tous les responsables de festivals interrogés désiraient tisser des liens plus étroits avec le gouvernement du Québec. Ces organismes ont tous besoin à la fois du soutien pratique et du savoir-faire culturel des institutions pour promouvoir les productions cinématographiques et télévisuelles québécoises au Royaume-Uni.

Susanne Curran, mars 2002

CONTACTS

Pour consulter une liste complète des producteurs au Royaume-Uni :

PACT
Producers Alliance for Cinema and Television
45 Mortimer Street
Londres
W1W 8HJ
Tél. : +44 20 7331 6000
Télec. : +44 20 7331 6700
Courriel : enquiries@pact.co.uk
www.pact.co.uk

Télédiffuseurs :

BBC
www.bbc.co.uk
Tél. : +44 20 87525252

Channel 4
www.channel4.co.uk
Tél. : +44 20 7396 4444

ITV
www.itv.com
Tél. : +44 20 7843 8000

Channel 5
www.Channel5.co.uk
Tél. : +44 20 7550 5555

Distributeurs :

Optimum Releasing:	+44 20 7637 5403
Momentum Pictures	+44 20 7388 1100
Artificial Eye	+44 20 7240 5333
Metro Tartan	+44 20 7494 1400

Autres organisations :

www.bfi.org.uk

Tél. : +44 20 7255 1444

Pascale Cosse

Euro Aim

210, Avenue Winston Churchill

B-1180 Bruxelles

Tél. : +32 2 346 15 00

Télec. : +32 2 346 38 42

(Informations sur les produits européens à l'attention des acheteurs, des vendeurs et des producteurs)