



Maison de l'Europe de Paris

FranceSoir

■ MEDIA : 25 ans de financements de films par l'Union européenne

Le programme MEDIA a fêté ses 25 ans cette année lors du 69^{ème} Festival de Cannes. Il vise à financer des films, séries, festivals, jeux vidéo et aider à leur distribution et diffusion en Europe et dans le monde.

« On aime tous les histoires ». C'est à travers ce slogan et une vidéo mixant pêle-mêle acteurs, producteurs et réalisateurs que l'Union européenne a fêté cette année lors du 69^{ème} Festival de Cannes, les 25 ans du programme MEDIA, acronyme pour *Mesures pour encourager le développement de l'industrie audiovisuelle*. Ce lieu est loin d'être anecdotique puisque cette année sur les vingt-et-un films en compétition, dix d'entre eux étaient financés par ce programme de l'Union européenne et notamment le film qui a obtenu la Palme d'Or, *Moi, Daniel Blake* du réalisateur britannique Ken Loach.

Mais revenons-en d'abord à la signification de MEDIA. Il s'agit d'une aide de l'Union européenne servant à financer différents projets audiovisuels européens que ce soit des films (le film allemand *Das Weisse Band*, primé à Cannes), des séries (le succès français *Les Revenants*) ou même, depuis 2014, des jeux vidéo (*The Witcher 3* du studio polonais CD Projekt). Un vaste programme donc, mais qui ne s'arrête pas là puisqu'il est aussi censé apporter son soutien en aidant à la distribution et à la promotion de ces œuvres en leur permettant de « percer sur les marchés hors des frontières nationales et européennes ». C'est d'ailleurs ce que l'on a pu voir ces dernières années avec les succès des films européens aux Oscars comme *The Artist* en 2011 ou *Le Discours d'un Roi* en 2012, tous deux ayant remporté la statuette du meilleur film de l'année.

Ainsi, le programme MEDIA peut être vu comme une véritable « Success Story » selon Andrus Ansip, Vice-Président de la Commission européenne pour le marché numérique. Existant depuis 1991, MEDIA se focalisait au départ essentiellement sur le cinéma et n'était financé qu'à hauteur de 200 millions d'euros pour cinq ans (1991-1995). Maintenant, son action s'est élargie en touchant aux jeux vidéo, à la distribution en ligne, mais aussi à la mise en place de festivals, tout comme son budget qui s'élève à 820 millions d'euros pour sept ans (2014-2020).

Costa Gavras, réalisateur franco-grec, n'hésite pas à dire que le programme MEDIA « fait un travail formidable » et qu'en « s'amplifiant il y aura encore plus de films de faits dans tous les pays européens ». Car c'est au total pas moins de 39 pays qui peuvent bénéficier de ces aides. On compte ainsi en plus des États-membres de l'Union européennes d'autres pays européens comme l'Islande, le Liechtenstein, la Norvège, la Suisse ou même l'Albanie. Son observation n'est d'ailleurs



Maison de l'Europe de Paris

pas complètement hasardeuse puisque si en 2010 un quart des entrées européennes avaient été faites pour des films européens, celle-ci est montée à un tiers en 2014.

Pour autant, bien que l'Union européenne se repose depuis 1992 sur un réseau de distribution assez large via les salles européennes Europa Cinemas (des salles présentes dans 42 pays européens et 596 villes, dont la programmation se veut majoritairement européenne), il n'en reste pas moins que le point faible de ce programme réside dans la distribution et la promotion de ces films, même si un certain équilibre semble avoir été trouvé entre production et distribution pour la période 2014-2020. Les chiffres sont d'ailleurs parlants, entre 2008 et 2012, seulement 8% des films produits en Europe sont distribués à l'extérieur. En parallèle, si les films américains n'occupent qu'à peine 20% de la projection des salles dans l'Union européenne, ils sont regardés par une majorité d'Européens (près de 63%) tandis que les films étrangers d'origine européenne ne représentaient que 10% des entrées dans chaque pays.

Il s'agit donc pour les prochaines années de mettre davantage l'accent sur la promotion des films créés en Europe afin de favoriser leur visionnage, même s'il s'avère toujours difficile de lutter contre la force de communication du cinéma américain. Malgré ces critiques, le programme MEDIA reste un outil vital pour l'Union européenne qui grâce à cela peut faire découvrir l'industrie du cinéma de pays moins connus que ceux de la France ou de l'Italie et, ainsi, promouvoir une certaine forme de diversité culturelle.

Article rédigé par la Maison de l'Europe de Paris et publié par France Soir le 25/05/2016

Maison de l'Europe de Paris

Association régie par la loi de 1901, créée en 1956 et reconnue d'utilité publique.
35-37, rue des Francs-Bourgeois F-75004 Paris
www.paris-europe.eu · Mail : maison-europe@paris-europe.eu
Tél +33 (0)1 44 61 85 85 · Fax +33 (0)1 44 61 85 95

