



Sequentia

Un magazine trimestriel consacré aux sources d'information, publié par l'Observatoire européen de l'audiovisuel

Juin / Juillet / Août 1995. Vol. II, N° 4

Transferts linguistiques

- Le transfert linguistique face aux droits d'auteur et droits voisins
- La production indépendante aux États-Unis
- Guide des bases de données européennes II

Transferts linguistiques.

Marchés et œuvres

10-11

La production indépendante aux Etats-Unis.

L'année TV 1994.

Les règles du jeu

12-13

Développements juridiques.

Publications

14-15

Dossiers de l'Observatoire n° 4

Guide des bases de données européennes, II.

Un premier bilan

Voici à peu près un an et demi que l'Observatoire européen de l'audiovisuel a commencé ses activités.

Sans vouloir se lancer dans une évaluation détaillée, il me semble que du point de vue des professionnels représentés au sein du Comité consultatif, un premier bilan peut être établi.

Un Observatoire européen de l'audiovisuel est-il bien nécessaire ? Que peut-il nous apporter ? Disposera-t-il de moyens suffisants pour accomplir un travail utile ? A ces questions, et bien d'autres, qui se sont posées au moment de prendre la décision de créer l'Observatoire, il est maintenant possible d'apporter un début de réponse.

Pour faire face au développement et aux changements que connaît le monde audiovisuel, les professionnels ont un besoin croissant d'informations et de statistiques couvrant l'ensemble des activités de ce domaine, on le répète depuis plusieurs années. En un peu plus de 18 mois, l'Observatoire a mis en oeuvre des outils dont l'objectif est de répondre à ce besoin : le service d'information, des bases de données et fichiers de référence (*oRiel*, *Persky*, *Méliès*, *RAP*), et des publications, *Sequentia* et *IRIS*, et enfin, le premier *Annuaire statistique 1994-95* de l'audiovisuel européen.

Ce travail impressionnant réalisé par une équipe compétente et enthousiaste a été rendu possible grâce à la création d'un réseau de partenaires et de correspondants qui collaborent étroitement avec l'Observatoire. La participation active de nombreuses organisations professionnelles à ce réseau est un premier succès qui mérite d'être souligné.

Le contenu des bases de données, des publications et de l'annuaire, répond-il aux attentes des professionnels ?

Souvent, il m'arrive comme à beaucoup d'entre nous, au milieu de la rédaction d'un document ou au cours d'une discussion professionnelle, d'avoir besoin immédiatement de certains chiffres, de certaines informations pour pouvoir poursuivre mon travail.

Encore suis-je privilégié du fait que mon organisation (*l'Union européenne de radio-télévision*) dispose de ses propres statistiques qui couvrent un vaste domaine des activités audiovisuelles.

Dorénavant, *l'Annuaire statistique* de l'Observatoire permet d'avoir accès à un grand nombre d'informations, même s'il est loin d'apporter une réponse à toutes les questions. Le réseau de partenaires et correspondants peut aider à le compléter. *IRIS* apporte, dans le domaine juridique, une bonne photographie de la situation européenne.

Ce sentiment de disposer désormais d'une source d'informations fiables n'est pas personnel, mais reflète les commentaires exprimés par le Comité consultatif qui, depuis sa mise en place, suit très attentivement le travail de l'Observatoire.

Que l'on ne s'y trompe pas, il ne s'agit pas à ce stade d'accorder à l'Observatoire un satisfecit sans nuance.

Du point de vue des professionnels, les structures sont correctement mises en place, les activités et les services offerts correspondent à une nécessité, mais un effort considérable reste à faire et celui-ci relève en grande partie des professionnels eux-mêmes.

Grâce au Comité consultatif, ils ont la possibilité de faire part de leurs critiques, commentaires, suggestions, points de vue et l'on ne peut que s'en réjouir. Toutefois, une contribution active aux publications de l'Observatoire, une participation efficace dans la méthodologie et la collecte des données constituent des compléments indispensables au travail du Comité consultatif.

Parmi les tâches auxquelles l'équipe de l'Observatoire doit s'attacher en priorité, je me permets de souligner la question de l'harmonisation de l'information sur l'audiovisuel. Même si l'Observatoire ne dispose pas de moyens contraignants dans ce domaine, il s'agit là d'une de ses principales missions. Elle exige un effort continu, beaucoup de persévérance et une grande force de persuasion. Déjà par son activité, qui améliore la transparence, l'Observatoire contribue à l'harmonisation.

Un programme détaillé a été élaboré dans ce but. L'Observatoire ne peut le mener à bien sans une participation de tous les partenaires : gouvernementaux, offices statistiques, instituts de recherche, organisations professionnelles. Je m'adresse spécialement à ces dernières pour qu'elles collaborent sans réticence à ce vaste programme. Sans une telle collaboration, le risque existe de se cantonner dans un travail purement académique ne répondant pas aux besoins réels de l'industrie audiovisuelle.

Dans les autres domaines, j'invite l'Observatoire à tenir le plus grand compte des demandes qui lui sont adressées au travers du service d'information pour orienter ou réorienter en permanence ses activités, afin que celles-ci répondent le mieux possible aux questions que se posent vraiment ceux qui agissent dans le paysage audiovisuel européen.

En conclusion, l'Observatoire est sur la bonne voie. Il a mis en place, dans un délai relativement court, des outils qui doivent répondre à de véritables besoins et il lui appartient maintenant, en écoutant les remarques des professionnels et avec leur aide effective, de rendre ces outils efficaces et utiles pour tous les acteurs de l'industrie audiovisuelle européenne. Je suis convaincu que l'Observatoire est capable d'atteindre ce but.

Par Jacques Briquemont,
Président du Comité consultatif de
l'Observatoire européen de l'audiovisuel.

Couverture: "Europa" (1989) de Lars von Trier. © Nordisk Film / P. Konow.

Sequentia • Publié par l'Observatoire européen de l'audiovisuel / 76 Allée de la Robertsau / F-67000 Strasbourg / Tél. (33) 88 14 44 07 Fax (33) 88 14 44 19 • **Président du Comité de rédaction et directeur de la publication:** Ismo Silvo • **Rédactrice en Chef:** Lone Andersen • **Comité de rédaction:** André Lange (Informations économiques et sur les marchés de l'audiovisuel), Ad van Loon (Informations juridiques), Lone Andersen (production, distribution et financement), Ismo Silvo (Président), John Hunter (multimédia et nouvelles technologies) • **Secrétariat de rédaction et coordination des traductions:** Valérie Pfister • **Documentation et recherches iconographiques:** Michèle Weissgerber • **Marketing:** Markus Booms • **Graphisme:** Thierry Courreau • **Photocomposition:** Gérard Gramp • **Impression:** Finkmatt Impression (La Wantzenau) • **ISSN en cours** • **Publié trimestriellement** • © **Observatoire européen de l'audiovisuel, juin 1995. Ne pourra être reproduit sans l'autorisation explicite de l'Observatoire et des auteurs.** • **Disponible sur abonnement:** 400 FF HT (Europe occidentale) / 200 FF HT (Europe centrale et orientale) / 500 FF HT (Pays non-membres) • **Prix 2^e semestre 1995:** 200 FF HT (Europe occidentale) / 100 FF HT (Europe centrale et orientale) / 250 FF HT (Pays non-membres) • **Gestion des abonnements:** Anne Boyer.

Ont contribué à ce numéro: Jacques Briquemont (*UER / Comité Consultatif de l'Observatoire*), Yves Gambier (*Fédération Internationale des Traducteurs*), Josephine Dries (*European Institute for the Media*), Suzanne Capiau et Geoffroy de Foestraets (*Association Coppens, Van Ommeslaghe, Horsmans et Faures, Bruxelles*), Christophe Poirot (*Section Media, Conseil de l'Europe*), Linda Brown (*Baseline II Inc.*), Régine Chaniac et Claude Mussou (*INA / Euro TV Programmes*), Tina McFarling, Joanna Dewar Gibb et Chris Warrick (*British Film Commission / Find database*), Eric Leroy (*Eureka Audiovisuel*), Jean-Pierre Larigue (*Vision 1250*), Janet Greco et Nicole van Tongelen (*Infomedica*), Jean-Jacques Lemoine (*MAP-TV*) et Daniela Kirchner (*BUFFY*), Pierre Hugin (*Euroaim / Mediabase*), Gillian Hartnoll, Stephen Pearson, Cherry-Ann Chandler, et Tessa Forbes (*BFI, Library and Information Services*), Dilar Kopitz (*UER*), Deutsche Bucherei, Prof. Pierre Trudel (*Université de Laval, Canada*), Mme Jatutsi (*ARTE*).

Nous tenons à remercier: Jan Lehmann (*Nordisk Film Distribution, Copenhague*), Cyril Dessaint (*ERASME*), M. Flenal (*Titra*), Hélène Vielen (*SFP*), Anke Lindenkamp (*ARTE Geie*), Cécile Jodowski (*Fonds Eco Cinéma*), Catherine Buresi (*Media Antenne Strasbourg*), Jean Yvane (*Babel*), Jonas Rosenfield (*AFMA*), Jacques Braun (*Médiamétrie*), Hélène Viel (*SFP Post Production Video*), Terry Fowler et Francesco Filippini (*Softtiller Classic*, *Titles System*), Regis Tissier (*Titre Laser Film Laboratorium BV, Pays-Bas*) et R. Gillon (*G-Major Productions*).

Transferts linguistiques

- Une problématique actuelle
- Modes de transferts linguistiques
- Le titre d'un film
- Le transfert linguistique face aux droits d'auteur et droits voisins
- Vaincre les barrières linguistiques en Europe de l'Est
- Informations pratiques

Transferts linguistiques

Une problématique actuelle

La traduction des titres de film

Le titre d'un film ou d'un programme audiovisuel est un élément clé de son succès auprès du public. En collaboration avec le producteur, l'agent de vente ou le distributeur, le traducteur peut adopter plusieurs stratégies de traduction. On distingue :

- Transfert littéral du nom propre (de personne, de lieu), d'un titre d'ouvrage - ou de tout nom s'en rapprochant: ex. *Kika*, *Persona*, *Moderato Cantabile*, *Mary Poppins*, *Superman*, *Rita*, *Sue et Bob* aussi, etc. Mais tout nom n'implique pas partout la même stratégie de conservation. Ainsi, *Annie Hall* a donné lieu à diverses adaptations selon les sociétés : *Der Stadtneurotiker*, l'allemand préférant un masculin et liant névrose et vie urbaine ; au Brésil, *Noivo Nevrotico*, *Noiva Nervosa* (Le petit ami névrosé et la petite amie nerveuse).

- Transfert fidèle : par exemple, *A bout de souffle* devient *Breathless* en anglais, *Fino all'ultimo* en italien.

- Transfert partiel et glissement de sens (sans rapport direct avec l'original ou accentuant une autre dimension du film ou dévoilant d'emblée un certain sens ou se faisant plus restrictif). Par exemple, *Private Function* devenu *Porc royal*, *Letter to Brezhnev* traduit en *Bons baisers de Liverpool*, *Love and Death* changé en italien en *Amore e guerra* (Amour et guerre),

- Recréation. Elle peut aboutir à des titres amusants, poétiques, à des jeux de mots suggestifs : *Les Dents de la mer* (*Jaws*), *Docteur Folamour* (*Doctor Strangelove*) ; elle peut être allusive : *Liaison fatale* (*Fatal Attraction*)... Elle peut aussi garder un air exotique, tout en se séparant de l'original anglais : *Fatal games* (pour *Feathers à la française*), *Too much !* (pour *Wish you were here !*).

La langue est la propriété intrinsèque de toute production audiovisuelle. Les transferts linguistiques occupent une place centrale dans le développement du secteur audiovisuel dans une Europe où diversité culturelle et linguistique vont de pair. Objets des débats de politique culturelle et linguistique, ils constituent aussi une composante essentielle pour la mise en place d'une stratégie commerciale et de marketing, notamment dans le cadre des co-productions.

Le transfert linguistique dans le cinéma a été une réalité dès la première projection publique en 1895. Au cours de la première décennie de l'art cinématographique, les films circulaient avec des intertitres traduits dans la ou les langue(s) du/des pays(s) dans lequel/lesquels ils étaient diffusés. Cette pratique, minimisant l'avantage compétitif des pays appartenant aux zones linguistiques dominantes (français et anglais), a par exemple permis à Nordisk Film, société de production danoise fondée en 1906, de se tailler une place parmi les Frères Pathé, Gaumont, Lumières et autres. Ainsi, la Nordisk Film fut en 1913 le deuxième empire du cinéma dans le monde après les Frères Lumière.

L'arrivée du cinéma parlant a profondément bouleversé les rapports de forces entre les différentes cinématographies nationales, en introduisant la langue comme un des vecteurs essentiels du succès à l'exportation d'une oeuvre audiovisuelle.

Au début des années trente on tournait souvent le même film en plusieurs langues, dans les mêmes décors, mais avec un casting et un réalisateur différents (par exemple, *l'Opéra des Quat Sous.*), et ce, afin de préserver une certaine compétitivité. Un exemple plus récent de tournage multilingue est le film *La Révolution Française* (France 1988/89), tourné en anglais et en français.

Sur le continent européen, la capacité d'exportation d'une

oeuvre audiovisuelle dépend largement de la qualité et des modes de transferts linguistiques utilisés.

La majorité des oeuvres audiovisuelles circulent encore aujourd'hui en version doublée. Dans plusieurs pays, dont la France, ceci n'est pas uniquement dû à une situation de marché, mais aussi à une volonté de protéger les industries nationales de post-production.

breuses langues dans un très court délai sans endommager la pellicule.

Les enjeux liés aux transferts linguistiques dans l'audiovisuel sont multiples : économiques, stratégiques, linguistiques, technologiques, juridiques, etc. Ce dossier de *Sequentia*, réalisé en collaboration avec la Fédération Internationale des Traducteurs (FIT), ne vise pas à analyser le transfert linguistique sous toutes



© SFP, Postproduction Vidéo.

Ainsi jusqu'en 1992, une loi en vigueur depuis 1961 précisait qu'un distributeur ne pouvait pas exploiter un film en France dont le doublage avait été réalisé à l'étranger (typiquement au Canada ou en Belgique).

Sans parler de l'importance de disposer d'une traduction de qualité, les avancées techniques dans le domaine des transferts linguistiques (systèmes de sous-titrage électronique tel que Softtiter, des sous-titres laser tel que TITRA, systèmes d'encodage, etc.) permettent aujourd'hui d'avoir une meilleure adéquation entre le coût des transferts linguistiques et la taille du marché en question. Pour le circuit des festivals où circulent une grande majorité de la production cinématographique européenne et surtout les films d'"art et essai", les systèmes de sous-titrage électronique, tel que SOFTTITLER qui a été créé par Terry Fowler à Florence il y a une dizaine d'années, permettent de réaliser des sous-titres dans de nom-

ses facettes, mais à faire le point sur les centres de recherche et les structures professionnelles qui disposent d'une expertise sur ce sujet.

Par Lone Andersen,
Rédactrice en chef
de *Sequentia*.

Modes de transferts linguistiques

L'Europe est divisée en deux au regard de la communication interlinguistique dans les médias audiovisuels : d'un côté, les pays de doublage comme la France, l'Allemagne, le Royaume-Uni, l'Espagne, l'Italie, l'Autriche - avec des langues dominantes, et de l'autre les pays de sous-titrage comme le Portugal, la Grèce, le Pays de Galles, les Pays-Bas, les pays nordiques - avec des langues dites «petites» ou «rares». Cette division est encore largement inexplicite, l'alternative entre les deux modes étant souvent réduite à sa dimension financière et technique, ignorant les enjeux de politique linguistique. Comment dès lors comprendre que la seule chaîne de télévision basque recourt au seul doublage? De plus, avec la multiplicité de supports audiovisuels et la diffusion de plus en plus large de chaînes nationales grâce aux satellites et au câble, les transferts linguistiques relèvent d'un enjeu de plus en plus important.

Cette typologie décrit les divers modes de transfert du sens à des spectateurs et auditeurs dont ce n'est pas la langue maternelle.

1. Le **sous-titrage** de films, de séries et programmes télévisés, de publicités.
2. Le sous-titrage en temps réel ou **sous-titrage simultané**, par ex. pour des interviews en direct.
3. Le **doublage** ou post-synchronisation.
4. L'**interprétation**, sous trois formes possibles :
 - a) **IC consécutive (IC)**, souvent abrégée - à la radio (interview d'un politicien, d'un chanteur, par un appel téléphonique), à la TV (ex. débat avec un invité étranger);
 - b) **IC pré-enregistrée**, proche du "voix-off";
 - c) **IC en duplex** - communication à longue distance, par ex. lors de téléconférences.
5. Le **"voice-over"** : interprétation simultanée, caractérisée par une traduction assez "fidèle" de l'original et émise en quasi synchronie. Cette forme a été abon-

damment utilisée par exemple durant la guerre du Golfe (1990-91) : elle permet les exclusivités et les informations rapides en diverses langues, mêlant oralité, audibilité et information.

Pour 4 et 5, la voix ou/et les sons de l'original sont soit entendus, soit réduits progressivement, disparaissant complètement ou pas.

6. **Narration**. La différence entre 5 et 6 est de nature linguistique. Avec la narration, on prépare, traduit, parfois condense à l'avance, le texte qui sera lu par un journaliste ou un acteur - tandis que le "voice-over" s'applique surtout pour des interactions spontanées. Dans les deux cas, l'émission est doublée, en particulier si le narrateur apparaît à l'écran. Le contenu/sens verbal est lié à l'information visuelle qui est montrée.

7. **Commentaire** : c'est une manière d'adapter un programme à un nouveau public. L'original n'est pas rendu littéralement : on lui ajoute des informations, données, commentaires pour faciliter son appréhension par les récepteurs, le commentateur étant distinct des participants au programme.

6 et 7 sont utilisés par exemple pour les programmes pour enfants, les documentaires, les films d'entreprise, les présentations avec diapositives, les courts-métrages industriels ; ils se situent entre traduction et interprétation à cause des réductions (compressions, omissions) et autres transformations de l'original et à cause de leur oralité. Les modes 3 à 7 constituent différents types de **re-formulation orale (revoicing)** - depuis le type fortement contraint (linguistiquement et techniquement) jusqu'au type quasi synonyme de libre récréation.

8. **Diffusion multilingue** : le récepteur choisit la bande-son qui lui convient, avec la langue appropriée.

9. Le **surtitrage** : pratiqué par exemple dans certains opéras et théâtres, normalement sur un écran numérique à ligne unique.

10. La **traduction simultanée** : elle est une forme de traduction à vue, effectuée à partir d'un script, d'un sous-titre ou d'un texte suivi dans une langue étrangère - d'où l'appellation de "traduction simultanée". On y recourt par exemple pendant des festivals de films, dans des cinémathèques. Sans script donné à l'avance, le travail devient interprétation simultanée ("voice-over").

Les dix modes qu'on vient de décrire brouillent les frontières habituelles d'une part entre traduction et interprétation, d'autre part entre code écrit et code oral. Ainsi le sous-titrage est-il une sorte d'interprétation simultanée écrite ; le "voice-over" est comme la traduction d'une pièce de théâtre et ressemble à du sous-titrage oral. La traduction des médias audiovisuels n'est-elle donc pas un **nouveau genre**, largement inexploré encore en "traductologie" ?

Cette nouveauté et cette variété justifient sans doute notre relative ignorance de la sélection de tel ou tel mode de transfert. En effet, s'il est assez aisé de constater que telle méthode est préférée en fonction du public visé et du programme (dessin animé, pièce dramatique, émission scientifique etc.), il est plus difficile de déterminer comment une compagnie de télévision, un importateur de films se sont décidés en faveur de tel ou tel mode dominant, au cours de leur histoire et quel rôle jouent normes et conventions linguistiques pour telle ou telle option.

Il n'empêche, la conversion linguistique pour le petit et le grand écrans exige un travail rapide, concis, alors même que les langues permettent d'exprimer l'ambiguïté, la subtilité d'une conversation, les valeurs secrètes d'un peuple, l'identité changeante d'un groupe.

Par Y. Gambier, Docteur,
Professeur adjoint,
Directeur du centre de
traduction et d'interprétation
de l'Université de Turku,
Finlande.

L'Observatoire
européen
de l'audiovisuel

offre une occasion unique
à un(e)

STAGIAIRE
dans son secteur de
l'information pratique
(**production, financement**
et distribution)

Elle/il travaillera étroitement avec l'expert en informations pratiques de l'Observatoire et l'aidera à répondre aux demandes d'informations provenant du secteur de l'audiovisuel. Elle/il contribuera également à la collecte et au traitement de données pour la mise en place d'un outil de référence sur les sources de financement de la production audiovisuelle en Europe. Enfin, le/la stagiaire participera à la préparation d'un numéro du magazine *Sequentia*.

Nous recherchons un(e) étudiant(e) en fin de deuxième cycle (niveau maîtrise) d'études cinématographiques et audiovisuelles. Il est essentiel qu'elle/il ait une bonne connaissance active et passive de l'anglais, du français et de l'allemand. Des connaissances ou une expérience du secteur de l'audiovisuel seraient un atout.

Le/le stagiaire sera nommé(e) pour une période de 3 mois au cours de l'année 1995/96. Tous les frais de transport et de subsistance seront à la charge du/de la stagiaire ou de son université. De plus, une convention de stage devra être signée entre l'organisme de formation et l'Observatoire stipulant que le stagiaire est assuré pour les accidents et maladies du travail. A défaut, cette assurance devra être souscrite par le stagiaire.

Les candidatures dactylographiées, accompagnées d'une ou de plusieurs références sont à adresser avant le 1^{er} septembre à :

Observatoire
européen
de l'audiovisuel
Anne Boyer,
Administration
76 allée de
la Robertsau
F-67000
STRASBOURG
Fax (33) 88 14 44 19

Transferts linguistiques

Vaincre les barrières linguistiques en Europe centrale et orientale

Institut européen de la communication

Depuis 1986, l'Institut européen de la communication a entrepris plusieurs projets de recherche sur le transfert linguistique dans les secteurs de la télévision et du cinéma européens.

Ainsi l'Institut reconnaît-il l'importance de la langue dans le secteur européen de l'audiovisuel et la porte à l'attention des institutions politiques et sociales ainsi que des professionnels de l'audiovisuel. En 1991, avant la publication de l'ouvrage "Overcoming Language Barriers in Television" ("Vaincre les barrières linguistiques à la télévision") de G. M. Lyuken, un groupe de travail "Transfert linguistique à la télévision et au cinéma" a été créé sous l'égide du Forum européen annuel de la télévision et du cinéma. Depuis, le groupe a montré qu'il était une plate-forme unique de discussion sur les problèmes actuels et d'échange d'informations ainsi qu'un lieu de rencontre pour les chercheurs, les traducteurs, les professionnels des médias et tous les acteurs du secteur du transfert linguistique.

Contact :
Institut européen de la communication
Mme Josephine Dries
Kaistraße 13
D-40221 Düsseldorf
Tél. (49) 211 90 104 52
Fax (49) 211 90 104 56

L'analyse de l'état des pratiques actuelles de transferts linguistiques en Europe centrale et orientale révèle des situations très variées. Le doublage, le sous-titrage ou encore le voice-over sont largement représentés, bien que certains pays n'utilisent qu'une seule forme de transfert linguistique. Un programme de recherche mené par l'Institut européen de la communication (IEC) indique que les relations entre la structure de l'audience nationale, la zone linguistique et le(s) mode(s) de transfert utilisé(s) en Europe centrale et orientale ne correspondent guère aux pratiques dans les pays d'Europe occidentale.

Depuis 1989/90, les chaînes d'Europe centrale et orientale ont pu importer des programmes en provenance de l'Ouest et cela a bouleversé la situation et la pratique des transferts linguistiques. L'Institut européen de la Communication présente ses conclusions sur la Bulgarie, la République Tchèque, la Hongrie, la Lettonie, la Lituanie, la Pologne, la Roumanie, la République Slovaque et la Slovénie, auxquelles il est arrivé par consultation directe avec les diffuseurs, les distributeurs et les autorités compétentes.

Le total annuel des programmes étrangers diffusés par les chaînes de télévision dans cette région est estimé à 19 000 heures (hormis l'Albanie, la Belarus, la Moldavie, l'Ukraine et la Russie). Ces programmes sont traduits dans les différentes langues nationales par doublage, voix-off ou sous-titrage. La voix-off reste cependant le mode dominant.

Il faut remarquer le pourcentage relativement faible des sous-titrages (23%) et le pourcentage élevé des doublages (29%). Le sous-titrage demande beaucoup moins de travail que le doublage. De plus, vu la piètre situation financière de la plupart des diffuseurs européens, le sous-titrage semblerait un choix de transfert linguistique plus naturel que le doublage.

On mentionne souvent l'importance du marché national et la position dominante de la langue nationale pour expliquer les origines de la tradition du doublage dans certains pays (d'Europe occidentale). En raison des coûts élevés du doublage et de la taille insuffisante du marché national, le sous-titrage est devenu un usage traditionnel et culturel dans des pays comme le Danemark et la Grèce.

Toutefois cette explication ne vaut pas pour les pays d'Europe orientale, où la préférence est donnée au doublage. En République Tchèque, en Slovaquie, en Bulgarie et en Hongrie, la majorité des programmes importés sont doublés.

Par contre, la Roumanie, qui avec ses 23 millions d'habitants est l'un des plus grands pays de cette région, sous-titre 90% des programmes importés.

Ainsi, elle peut avec la Slovénie (62%) être considérée comme un pays "de sous-titrage".

En Europe orientale (Pologne, pays de la CEI, États Baltes), la voix-off est la principale méthode de transfert linguistique à la télévision. Dans ces cas, un seul ou plusieurs acteurs font les voix de tous les personnages avec la bande son originale toujours audible. Bien que les coûts de la voix hors-off soient légèrement plus élevés que ceux du sous-titrage, ces pays semblent préférer cette méthode pour les programmes qu'ils importent. A ce jour, aucune étude n'a été faite sur les préférences du public en ce qui concerne les transferts linguistiques. Néanmoins, certains professionnels estiment que le voice-over est le mode de transfert le moins satisfaisant. C'est un moyen peu élaboré pour faire passer le message, la traduction du dialogue étant simplement lue à haute voix, sans aucun changement de voix ni de variation d'intonation. Par conséquent, les personnages du film ou du programme en question sont dépourvus d'une partie de leur identité et la qualité de la performance de l'acteur n'est plus audible mais uniquement visible. Bref, ce type de transfert ne fait point justice à l'oeuvre originale.

Un petit nombre de programmes importés ne sont pas traduits du tout et sont diffusés auprès de certaines minorités nationales en Europe centrale et orientale. En dehors de ces programmes, qui peuvent être en langue russe, de nombreux diffuseurs ont par contrat obligation de diffuser des programmes produits par des chaînes de télévision telles que CNN et BBC. Très souvent, ces programmes n'ont pas été traduits et sont destinés à l'élite de ces pays, parlant l'anglais et ayant bénéficié d'une éducation supérieure.

Dans les pays d'Europe occidentale, on utilise le même type de transfert linguistique dans tous les secteurs de l'audiovisuel. Cependant, les pays utilisant le sous-titrage font une exception en doublant les programmes destinés aux jeunes enfants ne sachant pas lire. La situation dans le secteur du cinéma en Europe centrale et orientale est, pour certains pays,

quelque peu différente de celle de la télévision. Dans les États baltes et en Pologne, la majorité des programmes télévisés étrangers sont traduits en voix hors champ alors que les films de cinéma étrangers sont sous-titrés. En Hongrie également, pays où le doublage se développe pourtant considérablement, cette règle ne s'applique qu'à la télévision, les films de cinéma étrangers étant majoritairement projetés avec des sous-titres.

Dans la plupart des pays, les transferts linguistiques sont encore réalisés par les services internes des sociétés de diffusions nationales. Actuellement, quelques sociétés privées réalisent des sous-titrages ou des doublages pour la télévision. En Pologne, Laserfilmtext, une société privée de doublage laser, a récemment commencé à travailler pour les distributeurs de cinéma oeuvrant dans le pays. En République Tchèque, plusieurs petites sociétés de doublage et de sous-titrage ont débuté, comme Art Media Prague et LS Productions.

La question qui se pose actuellement est de savoir si ces initiatives privées évolueront pour créer un secteur professionnel pouvant garantir une bonne qualité du travail. Il faut faire face à un besoin urgent de modernisation des équipements de sous-titrage et de son ainsi que d'organismes de formation pour les techniciens et les traducteurs de sous-titres. Les diffuseurs ont besoin de conseils sur les mesures à prendre pour amener le public à une méthode nouvelle de voix hors champ. Mais les méthodes de doublage et de sous-titrage adoptées en Europe occidentale n'atteignent pas toutes un niveau de qualité pouvant servir d'exemple. La qualité future du transfert linguistique en Europe centrale et orientale dépendra de la croissance de leur secteur audiovisuel. Une analyse du public devra mettre en évidence les préférences des publics nationaux, leur familiarité avec les langues étrangères et les expériences acquises dans les méthodes de transfert linguistique utilisées jusqu'à présent.

Par Josephine Dries,
Chercheur à l'Institut européen de la communication

Proportion majoritaire du sous-titrage par pays au cinéma et à la télévision

	Télévision	Cinéma
Doublage	Républ. tchèque 45%	Républ. tchèque 64%
	Hongrie 80%	Slovaquie 94%
	Slovaquie 94%	
	Bulgarie 70%	
Sous-titrage	Roumanie 90%	Pologne 100%
	Slovénie 62%	Lettonie 85%
		Roumanie 100%
		Lituanie 71%
		Slovénie 100%
		Estonie 85%
		Hongrie 60%
Voice-over	Pologne 100%	
	Russie 100%	
	Lettonie 95%	
	Lituanie 78%	
	Estonie 95%	

Les chiffres soulignés ne sont pas confirmés par les contacts locaux

Source : Institut européen de la communication

Le transfert linguistique face aux droits d'auteur et droits voisins

Le transfert linguistique peut actuellement prendre deux formes. La forme la plus simple et la moins onéreuse est le sous-titrage; la forme plus élaborée en est le doublage.

L'une et l'autre font appel à une opération commune : l'adaptation littéraire. Celle-ci consiste non seulement dans la transposition du texte de l'oeuvre audiovisuelle dans une autre langue, mais aussi dans une autre culture. Elle doit, de plus, tenir compte de contraintes techniques propres, à savoir le *time code* et, dans le cas du doublage, de la prononciation des labiales. L'adaptation peut, si elle témoigne d'une originalité suffisante, être protégée par le droit d'auteur, mais elle constitue une oeuvre dépendante de l'oeuvre originale puisqu'elle lui emprunte des éléments essentiels.

Le sous-titrage se matérialise dans l'oeuvre en se greffant sur l'image, et de ce fait la modifie.

Le doublage, ou post-synchronisation, consiste à substituer aux paroles prononcées sur la bande sonore d'origine, les paroles adaptées dans une autre langue, ou encore dans la même langue mais avec un autre accent régional, la bande visuelle restant identique. Le doublage implique donc l'intervention d'acteurs dont la prestation peut-être protégée par un droit voisin.

L'autorisation de sous-titrer ou de doubler est généralement reconnue aux auteurs, c'est-à-dire aux co-auteurs, de l'oeuvre audiovisuelle, mais parfois aussi aux auteurs des oeuvres préexistantes faisant l'objet de l'adaptation audiovisuelle.

L'autorisation d'exploiter l'oeuvre audiovisuelle peut être cédée au producteur de l'oeuvre, soit en vertu d'un contrat, soit en vertu de présomptions légales de cession exclusive des droits d'exploitation qui ne valent généralement que si les parties n'ont pas convenu du contraire¹.

Mais il faut garder à l'esprit que, même après cession des droits patrimoniaux, les auteurs conservent à tout le moins le

droit de s'opposer à toute déformation, mutilation ou autre modification de l'oeuvre ou toute autre atteinte à la même oeuvre qui serait préjudiciable à leur honneur ou à leur réputation.

Les artistes interprètes sont titulaires de droits exclusifs d'exploiter l'exploitation de leur prestation. Mais en raison de leur caractère plus récent, leur portée est moins bien définie.

La directive européenne relative au droit de location et de prêt et à certains droits voisins reconnaît aux artistes interprètes ou exécutants notamment un droit de reproduction directe ou indirecte qui pourrait recouvrir les droits de sous-titrage et de doublage, mais seules les nouvelles lois belge et néerlandaise reconnaissent expressément aux artistes interprètes le droit d'autoriser le sous-titrage et le doublage de leur prestation, et présument de leur cession au producteur de l'oeuvre audiovisuelle, sauf convention contraire. Les autres législations étudiées, dans le cadre des contrats de production audiovisuelle, soit suppriment certains droits des artistes, soit les présument cédés au producteur.

Il existe par ailleurs des prérogatives morales plus ou moins étendues au bénéfice des artistes interprètes qui pourraient leur permettre de réagir contre certaines modifications de leurs prestations.

L'adaptateur des textes d'une oeuvre audiovisuelle ne sera pas co-auteur de celle-ci puisqu'il n'intervient pas au stade de la création de l'oeuvre, mais ultérieurement.

Mais, si son adaptation est originale, il accèdera au statut d'auteur pour son adaptation littéraire. Agissant la plupart du temps dans le cadre d'un contrat de travail ou d'entreprise, les règles nationales relatives à ces contrats s'appliqueront, sous la réserve de l'appartenance de l'adaptateur à une société de gestion collective de ses droits, auquel cas certains de ceux-ci seront exercés pour son compte par la société.

La qualité d'artiste interprète doit être reconnue en tout cas lorsque l'artiste de doublage participe à l'exécution d'une adaptation originale. Peut-il être considéré comme artiste de complément à la faveur de certaines législations (française et belge) qui excluent cette catégorie de toute protection ? Il semble bien que non. Mais, parmi les artistes de doublage, sans doute y en aura-t-il qui devront être considérés comme tels, notamment lorsque l'acteur doublé est un artiste de complément. De toute façon, les usages professionnels sont déterminants en cette matière et l'on sait qu'ils s'établissent parfois laborieusement, comme le démontrent les récents conflits français et néerlandais.

Le doublage étant une opération postérieure à la production de l'oeuvre audiovisuelle, les dispositions légales spécifiques au contrat de production audiovisuelle ne trouvent donc pas à s'appliquer ici. Mais les artistes de doublage subiront les règles du contrat de travail ou d'entreprise dans le cadre duquel ils seront engagés, sous réserve de l'intervention éventuelle de la société de gestion collective de leurs droits.

Ce bref survol des législations étudiées montre que malgré le processus d'harmonisation européenne, les législations nationales maintiennent une mosaïque de concepts et de règles, particulièrement complexe lorsque l'on aborde le problème du sous-titrage et du doublage des oeuvres audiovisuelles.

1. Ces présomptions existent notamment en droit allemand, en droit belge, en droit français, en droit néerlandais. Pour ce qui concerne le sous-titrage et le doublage, seules les lois belge et néerlandaise les incluent de façon spécifique dans la présomption légale de cession.

Par Suzanne Capiou et Geoffroy de Foestraets, Avocats au barreau de Bruxelles (Belgique), Association Coppens, Van Ommeslaghe, Horsmans et Faurès.

Transfert linguistique et droits d'auteur, bibliographie :

Renaud J.G., *Droit d'auteur et contrat d'adaptation*, Maison Larcier, Bruxelles, 1955, 321 pages.

Desbois H., Françon A. et Kerever A., *Les conventions internationales du droit d'auteur et des droits voisins*, Dalloz, Paris, 1976, 452 pages.

Lyon-Caen G. et Lavigne P., *Traité théorique et pratique du droit du cinéma français et comparé*, t. I et II, Librairie générale de droit et de jurisprudence, R. Pichon et R. Durand-Auzias, Paris, 1957, 448 pages (t. I) et 436 pages (t. II).

Colombet Cl., *Propriété littéraire et artistique et droits voisins*, 6^{ème} éd., Ed. Dalloz-Sirey, Paris, 1992, 408 pages.

Nordemann, Vinck et Hertin, *Droit d'auteur international et droits voisins dans les pays de langue allemande et les Etats membres de la Communauté Européenne*, Bruylant, Bruxelles, 1983, 614 pages.

Lucas A. et Lucas H.-J., *Traité de la propriété littéraire et artistique*, Litec, Paris, 1994, 1104 pages.

Schricker G., *Urheberrecht Kommentar*, C.H. Beck, München, 1561 pages.

Transferts linguistiques

Informations pratiques

Formation

Nombre de formations aux métiers de l'audiovisuel inclut des modules sur les techniques de sous-titrage et doublage. Par contre, peu d'organismes de formation offrent une formation à la traduction et aux transferts linguistiques proprement dit. Voici la liste d'une dizaine d'établissements d'enseignement supérieur qui forment à la technique et à la traduction d'oeuvres audiovisuelles.

Formations techniques:

Dublin Institute Of Technology
College of Commerce
Rathmines Road
Dublin 6
Irlande
Tél. (353) 31 97 06 66
Fax (353) 31 97 06 47
Contact: Ms Nora French,
Directeur du département.

The Lodz Film, Television and Theatre school (PWSFTviT)
90323 Lodz
Pologne
Tél. (48) 42 74 35 38
Fax (48) 42 74 81 39

Royal College of Art
Department of Film and Television
Kensington Gore
London SW7 2EU
Royaume-Uni
Tél. (44) 171 584 50 20
Fax (44) 171 589 01 78
Contact: Tim Miller,
Responsable du cursus.

RITS Hogeschool voor Audiovisuele Communicatie
Naamsesstraat 54
100 Brussels
Belgique
Tél. (32) 2 511 93 82
Fax (32) 2 502 55 06
Contact: Frank Roos, Directeur.

Dutch Film and Television Academy
Ite Boerestraat 1
1054 PP Amsterdam
Pays-Bas
Tél. (31) 20 683 02 06
Fax (31) 20 683 62 66
Contact: Barry Wessel.

CFP per le Techniche Cinetelevisive del Comune di Milano
Viale Legioni Romane 43
20147 Milan
Italie
Tél. (39) 2 404 84 55
Fax (39) 2 48 70 03 92
Contact: Silvana Maggi et Anna Passatore, relations publiques.

ZDF Training Centre
Essenheimer Straße
6500 Mainz
Allemagne
Tél. (49) 61 31 70 20
Fax (49) 6131 70 27 88
Contact: Detlef Sprickmann.

Swedish Television training Centre
10510 Stockholm
Suède
Tél. (46) 87 84 40
Fax (46) 86 67 44 66
Contact: Bo Jedeskog,
Directeur du département.

ANICA
Viale Regina Margherita, 286
00198 Rome
Italie
Tél. (39) 6 442 31 480
Fax (39) 6 440 41 28
Contact: Andrea Marcotulli,
Directeur du département
Documentation & Etudes.

Formation à la traduction audiovisuelle:

Université Charles de Gaulle,
Lille III.
Department d'anglais, UFR
Angellier
DESS de Traduction, option
Traduction et Adaptation
Cinématographique.
BP 149
59653 Villeneuve d'Ascq Cedex.
Tél. (33) 20 91 92 02
poste 42 65.
Contact: Pierre Denain.

Une liste complète de centres de formation, extrait de la base de données ATENA du Conseil de l'Europe, est disponible auprès de l'Observatoire.

Fédérations européennes et internationales

Fédération internationale des Traducteurs (FIT)
TURUN YLIOPISTO
Kääntäjänkoulutuslaitos
Tykistökatu 4
20520 TURKU
FINLANDE
Tel main: 358 21 633 87 25 ;
Fax main: 358 21 633 87 30
Contact: M. Yves Gambier,
Professeur.

Cette fédération a pour objectif la promotion des traductions audiovisuelles à travers l'organisation d'enquêtes et de rencontres d'experts et par le biais de la publication des guides de référence sur

différents aspects de transferts linguistiques. La Fédération Internationale des Traducteurs organise une conférence européenne du 22 au 24 juin 1995, sous les auspices du Conseil de l'Europe. Une autre activité importante de la fédération est de sensibiliser les fédérations nationales de traducteurs à la mise en place de comités spéciaux sur les questions de transfert linguistique dans les secteurs du cinéma, de la télévision, de la vidéo et des nouveaux médias.

European Association for Studies in Screen Translation
Secretariate
c/o Ms Heulwen James
European Subtitling officer
University of Wales
Lampeter
UK - Dyfed SA48 7ED
Tél. (44) 1570 42 23 51
Fax (44) 1570 42 34 23

European Association
for Studies
in Screen Translation

Cette association a été créée en mars 1995 à Cardiff par les représentants de plus de douze pays européens dans le but de promouvoir le développement des formations et de la recherche sur les transferts linguistiques, dont plus particulièrement le sous-titrage.

Financement

BABEL
Broadcasting Accross the Barriers of European Language
C/o European Broadcasting Union
Ancienne Route 17A
case Postale 67
CH - 1218 Grand Saconnex
(Genève)
Tél. (41) 22 717 21 11 ;
fax (41) 22 798 58 97.
Contacts: Claus Clausen et
Jean Yvan (Secrétaire général).

Le facteur langue constitue un vecteur essentiel de la capacité d'une oeuvre audiovisuelle à franchir les frontières nationales. C'est la raison pour laquelle plusieurs pays ont mis en place des mécanismes d'aide spécifiques pour couvrir les coûts de traduction, de sous-titrage et de doublage des oeuvres audiovisuelles et cinématographiques.

Le programme *Broadcasting Accross the Barriers of European Language* (BABEL), qui a été mis en place par MEDIA I,

Dictionnaires et glossaires

- *Dictionnaire technique Anglais/Français/Anglais du cinéma et de la télévision.*
Alixis N. Vorontzoff
Technique et Documentation - Lavoisier
11, rue Lavoisier
F - 75384 Paris Cedex 08
ISBN 2 - 85206 696 3

- *Lexique anglais - Français* (principalement juridique)
Conseil de l'Europe
Les éditions du Conseil de l'Europe 1994,
Strasbourg
ISBN 92-871-2313-6

- *Glossary of Filmographic Terms / lexique de termes filmographiques.*
A polyglot dictionary of film and TV credit terms in English, French, German, Spanish and Russian. Publié par le Fédération Internationale d'Archives du Film (FIAP)
1985
190 rue Franz Merjay,
B - 1180 Bruxelles.
Tel.32 2/ 243 06 91
Fax 32 2/ 343 76 22

- *An illustrated Glossary of Film Terms.*
Harry M. Geduld et
Ronald Gottesman.
New York: Oxford
University press, 1981.
344p. LC 81-000735.
ISBN 0-19-502958-5.

l'Union européenne de la radio-diffusion et l'Association pour la Culture et la Télévision, n'offre pas seulement une aide financière. Il est aussi le moteur central de la mise en place de formations spécialisées pour les traducteurs et les techniciens. De plus, BABEL réalise des nombreuses études sur le développement de nouvelles technologies de transferts multilingues dans le secteur cinématographique et audiovisuel.

La traduction des concepts juridiques

"Le droit d'auteur en Europe" édité par le Centre Européen de Recherche et d'Information sur le Cinéma et l'Audiovisuel (CERICA) est un ouvrage sur feuillets mobiles qui présente, sur base d'un catalogue de concepts clés, l'ensemble de l'Union européenne (y compris l'Islande, la Norvège et la Suisse).

Dans un environnement économique dominé par l'émergence de la société de l'information et le développement rapide des nouvelles technologies d'exploitation des oeuvres, le droit d'auteur joue un rôle de plus en plus important et les questions auxquelles le droit d'auteur doit apporter une réponse sont de plus en plus complexes.

Face à l'internationalisation des services qui mettent en jeu le droit d'auteur, une connaissance précise de l'ensemble des législations applicables dans les différents pays d'Europe est indispensable.

La caractéristique de cet ouvrage est de présenter, en français, l'ensemble de la législation de dix-huit pays, au 1er mars 1995, en indiquant pour chaque concept les dispositions de chaque loi qui s'y rapportent. Le lecteur a ainsi accès directement aux dispositions applicables dans les dix-huit pays au sujet qui l'intéresse, par exemple les principes qui régissent la cession et la concession de droits ; les dispositions relatives aux contrats de production audiovisuelle ; les règles applicables aux sociétés de gestion de droits ; les règles relatives aux droits à rémunération ; les règles relatives à la libre utilisation, avec ou sans rémunération, pour toutes les catégories d'oeuvres, etc...

L'extrême facilité d'accès aux dispositions recherchées est renforcée par l'existence, au

début de l'ouvrage, d'une série de tableaux présentant, pour chaque concept principal et tous les concepts qui y sont rattachés, l'état de la législation dans les dix-huit pays. Le lecteur peut ainsi, en se référant au concept qui l'intéresse (par exemple : "privilèges de l'auteur en matière de rémunération") savoir immédiatement quelles sont les législations qui comportent des dispositions relatives à cette matière et sous quelle référence numérique celles-ci sont rassemblées dans l'ouvrage.

S'agissant d'un ouvrage sur feuillets mobiles, celui-ci sera régulièrement mis à jour (à chaque modification de la législation de l'un des pays analysés).

L'ouvrage est déjà disponible en français auprès de CERICA. La version anglaise de ce guide paraîtra au cours de l'été.

Renseignements :

CERICA
59 Avenue Everard,
B-1190 BRUXELLES
Fax : (32) 2 344 57 80
Contact: Maître Michel Gyroy.

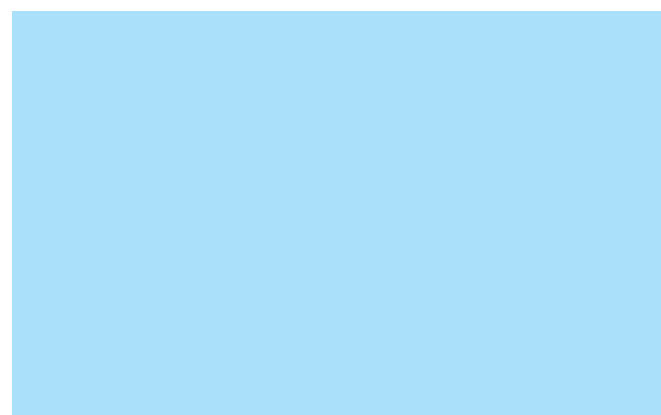
Traductions : vers qui se tourner ?

Tout au long de la vie d'une oeuvre audiovisuelle, il est fondamental de pouvoir disposer de

traduire les contrats de coproduction etc. Une liste indicative de traducteurs spécialisés, de fédérations nationales de traducteurs et des structures de post-production (sous-titrage et doublage), est disponible auprès du service d'information de l'Observatoire européen de l'audiovisuel. Pour plus d'information, contactez Lone Andersen, par téléphone (33) 88 14 44 07 ou par fax (33) 88 14 44 19.

Conférence : Communication audiovisuelle et transferts linguistiques Strasbourg, 22-24 juin 1995

Organisée par la Fédération Internationale des Traducteurs (FIT), sous les auspices du Conseil de l'Europe, cette conférence a pour objectif de mettre à jour les enjeux culturels de la langue dans les productions audiovisuelles et de sensibiliser les partenaires de la communication audiovisuelle aux problèmes de la conversion linguistique. En dehors des séances plénières, un certain nombre d'ateliers thématiques sont organisés: *Modes de transferts linguistiques; formation à la traduction audiovisuelle, outils technologiques et conversion lin-*



© SFP Postproduction Vidéo.

traductions de qualités et de compétences techniques reconnues pour la réalisation des transferts linguistiques. Vous pouvez avoir besoin de faire traduire le synopsis et le scénario de votre film du russe vers le français afin de pouvoir soumettre votre projet au Fonds Eco Cinéma du Centre national de la Cinématographie à Paris, ou de trouver un traducteur spécialisé pour faire

guistique; conception et réception du sous-titrage et du doublage; et interprétation dans l'audiovisuel.

Renseignements:
Fédération Internationale des Traducteurs (FIT)
Université de Turku
Centre de traduction et de l'interprétation
Tél. (358) 21 633 87 25
Fax (358) 21 633 87 30



La production indépendante aux Etats-Unis

L'American Film Marketing Association (AFMA) qui représente les producteurs indépendants américains, vient de rendre publique une étude sur l'importance économique de la production indépendante dans l'économie américaine, réalisée par le cabinet Arthur Andersen. La raison d'être de telles études est bien connue : il s'agit pour un secteur d'activités économiques de démontrer aux autorités publiques, chiffres à l'appui, qu'il contribue plus que l'on ne le pense habituellement à la production de la richesse nationale, PIB ou PNB. La méthodologie classique de ce type d'études consiste à recourir à un coefficient multiplicateur qui permet d'ajouter aux effets directs de l'activité d'un secteur (investissements, création d'emplois, création de revenus), les effets induits sur l'ensemble de l'économie. Dans le cas précis de l'industrie cinématographique américaine, ce coefficient multiplicateur est évalué à 2,12.

Le premier intérêt de cette étude est donc de montrer l'importance de la production indépendante dans l'économie américaine (et, de manière subsidiaire, dans l'Etat de Californie). Rappelons que la notion de production indépendante en usage aux Etats-Unis est différente de la notion européenne. En Europe, l'indépendance d'une entreprise est évaluée vis-à-vis de ses relations avec les diffuseurs. Aux Etats-Unis, l'indépendance est caractérisée par opposition aux grandes entreprises de production/distribution, les *majors* (classiquement représentées par la *Motion Picture Association of America (MPEAA)*). La définition utilisée par l'étude Arthur Andersen est la suivante: "L'industrie indépendante du film est constituée par les entreprises engagées dans la production et/ou la distribution internationale, dans tous les moyens de communication, dans toute forme de production cinématographique ou audiovisuelle qui ne soit pas le fait des grands studios reconnus. Cela inclut les productions indépendantes qui sont distribuées par les grands studios lorsque le producteur conserve un intérêt de propriété signi-

ficatif et prend des risques sur une part significative des investissements de production".

Par exemple, l'ensemble des emplois créés directement par la production indépendante en 1993 était de 148 000 unités, soit 36% de l'emploi dans l'industrie cinématographique américaine (408 000). La masse salariale était de 2,5 milliards de dollars, soit 29% de l'ensemble de la masse salariale du secteur (8,3 milliards). Le recours à l'effet multiplicateur permet de considérer que le secteur de la production indépendante contribue, directement ou indirectement, à une masse salariale de 5 milliards de dollars et à la création de 313 000 emplois.

Mais le second intérêt de l'étude réside dans les données fournies sur les évaluations d'investissements (*negative costs*) dans les différents genres de production. Le marché audiovisuel est en effet de plus en plus segmenté et un volume considérable de programmes est produit en vue d'un seul mode d'exploitation : exploitation en salles (*theatrical features*), exploitation directe en vidéo (*direct-to-video features*), programmes TV pour les heures de grande écoute sur les grands réseaux nationaux (*network prime-time*), pour les télévisions indépendantes (*syndication*) ou encore pour les chaînes du câble et les télévisions à péage (*cable and Pay-TV*). Les parts de marché entre les *Major companies* et les sociétés de production indépendantes sont très variables sur ces différents segments.

On remarquera que si l'AFMA représente traditionnellement les producteurs et distributeurs américains indépendants, elle a entrepris un mouvement significatif d'ouverture vers les sociétés non-américaines : en

1993, 23% de ses affiliés étaient des sociétés européennes et 9% des sociétés d'Asie ou du Pacifique. Des sociétés européennes telles que Studio Canal+, Goldcrest, PolyGram, J & M Entertainment, Rank, UGC DA International, sont membres de l'AFMA. Parmi les institutions financières affiliées, on retrouve des banques européennes telles que la Banque Paribas, le Crédit Lyonnais, Bank Nederland, De Nationale Investeringsbank. Cette ouverture est significative d'une évolution des relations Europe / Etats-Unis vers des formes plus systématiques de coopération dans le domaine de la production et de la distribution. L'AFMA, contrairement à la MPEAA, pratique depuis plusieurs années une politique de relative transparence sur les ventes de ses membres sur les différents segments du marché international et reconnaît que près de 60% des revenus de ses membres proviennent du marché européen. L'AFMA vient ainsi de publier une plaquette statistique, *Ten Year Statistical Survey 1984-1994*, qui fournit des données intéressantes sur l'évolution de ses membres par régions du monde, par pays et par types de ventes (cinéma, TV, vidéo). Paradoxalement, on regrettera que, du point de vue statistique, l'ouverture de l'association à des membres européens complique l'évaluation des flux internationaux.

Référence : Cicchetti, C. et al., *The Economic Consequence of Independent Film Making. A Report of Arthur Andersen Economic Consulting and Arthur Andersen LLP for American Film Marketing Association, AFMA, Los Angeles, January 1995.*

Par A. Lange,
Observatoire européen
de l'audiovisuel.

Publications de l'AFMA

- *The Delivery Requirements Manual* (151 pages).
Prix : US\$ 50 (+ frais d'envoi).
- *The AFMA Member Profile: A report on Member Acquisition, Production & Development Practices* (147 pages).
Prix : US\$ 25 (+ frais d'envoi).
- *The AFMA Model International Licensing Agreements* (2^{ème} édition). Les contrats sont disponibles sur papier et sur disquette auprès du département juridique.
Prix : US\$ 195.

Contacts :
William A. Andersen,
Recherche et publications.
Melanie Moen,
Dépt. juridique.
AFMA
10850 Wilshire Boulevard,
9th Floor
USA-Los Angeles,
CA 90024-4321
Tél. (1) 310 446 1000
Fax (1) 310 446 1600

Investissements de production (negative costs) en 1993 (Millions de USD)

	Majors	Indépendants
Feature films	2.923	1.421
Direct-to-video	12	238
Prime-Time Broadcast	1.683	1.377
First-Run Syndication	467	1.656
Cable and Pay TV	365	478
TOTAL	5 450	5 170

Source : Arthur Andersen / AFMA

L'année TV 1994

A l'occasion du MIP-TV 1995, EURODATA TV a présenté les grandes tendances de la consommation TV de l'année 1994 dans 15 pays européens, avec une attention particulière portée sur les films de cinéma et fiction ayant réalisé les meilleures performances dans chacun de ces pays.

Les programmes sportifs, et principalement la Coupe du Monde de football, ont obtenu l'essentiel des meilleures audiences de l'année 1994. Les audiences de la Coupe du Monde sont d'autant plus remarquables qu'elles ont été enregistrées pendant les mois d'été, période traditionnellement de moindre consommation télévisuelle.

Sans atteindre la popularité internationale du football, les épreuves des Jeux Olympiques d'hiver de Lillehammer, en particulier le patinage, ont, dans certains pays, réalisé de très bons résultats. Ainsi en a-t-il été en France, au Royaume-Uni, en Suisse Romande, en Suède et, bien sûr, en Norvège - résultats qui méritent d'être rapprochés du palmarès américain où les Jeux Olympiques d'hiver, diffusés sur CBS, occupent la première place.

Les programmes de détente n'ont pas l'apanage de ces records d'audience. Des programmes d'information bien installés obtiennent également de très bons résultats : *Heute* et le *Tagesschau*, les magazines d'information des chaînes publiques allemandes, le *19 heures* de RTL et le *Journal Télévisé* de la RTBF en Belgique, le *Horis Montaz* de MEGA-TV en Grèce, le *9 O'Clock news* de la RTE en Irlande et l'émission *Rapport* de la SVT2 en Suède. Les chaînes publiques sont bien représentées parmi ces programmes d'information phares.

Comme chaque année, on retrouve dans chaque pays des succès atypiques sur un plan international mais pourtant profondément ancrés dans les habitudes des téléspectateurs nationaux comme le Carnaval allemand ou le dessin animé de Noël diffusé en Suède.

Les films

Comme en 1993, les *blockbusters* américains sont parmi les rares programmes à rencontrer un réel écho international.

Ils représentent 70% de ce palmarès annuel cinéma de l'année 94 en Europe. Au Royaume-Uni, en Irlande, en Belgique du Nord, en Espagne, au Portugal et en Suisse Tessinoise, ces classements cinéma ne sont quasiment constitués que de films américains.

Exceptions notables, la France, l'Allemagne, le Danemark et la Suède, accueillent un grand nombre de productions locales parmi les films aux meilleures performances de l'année.

En terme d'audience générée, la programmation de films de cinéma n'a pas le même retentissement partout en Europe. En France, dans la Communauté française de Belgique et au Danemark, les films de cinéma obtiennent une bonne place parmi les meilleures audiences. La Scandinavie, la France et les îles anglo-saxonnes sont les pays où les records d'audience cinéma sont les plus importants (les 10 meilleures audiences cinéma sont supérieures à 20%). Dans d'autres pays, le film de cinéma n'a pas le même attrait : ainsi au Portugal, la meilleure audience réalisée par un film en 1994 n'atteint pas la moitié de celles de leurs *soaps* favoris. Ce phénomène est proche du comportement américain : *Home Alone*, le film à la plus forte audience, n'obtient jamais qu'une audience de 10,9%.

Les fictions

En 1994, dans deux pays sur trois, les records d'audience réalisés par des programmes de fiction sont supérieurs à ceux des films de cinéma. Ainsi, en Irlande, le *soap Glenroe* atteint 46% !

On ne retrouve pas dans le domaine de la fiction l'hégémonie américaine des palmarès cinéma. Au sein des palmarès fictions, les productions d'origine américaine ne représentent plus qu'un programme sur cinq. La fiction américaine, présente dans ces palmarès, a considérablement rajeunie depuis 1993 : les *soaps* traditionnels ont fait place à des programmes destinés aux adolescents, tels que *Baywatch*, *Beverly Hills 90210*, *Melrose Place*, etc.

Tous les pays, indépendamment de l'importance de leur population (Grèce, Communauté flamande) ont développé avec

succès des fictions nationales. Le Royaume-Uni, la Grèce, le Portugal, l'Espagne et les Pays-Bas s'appuient en majorité sur des fictions légères serialisées : *soaps* et *sit-coms*. Ainsi, retrouve-t-on les succès réguliers de *Eastenders* et *Coronation Street* au Royaume-Uni. La chaîne espagnole, Antena 3, doit sa montée en puissance au succès de ses *sitcoms*, aussi bien les anciennes (*Farmacia de Guardia*) que celles de 1994 (*Ay señor señor* ou, plus récemment, *Compuesta y sin novio*).

En Allemagne, depuis 1993, on voit apparaître les fruits des investissements de la chaîne Sat-1 en fiction, comme en atteste la nouvelle série *Anna Maria, eine Frau geht ihren Weg*. Les séries sentimentales de la chaîne privée s'opposent aux séries policières des chaînes publiques (*Derrick*, *Der Alte*, *Tatort*).

Les co-productions internationales se montrent également susceptibles de générer de très fortes audiences. Ainsi, *Scarlett*, coproduction transatlantique, semble avoir mieux réussi en Europe (en Italie sur Canale 5, en Allemagne sur Sat-1 et en Espagne sur Antena 3) qu'aux Etats-Unis. Les co-productions haut de gamme tels que *Fortitude* et *Jacob* apparaissent respectivement au sein des palmarès français et italiens.

La série policière *Derrick* est une des rares séries européennes à s'exporter avec succès, comme le prouvent ses très bonnes performances en Italie et en Norvège.

L'Europe semble avoir plus de difficultés à produire ses *soaps* que ses *sit-coms*. Les *soaps* australiens *Neighbours*, *Home and Away*, *Good Times-Bad Times* et les telenovelas sud-américaines réussissent ainsi à occuper de bonnes places parmi ces fictions de l'année.

Contacts :
Eurodata TV
Médiamétrie
55-63 Rue Anatole France
92532 Levallois-Perret
Tél. (33) 1 47 58 97 49
Fax (33) 1 47 58 64 24
Jacques Braun,
Directeur international
Frank Si-Hassen,
Responsable d'Eurodata TV

Par Lone Andersen,
Observatoire européen
de l'audiovisuel.

Centenaire du cinéma soutenu par la Commission

La Commission européenne soutient des manifestations organisées dans le cadre de la célébration du Centenaire du Cinéma en 1995. 18 manifestations ont été sélectionnées parmi les 259 candidatures envoyées, pour un montant total de 950 000 ECU : 100 ans d'affiches cinématographiques (7 500); *Ciné SAGA* (50 000); *Movie Image CD-I* (25 000); *Kino-Movie-Cinema* (75 000); *Skladonowsky Jahr 1995* (50 000); *Los Proximos Cien años del Cine*, Espagne (50 000); *Exposition "Au Pays des Lumières"*, France (50 000); *Le cinéma vers son deuxième siècle* (50 000); *Magnum Cinema* (40 000); *Exposition "La Grande Illusion"*, Italie (75 000); *Le cinéma d'avant-garde, Italie* (25 000); *Film-seminar*, Pays-Bas (7 500); *Magic Behind The Screen*, Royaume Uni (30 000); *The Centenary of European Cinema in Oxford*, Royaume Uni (25 000). La Commission soutient également des initiatives émanant du Conseil de l'Europe dont "La Nuit des Studios Européens" (250 000) (cf. *Sequentia N°3 Mars/Avril/Mai 1995*), le *Danube Film Festival*, Hongrie (50 000) et une chaîne européenne de l'indépendance (35 000) et *Un siècle en courts* (30 000).

Commission européenne
Direction générale X,
Information,
communication,
culture, audiovisuel
M. Philippe Cova,
Administrateur.
Rue de la Loi 200
B - 1040 Bruxelles
Tél. 32/ 2 299 91 30
Fax 32/ 2 299 92 01

Développements juridiques

UNION EUROPEENNE: Proposition pour un nouveau cadre juridique de l'activité des services de télévision en Europe

La Commission européenne a adopté une proposition de révision de la directive "télévision sans frontières". L'objectif est d'adapter la directive pour tenir compte des évolutions technologiques et du marché ainsi que de certaines difficultés apparues dans l'application de ce texte (interprétations divergentes du texte en ce qui concerne les règles de droit applicables à un radiodiffuseur; les règles de promotion des programmes européennes).

Suivant la proposition de MM. Bangemann, Monti et Oreja, la Commission a décidé de ne pas élargir le champ d'application de la directive "télévision sans frontières" aux nouveaux services audiovisuels interactifs, en particulier à la vidéo à la demande. Elle considère ces nouveaux services différents car ils permettent au consommateur de choisir et de contrôler le contenu, et les dispositions de la directive conçues pour la télévision traditionnelle, auraient été inappropriées et insuffisantes à assurer la protection de l'intérêt général et la libre circulation de ces services dans l'espace sans frontières.

Compte tenu des nombreuses incertitudes (économiques, technologiques, impacts sur la société, etc.) qui entourent encore le développement de ces nouveaux services audiovisuels, la Commission estime qu'il serait prématuré, à ce stade, de les réglementer et qu'il faut avant tout approfondir ces questions par des travaux d'analyses spécifiques dans le cadre des principes de base régissant le marché intérieur et procéder à une vaste consultation des milieux intéressés.

Elle est convaincue que les libertés fondamentales du droit d'établissement et de la libre prestation de services (articles 52 et 59 du Traité CEE) montrent le chemin à suivre pour définir sa future politique dans ce domaine. Certains travaux pour la mise en place de ce cadre réglementaire ont déjà été lancés ou sont en préparation sur les aspects suivants :

- une Directive sur la protection des données à caractère personnel ;
- un Livre vert sur la protection de la propriété intellectuelle dans la société de l'information ;
- un Livre vert sur les communications commerciales ;
- un Livre vert sur la protection des services cryptés ;
- la consultation en cours sur la propriété des médias ;
- une consultation sur la nécessité d'un mécanisme du marché intérieur garantissant que toute nouvelle proposition nationale sera transparente et conforme aux principes actuels du marché intérieur et notamment la libre circulation des services.

MEDIA II: plus de moyens pour l'audiovisuel

La Commission européenne a adopté, sur proposition de M. Marcelino Oreja, membre de la Commission responsable pour la Culture et l'Audiovisuel, le programme MEDIA II qui vise à encourager et à développer l'industrie des programmes audiovisuels en Europe. Les moyens affectés à MEDIA II s'élèvent à 400 MECU pour la période 1996-2000 et seront répartis dans les trois secteurs identifiés comme ceux correspondant aux besoins d'un marché unique de l'audiovisuel :

(i) L'appui à la formation des professionnels

Afin que la croissance du secteur audiovisuel se traduise en emplois, la Commission trouve indispensable d'adapter les compétences des professionnels du secteur.

L'action communautaire dans ce domaine visera à compléter et à renforcer la formation des gestionnaires de l'audiovisuel et également à encourager l'accès des professionnels aux nouvelles technologies de production audiovisuelle.

Il revient à la Communauté d'appuyer et de compléter les actions des Etats membres, de stimuler la coopération entre établissements d'enseignement ou de formation professionnelle et entreprises, de développer les échanges d'information et d'expérience.

Cette action sera menée en collaboration avec les centres de formation existants. On évalue à une centaine les institutions qui pourraient être potentiellement intéressées à participer au plan de formation proposé. Cela permettrait de toucher annuellement deux à trois mille étudiants et professionnels (en formation initiale et continue).

(ii) le développement des programmes à dimension européenne

La Commission est d'avis que les faiblesses que rencontrent les oeuvres audiovisuelles européennes au stade de leur commercialisation résident souvent dans un manque de préparation et d'investissement dans la phase de préproduction ou développement (écriture, montage financier, études de marché).

L'objectif est maintenant de faciliter le développement de productions (cinéma et TV) à ambition européenne, susceptibles d'occuper une partie significative du marché.

Pour favoriser cet effet structurant, la Communauté interviendra conformément à l'Article 130 du Traité CEE, en faveur des actions de développement des projets prenant en compte la dimension européenne dans leur stratégie de distribution-diffusion. La Commission invitera les autorités régionales et nationales à accentuer également leurs efforts dans cette direction.

(iii) la distribution transnationale des programmes européens

C'est sur ce secteur que portera la majeure partie de l'effort. La Commission indique que les productions européennes souffrent d'un manque de structures transnationales de distribution (pour les films cinéma) et d'un manque de coopération systématique

entre diffuseurs TV qui garantissent la circulation des oeuvres audiovisuelles (fictions et documentaires).

Les objectifs poursuivis sont résumés comme suit :

- a) cinéma : encourager la distribution sur le marché européen d'une centaine de films par an, en incitant les distributeurs des différents pays européens à intervenir simultanément dans le financement de ces productions et à se structurer en réseaux;
- b) télévision : accroître la circulation des oeuvres européennes diffusées par les TV en les incitant à co-produire entre elles et avec des producteurs indépendants.

Les aides seront octroyées comme pour MEDIA I (1991-1995) sous forme de prêts ne dépassant jamais 50% du coût des actions soutenues (à l'exception de la formation où le soutien communautaire, accordé sous forme de subventions non récupérables, pourra atteindre jusqu'à 75%).

Le soutien au doublage ou sous-titrage de qualité sera également un objectif important du Programme MEDIA II. Les aides communautaires seront données à fonds perdus.

COM (94) 523 déf.

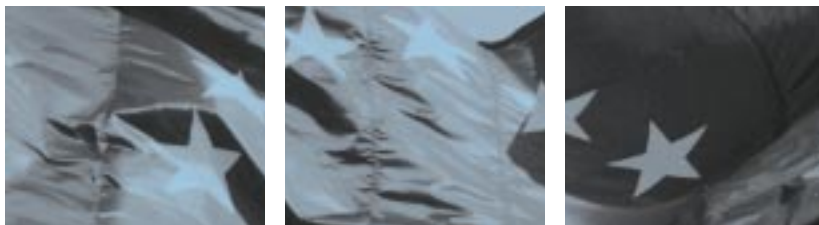
ALLEMAGNE : Jugement de la Cour constitutionnelle fédérale sur la directive C.E. sur la télévision

L'arrêt du 22 mars 1995 prononcé par la Cour constitutionnelle fédérale a mis un terme au litige opposant la Fédération aux *Länder* qui reprochaient au gouvernement fédéral sa position entourant l'adoption de la directive sur la télévision de la C.E.

Le jugement, dans lequel il est reproché au gouvernement fédéral d'avoir adopté la directive le 3-10-1989 sans nouvelle consultation des *Länder* s'appuie uniquement sur le droit constitutionnel allemand et évite toute référence au droit européen des médias. Toutefois, la Cour n'a pas contesté l'interprétation du gouvernement fédéral qui estime que la Communauté a compétence pour la réglementation de la publicité, du parrainage, de la protection des mineurs et du droit de réponse, ni le fait que la Fédération et les *Länder* avaient convenu que la Communauté n'est pas compétente pour imposer une réglementation des quotas.

La déclaration selon laquelle l'Allemagne n'aurait pas du adopter la directive à la condition que le Parlement et la Commission fassent des déclarations sur la réglementation des quotas est essentielle dans les débats sur la révision de la Directive. La Cour estimant que toute incertitude sur la compétence de la Communauté doit faire l'objet d'une action devant la Cour européenne de Justice, la liberté d'action de l'Allemagne, éventuellement favorable à des compromis politiques, a pu effectivement se trouver limitée d'un point de vue constitutionnel.

Par F. Berger - Rapporteur pour le groupe "Coopération Internationale dans le domaine des médias" (Ministère fédéral de l'Intérieur, Bonn)
Jugement de la deuxième chambre de la Cour constitutionnelle fédérale (*Bundesverfassungsgericht*) du 22 mars 1995, 2 BvG 1/89, 57 p. - disponible en allemand à l'Observatoire. Cf. également le rapport des négociations du 8-11-1994, IRIS 1995-1 : 15



© Conseil de l'Europe.

Magill : Droit d'auteur contre législation sur la concurrence

Les diffuseurs qui refusent de vendre les listes de leurs programmes aux éditeurs enfreignent le droit communautaire. C'est la conclusion d'une procédure judiciaire entamée par un éditeur irlandais Magill. Les diffuseurs BBC, ITV et RTE ont argué de la protection des droits d'auteur sur leurs listes des programmes pour empêcher Magill de publier un guide hebdomadaire complet des programmes de télévision. Les diffuseurs voulaient chacun publier leur guide propre portant uniquement sur leur propre programmation, comme ils le faisaient depuis des années. Cette pratique des diffuseurs a fait l'objet d'une enquête par l'Office of Fair Trading (Office de la pratique commerciale loyale) et par la *Monopolies and Mergers Commission* (Commission des monopoles et des fusions) en 1984 et en 1985¹. Ils ont conclu qu'il n'y avait pas eu violation de la législation britannique sur la concurrence. En 1986, Magill a porté plainte à la Commission Européenne. En 1988, la Commission a décidé que les pratiques des diffuseurs publics étaient en infraction avec la législation communautaire sur la concurrence². En 1991, le Tribunal de première instance a confirmé la décision de la Commission³. RTE et ITV ont interjeté appel, appel récemment rejeté, le 6 avril 1995, par la Cour de Justice⁴.

La décision de la Commission se fondeait sur l'article 86 du Traité de la CE. Selon la Commission, le marché concerné concerne les listes hebdomadaires de programmes et les guides de programmes TV. Les diffuseurs publics occupent une position dominante sur ce marché car les tierces parties désireuses de publier un guide TV complet dépendent d'eux pour obtenir la liste des programmes. La Commission décrit cette position dominante comme une situation de fait renforcée par le monopole légal, à savoir la protection des droits d'auteur. L'abus réside dans la barrière posée à l'entrée sur le marché britannique d'un nouveau produit, un guide complet, au détriment des consommateurs britanniques qui sont forcés d'acheter deux guides TV. Un autre chef d'abus est le maintien de la position dominante des diffuseurs publics sur un marché dérivé (celui des guides hebdomadaires de télévision). Les diffuseurs ont tenté de faire infirmer la décision de la Commission. Une bonne partie de leurs objections s'appuyaient sur la relation entre droit d'auteur et droit de la concurrence. Ils alléguaient qu'ils étaient propriétaires des droits d'auteur des listes de programmes et qu'ils avaient le droit absolu de refuser l'octroi d'une licence à une tierce partie. Le Tribunal de première instance a reconnu que la matière spécifique du droit d'auteur donne le droit au propriétaire du droit d'auteur de se réserver le droit exclusif de reproduction d'une oeuvre protégée. Néanmoins, le Tribunal de première instance déclare qu'un droit d'auteur ne peut être exercé s'il poursuit un objectif manifestement contraire aux objectifs de l'article 86. Dans ces circonstances, le droit d'auteur est exercé de manière non conforme à sa *fonction essentielle* telle que prévue par l'article 36 du Traité de la CE, qui est de *protéger les droits moraux de l'oeuvre et d'assurer une rémunération pour l'effort créatif*. En appel, la Cour de Justice a confirmé la décision du Tribunal de première instance.

L'affaire Magill est importante non seulement pour les éditeurs de guides TV mais à l'ensemble du secteur de la création, de la fabrication, de l'édition et de la distribution de l'information. Deux questions importantes découlent des

conséquences générales de l'affaire Magill : 1) Quand le propriétaire de droit d'auteur est-il dans une position dominante aux termes de l'article 86 ? et 2) Quand l'exercice d'un droit d'auteur constitue-t-il un abus de position dominante ?

1. Le Tribunal et la Cour ont clairement déclaré qu'un droit d'auteur n'implique pas automatiquement une position dominante. Ce point de vue est logique si on pense que les droits de propriété sont uniquement des instruments aidant les propriétaires à être maîtres de l'objet d'un droit. La capacité de marché et les monopoles ne sont donc pas définis par le droit de propriété en tant que tel mais par l'objet du droit de propriété : en d'autres termes, par le produit. Ceci vaut pour la propriété de biens matériels comme pour celle de biens immatériels.

On mesure la capacité de marché par la possibilité de remplacement de l'objet du droit de propriété. L'objet de la propriété intellectuelle consiste habituellement en informations. L'information est à la fois unique et non unique. La série télévisée *Dallas* était unique mais, jusqu'à un certain point, elle était remplaçable par *Dynasty*. Souvent une invention ne reste unique que jusqu'au moment où quelqu'un d'autre a une meilleure idée. En d'autres termes, la capacité de marché des propriétaires d'information n'est, dans de nombreux cas, pas éternelle. Il existe toujours un risque (potentiel) de concurrence de la part de tiers ayant de meilleures idées. C'est aussi vrai de l'information sur les programmes de télévision. La BBC, ITV et RTE occupent une position dominante sur ce marché en raison de leur part du marché des spectateurs. Si leur audience diminue, leur part de marché sur le marché des guides de programmes TV diminuera en conséquence.

2. Le refus d'accorder une licence de la part du propriétaire d'un droit désireux d'être lui-même un fournisseur du marché est un comportement normal. Le refus devient un problème lorsqu'il porte nettement préjudice à d'autres individus et à la société. Il est toujours difficile de faire la différence entre un bon ou un mauvais comportement. Dans l'affaire Magill, on avait à faire à des circonstances exceptionnelles qui ont fait du refus d'accorder une licence un mauvais comportement : l'introduction d'un guide TV complet a été entravée, les consommateurs ont eu à acheter deux guides TV et les diffuseurs publics ont étendu leur capacité du marché principal de la diffusion au marché dérivé des catalogues de télévision. D'un point de vue plus fondamental, l'affaire portait sur un comportement menant à des résultats non efficaces, le comportement des fournisseurs étant "non nécessaire" à une bonne performance sur le marché principal.

Il semble que la décision de la Cour sur l'affaire Magill ait suscité des craintes chez certains fabricants de logiciels. A cet égard, il est important de remarquer que l'affaire Magill porte sur des circonstances particulières. Tout d'abord, il est difficile de prouver qu'un fabricant de logiciels occupe une position dominante car, dans la plupart des cas, on peut fabriquer des logiciels de remplacement. On peut toujours assembler les algorithmes de manière différente pour arriver aux mêmes résultats. Néanmoins, le meilleur logiciel est celui dont la "distribution" des algorithmes est la plus efficace, ce qui lui confère ainsi une certaine unicité. Certains logiciels constituent la ressource principale de nouveaux logiciels. Le fabricant d'un logiciel unique doit-il accorder une licence à une tierce partie désirant l'utiliser pour la fabrication d'un nouveau logiciel ? La

réponse peut être affirmative si le refus d'accorder une licence mène à faire obstacle à un nouveau produit. Mais que se passe-t-il si le propriétaire du logiciel unique refuse d'accorder une licence parce qu'il veut lui-même se charger de la production du nouveau produit ? La non assistance aux concurrents rentre dans un comportement normal. Dans cette hypothèse, il est important de définir le marché principal du fabricant du logiciel de base. Ce n'est que si le nouveau logiciel se situe hors du marché principal que le refus d'accorder une licence pourrait être considéré comme "non nécessaire" et donc comme un abus de la capacité de marché. Dans les futures affaires sur les logiciels, l'efficacité jouera peut-être un rôle spécifique. Si les fournisseurs d'un nouveau logiciel sont contraints d'utiliser une distribution moins efficace des algorithmes que ne le permet le logiciel de base, le refus du propriétaire du logiciel de base d'accorder une licence peut constituer une forme d'abus. Cependant, il ne faudrait point exagérer les conséquences que pourrait avoir le cas Magill. Il s'agit d'un cas bien particulier, et il ne faut pas non plus oublier que Bill Gates se trouve dans une position dominante justement grâce au fait qu'il ait accordé des licences à ses programmes.

Jilles van den Beukel
Secrétaire en matière de diffusion
Conseil national des médias des
Pays-Bas (Mediaraad)

1. Voir affaires commerciales européennes 1985, 415 et CEE 1986, 415
2. JOCE 1989, L 78/43
3. TPI (Tribunal de Première Instance) 10 juillet 1991, T-69, 70 et 76/89
4. CJ CE 6 avril 1995, C-241/91 P et C-213/91 P.

CANADA : Priorité à la télé-musique country canadienne !

Le 6 juin 1994, le Conseil de la radio-diffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) a supprimé le service américain *Country Music Television* de la liste de services admis à la télédistribution par les câblo-opérateurs canadiens. En même temps, il approuvait une demande de licence d'une entreprise canadienne afin d'exploiter une entreprise de programmation spécialisée de langue anglaise consacrée à la diffusion de vidéoclips de musique country.

La législation canadienne attache beaucoup d'importance à la promotion du caractère canadien de la radio et de la télévision. Le Règlement de 1986 sur la télédistribution autorise les câblo-opérateurs à distribuer tout service de programmation figurant sur une liste constituée de services par satellite canadiens et non canadiens.

Un câblo-opérateur qui choisit de distribuer ses services doit le faire dans le cadre des services proposés aux abonnés à titre facultatif. Aucun des services compris dans la liste ne peut être distribué au service de base (celui qui est transmis d'office à tout abonné) à moins d'une autorisation.

En vertu de la politique du CRTC, une autorisation de distribuer un service non canadien peut être retirée si ce dernier, soit suite à la modification de sa formule, soit par l'avènement d'un service canadien de télévision payante ou d'émissions spécialisées, se trouve en concurrence avec un service canadien.

Prof. Pierre Trudel
Centre de recherche en droit public
de l'Université de Montréal

CRTC, Décision 94-284, Approbation du service de vidéoclips de musique Country *The Country Network*, 6 juin 1994; Avis public 1995-3, 19 janvier 1995. Listes révisées de services admissibles par satellite, annexe A. Disponible en français et anglais à l'Observatoire.



Dictionnaires /Lexiques

Kühl, J; Wicke, H. *Fachlexikon für Hörfunk- und Fernseh-begriffe*. Vde-Verlag, Berlin; Offenbach, 1994. 355p., ISBN 3-8007-1926-6, 55 DM.

Thomson, D. *A Biographical Dictionary of Film*. Andre Deutsch, Littlehampton, West Sussex, 1994. 834p., ISBN 0233988599.

Guides / Index / Catalogues

Bowles, Stephen E. *The Film Anthologies Index*. Scarecrow Press, Metuchen, NJ; London, 1994. 468p., ISBN 0-81082-8960.

Cowie, P. *International Film Guide*. Andre Deutsch, Littlehampton, West Sussex, 1995.

Peak, S. (ed.). *The Media Guide 1995*. Fourth Estate, London, 1994. 320p., ISBN 1-85702-2576.

Annuaire statistique (international et Europe)

European Television: Cable and Satellite. Baskerville Communications Corporation, Shrub Oak, 1995. 250p., US\$395.

Television in Asia to 2000. Zenith Media, London, 1995. £195.

TV International Source Book 1995. Baskerville Communications Publication, Shrub Oak, 1995. US\$247.

Annuaire statistique (national)

Annuaire de l'audiovisuel 1995. Communauté française de Belgique, Edimedia, Brussels, 1995. 659p., 2 vol., 1500 BF.

Cardona, J.; Lacroix, C. (ed.). *Statistiques de la culture: Chiffres-clés 1994*. Ministère de la Culture et de la Francophonie, Paris, 1994. 150p., ISBN 2-11-003262-6, 80 FF.

Media Perspektiven. *Basisdaten: Daten zur Mediensituation in Deutschland 1994*. Arbeitsgemeinschaft der ARD-Werbegesellschaften, Frankfurt, 1994. 88p., ISSN 0942-072X.

Nordicom-Sverige. *Medie Barometer 1994* (MedieNotiser: 1). Nordicom-Sverige, Göteborg, 1995. 65p., ISSN 1101-4539.

Nordicom-Sverige. *Medier I valden: Jamforande internationell statistik* (MedieNotiser: 2). Nordicom-Sveriges, Göteborg, 1994. 87p., ISSN 1101-4539.

Scottish Screen Digest 1994. Scottish Film Council, Glasgow, 1995. (gratuit).

Répertoires

BIB. *World Guide to Television and Film*. North American Publishing Co., Philadelphia, 1995. 850p., US\$449.

Broadcasting & Cable TV's International. *TV International Directory of Program Buyers 1994-95*. Baskerville Communications Publication, Shrub Oak, 1995. US\$245.

Le business guide de l'audio-visuel 95 (*Ecran Total*: Suppl. No. 76). Ecran Media, Paris, 1995. 674p., ISSN 1250-6265, 700 FF.

Business Ratio Plus. *The Film and Television Industry*. ICC Information Group, Hampton, 1994. 438p., 1900 FF.

Cable and Satellite Yearbook '95. 21st Century Business Publications, London, 1995. 446p., £115.

Screen International. *Euroguide 1995 : Guide to Film, Television and Video in Europe*. EMAP Media, London, 1995. 390p., £60

TBI. *Co-production International: The leading Report on Television Production and Financing World-wide*. 21st Century Business Publications Ltd, London, 1995. 500p., £175.

Politiques des medias

Haarscher, G.; Libois, B. (ed.). *Les médias entre droit et pouvoir: Redéfinir la liberté de la presse*. Brussels University, Brussels, 1995. 125p., 91FF.

Kuhn, R. *The Media in France*. Routledge, London, 1995. 284p., ISBN 0-415-01459X, £40.

Österreichische Gesellschaft für Filmwissenschaft, Kommunikations- und Medienforschung (ÖGFKM). *Zwischen Europäisierung und Re-Nationalisierung: AV-Medien in Mittel- und Osteuropa* (Filmkunst: 141). ÖGFKM, Vienna, 1994. 98p., 9.50 DM.

Cinéma

Aldgate, A. *Censorship and the Permissive Society: British Cinema and Theatre, 1955-1965*. Clarendon Press, Oxford, 1995. 171p., ISBN 0-19-8112416, £27.50.

Bell, D. *Getting the Best Score for your Film*. Samuel French Trade, 7623 Sunset Bd, Hollywood, California 90046, USA, 1995. US\$12.95.

Boorman, J. (ed.). *Projections: Film-Makers on Film-Making*. Faber, London, 1995. 333p., ISBN 0-571-173632, £9.99.

Burrows, E. *British Cinema Source Book*. BFI, London, 1995. 228p., ISBN 0-85170-474-3, £35.

Cowie, P. (ed.). *World Cinema: Diary of a Day: A Celebration of the Centenary of Cinema, in Conjunction with the British Film Institute*. Overlook Press; BFI, London, 1995. 416p., ISBN 0-87951-573-2.

Eyles, A. *Gaumont-British Cinema*. BFI, London, 1995. 176p., ISBN 0-85170-519-7, £14.95.

Higson, A. *Waving the Flag: Constructing a National Cinema in Britain*. Clarendon, Oxford, 1995. 322p., ISBN 0-19-812369-8, £40.

Kallenberger, R.H.; Cvjetnicin, G.D. *Film into Video: A Guide to Merging the Technologies*. Focal Press, Boston, MA; London, 1994. 369p., ISBN 0240802152.

Kohvakka, R. *Audiovisuuaalinen elokuva- ja ohjelmatuotanto Suomessa* (Production of Audiovisual Programmes and Films in Finland) (Culture and the media 1995: 1). Statistics Finland, Helsinki, 1995. 73p., ISBN 951-727-033-X.

Lev, P. *The Euro-American Cinema*. University of Texas Press, Austin, 1994. ISBN 74677-6, US\$27.50.

Télévision

Achille, Y. *Les télévisions publiques en quête d'avenir*. Presses Universitaires de Grenoble, Grenoble, 1994. 327p., 130FF.

Arnaud, P. *Télévision française et américaine: Les multiples modalités d'une influence* (Thèse pour le doctorat en Sciences de l'information). Université Panthéon-Assas, Institut français de presse, Paris II, 1995. 461p.

Bolla, L.; Cardini, F. *Le aventure dell'arte in TV: Quarant'anni di esperienze italiane* (RAI VQPT: 127). RAI; VQPT/Nuova ERI, Rome, 1994. 419p., ISBN 88-397-0912-6, 30 000 ITL.

La liste des publications est compilée avec l'assistance du British Film Institute, Library and Information Services, Londres / Grande-Bretagne et Deutsche Bibliothek à Leipzig, Allemagne.

Bourdon, J.; Méadel, C. *Les écrans de Méditerranée: Histoire d'une télévision régionale 1954-1994*. Ed. Jeanne Laffitte/INA, Marseille, 1994. 126p., 100 FF.

Bourgeois, I. *Radios et télévisions privées en Allemagne: Entre la loi et le marché*. Centre d'information et de recherche sur l'Allemagne contemporaine, Levallois-Perret, 1995. 144p., ISBN 2-905518-27-8, 150 FF.

Broadcast Production Guide. EMAP Business Communications, Tonbridge; Kent, 1994/5.

Buonanno, M. *E' arrivata la serialita: La fiction italiana. L'Italia nella fiction. Anno sesto* (RAI VQPT: 126). RAI; VQPT/Nuova ERI, Rome, 1994. 289p., ISBN 88-397-0910-X, 25 000 ITL.

Corner, J. *Television Form and Public Address*. Edward Arnold, London, 1995. 200p., ISBN 0-340-625384, £35.

Hennebelle, G. (ed.) *Les télévisions du monde. CinémaAction-Corlet*, Courbevoie; Le Cerf, Paris, 1995. 468p., ISBN 2-85480-881-9.

Hickethier, K. *Geschichte der Fernsehkritik in Deutschland*. Sigma, Berlin, 1994. 280p., 39 DM.

Holgersson, S. *Dualer Rundfunk in Deutschland: Beiträge zu einer Theorie der Rundfunkentwicklung* (Beiträge zur Kommunikation in Politik und Gesellschaft: 3). Lit Verlag, Münster; Hamburg, 1994. 207p., ISBN 3-89473-527-9, 48,80 DM.

Italmedia. *Opzioni possibili per il sistema televisivo in Italia: Rapporto di sintesi*. Italmedia, Rome, 1995. 21p.

Mikos, L. *Fernsehen im Erleben der Zuschauer: vom lustvollen Umgang mit einem populären Medium* (Quintessenz der Medienwissenschaft). Quintessenz, Berlin; Munich, 1994. 231p., ISBN 3-86128-218-6, 48 DM.

Paech, J.; Ziemer, A. *Digitales Fernsehen: eine neue Medienwelt?*. ZDF; Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Mainz, 1994. 94p.

Petrie, D.; Willis, J. (ed.). *Television and the Household: Reports from the BFI's Audience Tracking Study*. B.F.I., London, 1995. 138p., ISBN 0-85170-5049, £10.95.

Schneider-Madanes, G. (ed.). *L'Amérique latine et ses télévisions. Anthropos-Economica*; INA, Paris, 1995. 254p., 190 FF.

Wurtzel, A.; Rosenbaum, J. *Television Production*. McGraw-Hill, New York, 1995. 749p., ISBN 0070781580.

Programmes

Allen, R.C. *To Be Continued: Soap Operas Around the World*. Routledge, London, 1995. 398p., ISBN 0-415-110068, £37.50.

Multimédia / Nouvelles technologies

Ameil, C. *Autoroutes européennes de l'information: Vers quelles normes* (Série économique: W-18). European Parliament, General Directorate of Studies, Luxembourg, 1995. 66p., ISBN 92-823-0680-1, 7 Ecu.

The CD-ROM Directory 1995. TFPL Publishing, London, 1995. £95 (livre).

Cranston, R. *Liberalising Telecommunications in Western Europe*. FT Telecoms & Media Publishing, Camborne, 1995. ISBN 1-85334-266-1, £300.

Department of Trade and Industry. *Creating the Superhighways of the Future: Developing Broadband Communications in the UK*. HMSO, London, 1994. 35p., Cm 2734, £6.75.

Evans, B. *Understanding Digital TV: the route to HDTV*. IEEE Press, Piscataway, NJ, 1995.

The Multimedia Yearbook 1995. Interactive Media Publications Ltd, 1995. ISBN 1-897603-06-1, £135.

New Interactive Media: The Practical Guide. Zenith Media, London, 1995. £100.

Publicité

European Marketing Pocket Book 1995. NTC Publications, Oxfordshire, 1995. £24.

Analyse des marchés

Precepta. *La production audiovisuelle en Europe*. DAFSA, Paris, 1995. 20 994.50FF.

Steinbock, D. *Triumph and Erosion in the American Media and Entertainment Industries*. Greenwood Publishing Group, Westport, 1995. 336p., ISBN 0-89930-914-3, US\$75.

Top 10 European Media Markets. European Media Business & Finance, London, 1994. £100.

Droit

Achilleas, P. *La télévision par satellite: Aspects juridiques internationaux*. Montchrestien; EJA, Paris, 1995. 201p., 70 FF.

Baker, R. *Media Law: A User's Guide for Film and Programme Makers*. Blueprint, London, 1995. ISBN 0-948905-95-6, £39.

Committee of Advertising Practice. *The British Codes of Advertising and Sales Promotion*. CAP, London, 1995. 107p., (Free) (2 Torrington Place, London WC1E 7HW, Tel. 171 580 5555, Fax 171 631 3051).

Coster, S.-P. de; Jongen, F. *Medialex 1994: Recueil de textes commentés*. Kluwer Editions juridiques, Diegem, 1994. 878p., 700 FF.

Grefte, P.; Grefte, F. *La publicité et la loi: En droit français, Union européenne et Suisse*. Litec, Paris, 1995. 1021p., 400 FF.

Krattenmaker, T.G.; Powe, L.A. Jr. *Regulating Broadcast Programming*. MIT Press, Cambridge, MA; London, 1995. 369p., ISBN 0262111950.

Meinel, W. *Frontiers of European Broadcasting Legislation*. BFI, London, 1995. 96p., ISBN 0-85170-413-1, £7.95.

Nelson, V. *The Law of Entertainment and Broadcasting*. Sweet & Maxwell, Andover; Hants, 1995. ISBN 0-421-50150-2, £79.

Tegge, A. *Die internationale Telekommunikations-Union: Organisation und Funktion einer Weltorganisation im Wandel* (Wirtschaftsrecht der internationalen Telekommunikationen: 21). Nomos Verlagsgesellschaft, Baden-Baden, 1994. 373p., ISBN 3-7890-3230-1, 98 DM.

Nouveaux périodiques

Law and Regulation in European Multimedia. Subscription: £495. Longman Professional, 128 Long Acre Street, Covent Garden, London WC2E 9AN.

Editeurs: informez les professionnels

Sequentia vous offre une excellente opportunité d'informer les professionnels européens de nouvelles publications, d'actes de colloques et de rapports relatifs aux secteurs suivants: le cinéma, la télévision, la vidéo et les nouveaux médias.

Pour que vos publications soient mentionnées dans *Sequentia*, il suffit d'envoyer une information détaillée ainsi qu'un exemplaire du(des) documents à l'attention de la rédactrice en chef.

En 1995, *Sequentia* paraîtra aux dates suivantes :

• N°5 Septembre / Octobre / Novembre 1995 : 18 septembre

• N°6 Décembre / Janvier / Février 1995-96 : 1^{er} décembre

Observatoire européen de l'audiovisuel *Sequentia*
Lone Andersen, Rédactrice en chef
76, allée de la Robertsau
F-67000 Strasbourg
Tél. 33 88 14 44 07
Fax 33 88 14 44 19
E-mail : 100347.1461
@ CompuServe



OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL
EUROPEAN AUDIOVISUAL OBSERVATORY
EUROPÄISCHE AUDIOVISUELLE INFORMATIONSSTELLE

cinéma, télévision, vidéo & nouveaux médias

Service d'information

Nous observons pour rendre service !

Le Service d'Information est chargé de traiter des demandes d'information individuelles. Il a été mis en place pour répondre de façon précise et rapide à vos questions. Quelque soit la nature de votre demande (les coordonnées d'un contact ou une question statistique ou juridique complexe) vous pouvez compter sur nous. Un simple appel téléphonique ou un fax à l'Observatoire européen de l'audiovisuel suffisent pour vous permettre de prendre vos décisions sur la base de données précises et à-jour.

L'analyse des marchés européens

Le Service d'Information sur les marchés audiovisuels a été créé dans le but de fournir des données chiffrées ou qualitatives sur le cinéma, la télévision, la vidéo et les nouveaux médias.

Données statistiques

Les indicateurs essentiels et l'information statistique pertinente sur les principaux indicateurs de l'audiovisuel sont présentés de façon approfondie dans *l'Annuaire statistique* de l'Observatoire. Les professionnels peuvent également nous consulter pour obtenir des informations complémentaires, ou des données détaillées et mises à jour sur tel ou tel aspect, ou encore pour mieux comprendre les différences méthodologiques employées,...

Une information qualitative

Pour des analyses approfondies des marchés, l'Observatoire offre une information qualitative sur les acteurs du secteur, leurs stratégies et leurs produits. Grâce à notre Service d'information vous pouvez obtenir des informations sur la participation dans des sociétés ou des groupes de communication, des analyses des dernières tendances au sein des différents segments du marché,...

Conseils

Nous pouvons également fournir un service efficace et rapide en matière de:

- recherches bibliographiques • identification de sources d'information
- fourniture de documentation

La mission de l'Observatoire ne consiste pas à effectuer des recherches étendues, cependant nous pouvons vous mettre en contact avec des organismes spécialisés qui sont en mesure de le faire. De même, nous pouvons vous conseiller sur les méthodes de collecte de données, sur la délimitation d'un projet de recherche, et vous indiquer des partenaires et sources d'information pertinents. Ainsi, vous économisez du temps et des ressources.

Nous fournissons également des services dans le domaine de:

Information juridique

Le Service d'information juridique a été conçu pour les juristes et les consultants qui agissent soit pour le compte des professionnels du secteur ou qui interviennent directement dans le secteur de l'audiovisuel.

Information pratique

Le service d'information pratique est destiné à l'ensemble des professionnels du secteur audiovisuel, et plus spécifiquement à ceux qui travaillent dans la production et la distribution des oeuvres audiovisuelles et cinématographiques.

Vous pouvez nous faire parvenir vos demandes à l'Observatoire soit par un simple appel téléphonique, ou en nous envoyant un fax ou une lettre. Dès réception nous vous indiquerons le coût et le délai de réponse inhérent à votre demande. Dès réception de votre confirmation de commande, l'Observatoire et son réseau procéderont au traitement de votre demande.

Observatoire européen de l'audiovisuel

76, Allée de la Robertsau - F-67000 Strasbourg
Tél. (33) 88 14 44 00 Fax (33) 88 14 44 19



Informations pratiques

Guide des bases de données européennes, II

Ce dossier est le deuxième d'une série que *Sequentia* consacre aux principaux fichiers de référence et bases de données européens relatifs à l'audiovisuel. Cette deuxième partie s'attachera aux bases de données pratiques (production/distribution/catalogues). La troisième édition concernera les bases de données pratiques que nous n'avons pas pu inclure dans ce numéro, et abordera les bases de données juridiques. Il ne s'agit pas d'un inventaire exhaustif mais d'un guide des

organismes dont l'Observatoire connaît bien le travail et dont le professionnalisme et l'exactitude sont garantis. On peut avoir accès à toutes les bases de données citées par l'intermédiaire des contacts indiqués.

Si vous connaissez d'autres bases de données d'envergure européenne et dont vous pensez qu'elles pourraient intéresser nos lecteurs aux quatre coins du monde, nous vous prions de contacter Mme Lone Andersen, Rédactrice en chef de *Sequentia*.

Par ordre alphabétique :

ATENA

Conseil de l'Europe
Section Média
F-67075 Strasbourg
Tel. (33) 88 41 23 30 / 21 63
Fax (33) 88 41 27 05
Contact : Christophe Poiré

ATENA est une base de données créée par la Section Média du Conseil de l'Europe pour fournir des informations sur les centres et les stages de formation dans le secteur de l'audiovisuel dans ses trente-quatre Etats membres. La Section Média a identifié la formation de professionnels du secteur audiovisuel comme étant une des conditions sine qua non pour jeter des bases solides pour le développement équilibré et fort de l'industrie audiovisuelle en Europe. Auparavant, l'information sur la formation se faisait essentiellement au niveau national. C'est pourquoi on a pensé qu'il faudrait la diffuser dans l'ensemble de l'Europe pour développer l'information sur la formation aux compétences audiovisuelles dans les différents pays européens et pour faciliter les échanges dans le secteur de la formation cinématographique et audiovisuelle grâce à une source d'information rapide et souple.

ATENA entend s'adresser aux jeunes désirant suivre une formation de base pour faire carrière dans le secteur de l'audiovisuel ainsi que les professionnels souhaitant se perfectionner ou développer leurs compétences ou un recyclage pour affûter leur compétitivité et rester au courant des nouvelles évolutions et des changements

technologiques. *ATENA* joue aussi le rôle de ressource pour les organismes de formation qui ont besoin de connaître les initiatives existant dans d'autres pays européens et pour toute personne concernée ou responsable de la formation audiovisuelle.

La base de données contient actuellement plus de quatre cent soixante dix organismes de formation en Europe ainsi que leurs coordonnées. On y trouve des renseignements sur la nature de la formation proposée : genre (cinéma, télévision et vidéo), spécialisation (technique, juridique, direction, etc.), contenu et durée de la formation, langue de travail, conditions financières et administratives, diplômes et certificats délivrés au terme de la formation. Les données sont actualisées chaque année et sont proposées en français pour tous les pays francophones et en anglais pour les autres pays européens.

On peut accéder à *ATENA* en appelant les numéros de téléphone ou fax susmentionnés et en précisant les informations que l'on désire avoir : nature de la formation, pays concerné, langue préférée, etc. Les informations peuvent être fournies sur support papier, fichier informatique format ASCII ou Lotus 123, et uniquement à usage personnel, les droits d'auteur des informations appartenant exclusivement à la Section Média. L'accès à *ATENA* est gratuit, ce qui fait de cette base de données une ressource extrêmement attrayante pour l'ensemble de la communauté audiovisuelle.

BASELINE

BASELINE II INC
838 Broadway
USA-New York NY 10003
Contact :
Linda Brown, Vice Présidente,
Marketing

BASELINE est un service d'information en-ligne destiné aux industries des médias et consistant en un certain nombre de bases de données qui totalisent plus de deux millions de pages d'informations sur les derniers événements de l'industrie du spectacle et fournissant des archives sur les projets de cinéma et de télévision passés. Ces fichiers sont à la disposition des membres de *BASELINE* dès qu'un projet est annoncé et ils sont constamment contrôlés et remis à jour.

Les utilisateurs de cette base de données proviennent de tous les secteurs du spectacle et peuvent accéder aux informations suivantes : coordonnées des contacts ; filmographies de la distribution et de l'équipe de réalisation ; projets en cours ; production et post-production ; budgets et recettes ; sociétés de production, leurs services et leur personnel ; dates de sorties et distributeurs ; festivals et marchés. On a également accès aux nombreuses publications spécialisées de l'industrie comme *Daily and Weekly Variety*, *The Hollywood Reporter*, *Cable Work* et *Paul Kagan News*. Y figurent aussi les chiffres du *box office*, principalement d'origine américaine, ainsi que les chiffres des *box office* anglais, allemand, français et espagnol, disponibles et actualisés chaque semaine.

BASELINE étant un service mondial en-ligne, l'accès se fait via modem et les prix varient selon le service demandé (des renseignements complets sur l'adhésion au service peuvent être obtenus auprès de *BASELINE* Inc.). La couverture géographique est mondiale bien qu'elle soit plus complète pour l'Amérique du Nord. Les informations mémorisées dans la base sont constamment actualisées et téléchargées selon un calendrier dicté par la fréquence de changement des données et par leur quantité. Des services de recherche sont également proposés à l'utilisateur intéressé ainsi que des ouvrages de référence et sur le cinéma.

Dossier compilé
par J. Hunter,
Responsable
des Technologies
d'information,
en collaboration
avec Lone Andersen.

Guide des bases de données européennes, II

EURO TV PROGRAMMES

INA (Institut National de l'Audiovisuel)
Direction de la Recherche
4 Avenue de l'Europe
F-94366 Bry-sur-Marne Cedex
Contacts :
Régine Chaniac
Tél. (33) 1 49 83 20 83
Claude Mussou
Tél. (33) 1 49 83 22 72
Fax (33) 1 49 83 25 82

EURO TV PROGRAMMES a été conçu spécialement pour les professionnels de l'industrie télévisuelle qui veulent mieux connaître les programmes de télévisions étrangers du point de vue de l'étude des marchés internationaux ou nationaux, l'importation de différents formats ou les stratégies de programmation, etc. La base de données analyse les programmes de télévision européens et traite des équipements de réception et d'enregistrement des programmes pour les chaînes par satellite et par câble ; elle dispose d'un réseau de correspondants pour une fourniture régulière de duplications ainsi que des installations pour la visualisation et l'analyse des programmes. Ceci permet à l'INA d'analyser les données et de faire des comparaisons, de contrôler les évolutions, par exemple, par genre, par chaîne, par pays, etc. Elle offre aux dirigeants TV un outil approprié pour suivre les goûts et les tendances à l'oeuvre dans les programmes des pays voisins.

La couverture géographique de la base de données comprend actuellement l'Allemagne, la France, le Royaume-Uni, l'Espagne et l'Italie ; d'autres pays seront ajoutés progressivement. Les domaines couverts par **EURO TV PROGRAMMES** ont été définis d'un point de vue qualitatif et prennent régulièrement en compte les films à grand succès et les programmes populaires, ainsi que d'autres émissions programmées dans des niches stratégiques ou thématiques dans toute l'Europe.

On peut avoir accès à **EURO TV PROGRAMMES** par téléphone, fax ou courrier aux contacts susmentionnés. Les clients devront payer pour accéder au service et sont facturés sur une base individuelle. Pour de plus amples informations, les utilisateurs peuvent contacter directement l'INA.

FIND

(Film Information National Database)
The British Film Commission
70 Baker Street
GB-London W13 1 DJ
Tél. (44) 171 224 5000
Fax: (44) 171 224 1013
Contacts :
Joanna Dewar Gibb,
Directrice de l'information
Chris Warrick,
Consultant Banque de données

FIND est une initiative de la British Film Commission (BFC) qui propose un système de gestion des demandes, stockant en format texte des renseignements sur les équipements de cinéma et de télévision au Royaume-Uni, le personnel de production et les informations nationales et, en format texte et image, des renseignements sur une vaste gamme de lieux de tournage dans le Royaume-Uni. On peut accéder à **FIND** au niveau national soit par le BFC qui joue le rôle de relais avec le réseau des Commissions britanniques soit directement par l'une des commissions.

Les renseignements sur les lieux de tournage et les équipements sont détenus par la commission couvrant le secteur où ils sont situés, alors que ceux sur le personnel de production se trouvent surtout au BFC. **FIND** intègre et combine ces sources et fournit des informations nationales comme l'élaboration des lois sur l'importation et l'exportation, la fiscalité, la santé et la sécurité, etc., ainsi que les photos et images couleurs des lieux de tournage, disponibles électroniquement à partir de la base de données. Le personnel d'encadrement de la production, par exemple les réalisateurs, les producteurs, les designers, etc., est actuellement en cours de compilation sur **FIND** par le BFC. Dans chaque catégorie de compétence technique, **FIND** fournit les coordonnées essentielles, les qualifications, les organisations affiliées, les tarifs professionnels et un résumé de leurs expériences à ce jour. La base de données mentionne jusqu'à quatre références de production pour chaque personne dont deux doivent avoir été obtenues au cours des cinq dernières années.

On accède à **FIND** par téléphone ou par fax au BFC. Par exemple, si la demande concerne un film, une émission de télévision ou une publicité, les contacts avec le personnel de

production, les dates prévues et l'emplacement du tournage, la taille de l'équipe, les faits spéciaux, par exemple les cascades, les informations budgétaires, une copie du scénario (si possible) etc., le BFC envoie un exposé détaillé de la demande à toutes les commissions britanniques et chaque commission, avec l'aide de **FIND**, produit un rapport avec des images et des informations complètes qui sont ensuite communiquées au demandeur.

Le volume d'informations sur **FIND** est infini, constamment actualisé et augmenté et les informations contenues dans le système couvrent tous les aspects du tournage au Royaume-Uni ainsi que les services, lieux de tournage et personnel de production.

C'est pourquoi **FIND** est surtout destiné aux producteurs et aux dirigeants de production basés dans le monde entier qui souhaitent tourner ou post-produire au Royaume-Uni. Créé pour encourager et inciter les producteurs à produire au Royaume-Uni, le service est gratuit et l'information est envoyée par fax ou par courrier et personnalisée pour répondre exactement à la demande du client.

FIND n'est pas encore disponible en ligne pour tous les clients en raison des questions de sécurité que posent ce type de service. Cependant, le BFC et le réseau des commissions britanniques étudient actuellement la manière dont **FIND** pourrait être intégré à d'autres systèmes de services d'informations et aux chaînes multimédias.

HDevice

(High Definition Eureka Audiovisuel Vision 1250 Interactive Catalogue for Europe)

Eureka Audiovisuel
5-7 Rue de la Bonté
B-1050 Bruxelles
Tél. (32) 2 538 0455
Fax (32) 2 538 0439
Contact :
Eric Leroy

Eureka Audiovisuel, en partenariat avec Vision 1250, a créé **HDevice**, le premier annuaire européen de production en format haute définition. Le but de la base de données est de fournir une aide efficace aux professionnels impliqués dans le développement de la haute définition en Europe. C'est la première base de données à fournir une information complète sur

les productions européennes réalisées en haute définition et sur les sociétés travaillant dans ce secteur.

HDevice est disponible sous la forme d'un disque souple pouvant être facilement chargé sur un ordinateur MSDOS/Windows et d'un manuel. C'est un système convivial par menu et on peut facilement y circuler jusqu'à l'information désirée. **HDevice** contient des informations sur les sociétés impliquées dans la production de la haute définition : leur activité principale, les coordonnées et les références des contacts et une liste des productions dans lesquelles elles ont été engagées à ce jour ainsi que leur type de participation. La base de données met en valeur les informations sur les productions elles-mêmes, avec une description générale, le synopsis, les versions disponibles et les détenteurs des droits d'auteur, les équipements de production, le type de gestion, le soutien technique et artistique et les tarifs. **HDevice** offre également la possibilité de conserver les informations choisies dans un fichier ASCII que l'on peut utiliser sur son propre ordinateur pour imprimer les informations de la manière souhaitée.

La couverture géographique de **HDevice** est européenne et contient plus de quatre cents productions en format 1125 et 1250. La base contient également les coordonnées des contacts de plus de cinq cents sociétés. L'accès est gratuit et une copie de la disquette et un manuel seront envoyés aux personnes intéressées. Les données sont constamment actualisées par Eureka Audiovisuel et Vision 1250. **HDevice** sera accessible par Internet au cours de la deuxième partie de l'année.

INFOMEDIA

19 Rue du Lac
L-8800 Arsdorf
Tél. (352) 649270
Fax: (352) 649271
Contacts :
Mme Janet Greco, Directrice
Mme Nicole van Tongelen,
Chef des ventes et du marketing

INFOMEDIA a été conçu pour proposer des informations sous forme électronique sur les dernières nouvelles de la TV et l'industrie des médias au niveau européen. Janet Greco, qui est à l'origine de **INFOMEDIA**, a détecté le besoin d'un service

permettant aux éditeurs des données télévisuelles et aux professionnels de l'industrie d'avoir un accès rapide et facile aux données disponibles en ligne vingt-quatre heures sur vingt-quatre. **INFOMEDIA** se positionne donc comme l'une des sources les plus complètes de nouvelles sur les médias et la TV d'Europe, permettant par exemple, un transfert rapide et facile directement sur votre ordinateur des programmes de TV et de radio, de mises à jour et de nouvelles sur les médias.

La collecte des données pour **INFOMEDIA** a commencé en 1991 et comprenait des informations sur la programmation quotidienne de plus de quarante chaînes européennes. Elle couvre à présent plus de cent soixante-dix chaînes européennes et a l'intention de continuer à étendre sa couverture des chaînes de télévision dans toute l'Europe. La mise à jour de l'information est donc un processus constant, réalisé par une équipe de cinq personnes à plein temps.

L'accès à la base de données se fait surtout par un service en ligne pour professionnels (éditeurs, opérateurs du câble, fournisseurs de guide électronique, sociétés d'études) et les tarifs de cet accès dépendent de l'usage individuel. Les données peuvent être fournies sur support papier ou divers formats (par exemple ASCII, RTF, Word, etc.) que l'on peut charger individuellement.

MAP-TV GUIDE

MAP-TV
c/o FRANCE 3
Place de Bordeaux
F-67005 Strasbourg Cedex
Tél. (33) 88 56 68 46
Fax: (33) 88 56 68 49
Contacts :
Jean-Jacques Lemoine,
Administrateur
Daniela Kirchner,
Rédactrice (BUFVC)

La base de données de MAP-TV a été produite avec le soutien du programme MEDIA de l'Union européenne et contient des informations sur les sources et archives de plus de quarante pays européens, y compris l'Europe orientale et la CEI. La base est ouverte aux utilisateurs intéressés sous la forme du **THE MAP-TV GUIDE** (une publication) qui comprend des archives cinématographiques nationales, d'importance et de renom, les sociétés de télévision, les actua-

lités et les bibliothèques ainsi que des collections plus petites et moins connues détenues par les autorités régionales et locales, les musées, les sociétés industrielles et des personnes privées.

Le guide donne les coordonnées des contacts et les renseignements relatifs à l'histoire des collections, leur contenu, les systèmes de catalogage, les conditions d'accès, les équipements de projection et le statut des droits d'auteur du matériel. Une section supplémentaire dresse la liste de deux cents chercheurs professionnels sur le cinéma dans toute l'Europe. La base de données de MAP-TV est destinée aux producteurs et aux chercheurs auxquels elle permet d'accéder à plus de mille neuf cents collections de cinéma et de télévision. Le guide est disponible par le biais du British Universities Film & Video Council (BUFVC), 55 Greek Street, London W1V 5LR, Tél. (44) 171 734 36 87, Fax (44) 171 287 3914. Le prix de ce CD-ROM devrait se situer aux alentours de £ 100 selon qu'il s'agisse de membres de MAP-TV ou non ou de membres du BUFVC.

Les données appartiennent à MAP-TV, la base de données et les entrées de données constantes sont contrôlées par BUFVC. Toute demande concernant cette base de données doit être adressée directement à MAP-TV.

MEDIABASE

Euro Aim
Avenue Winston Churchill 210
B-1180 Bruxelles
Tél. (32) 2 346 1500
Fax (32) 2 346 3842
Contact :
Pierre Hupin

MEDIABASE a été créée par Euro Aim pour donner des informations détaillées sur plus de quatorze mille productions européennes achevées et actuellement disponibles sur le marché de l'audiovisuel. Elle contient des descriptifs de plus de mille cinq cents producteurs indépendants européens qui cherchent activement des partenaires de coproduction ainsi que des informations complètes sur plus de cent projets de films long métrages sélectionnés. Les coordonnées des contacts figurent aussi dans **MEDIABASE**, avec environ sept mille adresses de professionnels européens de

l'audiovisuel des descriptifs détaillés de plus de cent bailleurs de fonds et de cent acheteurs de programmes.

MEDIABASE couvre tous les Etats membres de l'Union européenne et elle est constamment mise à jour de manière interne par l'équipe de Euro Aim. L'accès en est gratuit et les demandes peuvent être transmises au bureau bruxellois de Euro Aim par téléphone ou par fax ou par courrier. Euro Aim a aussi récemment produit un CD-I dénommé *R-cat* (Catalogue électronique) qui fait partie d'une collection, dont la deuxième série sera diffusée en juin 1995. Ces disques contiennent des informations en texte et en vidéo sur les nouvelles productions européennes et ont été envoyés gratuitement à huit cents acheteurs à des fins promotionnelles. Cinquante d'entre eux ont également reçu gratuitement des lecteurs de CD-I grâce au partenariat de Euro Aim avec Philips. Chaque disque contient soixante-dix nouvelles productions comprenant quatre minutes de film vidéo par titre.

SIFT

(Summary of Information on Film and Television)
BRITISH FILM INSTITUTE
21 Stephen Street
GB-London W1P 1PL
Tél. (44) 171 255 14 44
Fax (44) 171 436 79 50
Contacts :
Gillian Hartnoll,
Chef de Service
Stephen Pearson,
Responsable des technologies d'information

SIFT est une base de données créée par le British Film Institute (BFI) qui contient les titres de plus de cinq cent mille films et programmes de télévision, avec quatre cent mille noms de personnalités et cent cinquante mille organismes provenant de génériques associés. Outre ces informations de base, elle comprend plus de neuf mille entrées individuelles sur des festivals, prix, des conférences et des marchés ainsi que cinq mille six cents rubriques qui donnent accès à des articles périodiques disponibles dans la bibliothèque du BFI. **SIFT** détient également des informations sur environ cinq mille rubriques périodiques, avec une liste de thèmes individuels se trouvant dans la bibliothèque du BFI. Les articles

contenus dans **SIFT** concernant films, programmes de télévision, personnalités, organismes, festivals et sujets sont indexés à partir d'une large gamme de périodiques actuels. L'architecture de la base de données est relationnelle et les utilisateurs peuvent donc circuler aisément et efficacement dans les informations.

La couverture géographique de **SIFT** est mondiale. La couverture de l'information sur la télévision s'attache surtout au Royaume-Uni mais s'étend à d'autres programmes anglophones s'ils sont diffusés par la télévision britannique.

SIFT est quotidiennement mise à jour par une équipe qualifiée des Services d'information et de la bibliothèque du BFI qui font une entrée initiale dans **SIFT** lorsque l'information du début d'un film paraît dans la presse commerciale. Un choix de programmes de télévision (principalement des oeuvres de fiction et des documentaires) est également ajouté quotidiennement dans la base ainsi que des génériques, des critiques et des prix, etc., au fur et à mesure de la diffusion de l'information. Les documentalistes des Archives nationales du cinéma et de la télévision mettent également à jour la base tous les jours avec des compte-rendus de films et de programmes de télévision provenant de la Collection d'archives et de films documentaires vidéos disponibles au Royaume-Uni. Ainsi l'entrée des données est elle un processus constant qui vise à offrir des informations actuelles et actualisées aux utilisateurs.

SIFT est ouverte au public par le biais des visites à la salle de lecture du BFI à Londres, par l'achat d'un laissez-passer quotidien (environ £5) ou par un abonnement annuel (environ £25). Le BFI et les services de l'information et de la bibliothèque utilisent **SIFT** comme l'une de leurs sources d'information pour répondre aux demandes adressées par téléphone, fax et courrier. Les tarifs de ces services sont calculés individuellement selon la nature de la demande. Un CD-ROM, Film Index International, contenant plus de quatre-vingt-dix mentions de films de la base de données **SIFT**, de 1930 à ce

jour, est également disponible. Son prix se situe aux alentours de £1095 plus un supplément de £250 pour les mises à jour annuelles. Il est disponible auprès de Chadwyck-Healey Ltd, The Quorum, Barnwell Road, Cambridge, Angleterre.

TIS

(Training Information System)
Eureka Audiovisuel
5-7 Rue de la Bonté
B-1050 Bruxelles
Tél. (32) 2 538 0455
Fax (32) 2 538 0439
Contact :

Eric Leroy, Chef de projet

Union européenne
de Radio-Télévision
Ancienne Route 17A
Case Postale 67
CH-1218 Grand Saconnex
(Genève)
Tél. (41) 22 717 21 11
Fax (41) 22 717 24 81
Contact :

Ditmar Kopitz, Chef technicien

TIS a été créée par Eureka Audiovisuel et par l'Union européenne de Radio-Télévision pour offrir un soutien efficace aux professionnels de la télévision impliqués dans la formation. **TIS** contient des informations sur les centres de formation dans le secteur de l'audiovisuel et mentionne leur activité principale, les coordonnées et les références des contacts, les équipements informatiques et les matériels disponibles. Cette base de données comprend aussi des informations sur les experts invités : références, domaine de spécialisation, tarifs d'expert et adresses.

TIS est disponible sur une disquette haute densité 3,5" et peut être chargé sur des ordinateurs compatibles MS-DOS ou Windows. Le système fonctionne par menu et est complété par un manuel d'utilisation et une liste d'instructions.

La couverture géographique de la base de données est européenne et contient actuellement plus de cent centres de formation, les informations sont constamment mises à jour et une nouvelle version de **TIS** sortira au cours des prochains mois avec environ quatre cents centres de formation. **TIS** est gratuite et elle est complétée par une disquette et un manuel. Elle sera disponible sur Internet au cours de la deuxième partie de 1995.