

Strasbourg, le 29 juin 2026

**RÈGLEMENT DU PROGRAMME DE SOUTIEN
AU MARKETING DES FILMS ET AU DÉVELOPPEMENT DE L'AUDIENCE
2026 & 2027**

Sommaire

1. A propos de ce document	4
2. Informations générales sur le programme	4
2.1 Définitions	4
2.2 Objet du programme	5
2.3 Processus de décision	5
3. Appel à projets	6
3.1 Candidatures	6
3.2 Échéances	6
3.3 Devise et taux de change	6
3.4 Nouvelles soumissions	6
4. Critères d’éligibilité	7
4.1 Films éligibles	7
4.2 Critères d’exclusion	7
4.3 Projets et dépenses éligibles	8
4.4 Période de mise en œuvre	10
4.5 Éléments financiers	11
5. Sélection des projets	12
5.1 Procédure d’évaluation et de sélection	12
5.2 Critères de sélection	12
5.3 Notification et signature de la convention de soutien	13
5.4 Validité de la décision de soutien	14
6. Nature et montant du soutien financier	14
6.1 Montant	14
6.2 Paiement	14
6.3 Obligations de reporting	14
6.4 Droit d’audit	15
6.5 Comptabilité distincte	15
6.6 Comptes de recettes pour le soutien à la coproduction	15
7. Mention du soutien d’Eurimages	16
7.1 Génériques	16
7.2 Utilisation à des fins promotionnelles	16

8. Annulation du soutien.....	16
9. Règlement des litiges et interprétation	17
Annexe I : Documents à joindre à la candidature	18
Documents obligatoires.....	18
Documents non obligatoires.....	20
Annexe II : Éléments clés du film	20
Annexe III : Critères de sélection — Lignes directrices	21
Annexe IV : Budget synthétique estimatif et plan de financement	25
Annexe V : Modèle de convention de soutien.....	26

1. À propos de ce document

Le présent règlement régit le Programme de soutien au marketing de films et au développement de l'audience (FMAD) administré par Eurimages, le fonds culturel du Conseil de l'Europe. Il définit qui peut candidater, quelles dépenses sont éligibles, comment les projets sont évalués et quelles obligations découlent de l'octroi d'un soutien.

Pour les autres programmes de soutien d'Eurimages (Soutien à la coproduction, Soutien aux salles de cinéma), il convient de se référer aux règlements correspondants publiés sur le site internet d'Eurimages.

2. Informations générales sur le programme

2.1 Définitions

Les termes suivants ont une signification spécifique tout au long du présent règlement :

Terme	Définition
Société candidate	Le producteur délégué du Film éligible, tel que désigné dans la demande de Soutien à la coproduction.
Coproducteurs	Les autres sociétés de production qui sont ou seront signataires de la convention de soutien à la coproduction d'Eurimages.
Distributeurs	Sociétés de distribution intervenant dans la distribution du Film éligible à l'échelle nationale dans les États membres d'Eurimages et au-delà.
Film éligible	Long-métrage (fiction, animation ou documentaire) précédemment soutenu par Eurimages au titre du Programme de soutien à la coproduction.
Période de mise en œuvre	La période durant laquelle les activités et services éligibles doivent être réalisés. L'éligibilité est déterminée par la date de réalisation de l'activité ou du service, et non par la date de la facture correspondante (voir § 4.4).
Budget de production	Le budget de production du Film éligible tel que présenté dans la demande de Soutien à la coproduction ou annexé à la convention de Soutien à la coproduction.
Projet	L'ensemble des activités de marketing et de développement de l'audience décrites dans la candidature et mises en œuvre au titre du présent règlement.
Groupe(s) d'évaluation des projets	Le ou les groupes d'experts évaluant les Projets et formulant des recommandations de soutien au Comité de direction ou au Comité exécutif.
Agent de ventes	L'agence de ventes en charge des ventes internationales du Film éligible.
Date de la décision de soutien	La date à laquelle le Comité de direction ou le Comité exécutif rend sa décision de soutien.

2.2 Objet du programme

Le programme soutient les stratégies marketing innovantes visant à développer des publics pour les coproductions soutenues par Eurimages dans les États membres du Fonds et au-delà. Il poursuit quatre objectifs :

- (a) Promouvoir des solutions marketing innovantes pour les coproductions internationales ;
- (b) Encourager les producteurs à planifier le marketing et le développement de l'audience dès une étape précoce de la production ;
- (c) Développer les publics des films soutenus par Eurimages et accroître leur circulation et leur visibilité ;
- (d) Améliorer la coopération entre les producteurs et les professionnels du marketing (agents de ventes, distributeurs, agences de marketing et de communication).

Le programme soutient les activités de développement des publics réalisées avant la sortie du film.

Eurimages envisage de soutenir un nombre sélectionné de films selon le budget disponible¹ avec une subvention maximale de **50 000 € par film**.

2.3 Processus de décision

Les échéances, les formulaires de candidature, les modèles et les coordonnées sont publiés sur www.coe.int/eurimages. Les candidats potentiels sont invités à prendre contact avec le Secrétariat d'Eurimages pour toute information utile.

La procédure de sélection est la suivante :

- (a) Le Secrétariat évalue toutes les candidatures au regard des critères d'éligibilité énoncés à l'article 4 et fait rapport au Comité exécutif.
- (b) Les Projets éligibles sont évalués par un ou plusieurs Groupes d'évaluation des projets. Chaque Groupe applique les critères de sélection définis à l'article 5 et recommande des Projets pour soutien.
- (c) Le Comité de direction ou le Comité exécutif adopte les recommandations du ou des Groupes d'évaluation des projets.

¹ Soit un maximum de 15 films en 2026

3. Appel à projets

3.1 Candidatures

Les candidatures sont soumises à la Directrice exécutive ou au Directeur exécutif par la **Société candidate (producteur délégué)**, avec l'accord de l'ensemble des Coproducteurs et en coopération avec un Agent de ventes et, le cas échéant, un ou plusieurs Distributeurs établis dans les États membres d'Eurimages et au-delà.

Les candidatures doivent être déposées en ligne, **en anglais ou en français** (avec une traduction anglaise), via la plateforme <https://eurimages.smapply.io/>, accompagnées de l'ensemble des éléments énumérés à l'**annexe I**.

Les candidatures incomplètes et les candidatures émanant de sociétés répondant à un ou plusieurs des critères d'exclusion énumérés au § 4.2 sont écartées.

Les Projets ne respectant pas les critères d'éligibilité au moment du dépôt sont déclarés **inéligibles** par le Secrétariat.

La Directrice exécutive ou le Directeur exécutif peut procéder à toute vérification qu'il juge utile concernant le respect du présent règlement.

3.2 Échéances

Les dates limites de candidature sont fixées chaque année par le Comité de direction et publiées sur le site internet d'Eurimages ainsi que sur la plateforme en ligne. Les candidatures reçues après la date limite publiée ne sont pas examinées.

3.3 Devise et taux de change

Tous les montants sont exprimés en **euros**. Lorsque le budget comporte des dépenses dans d'autres devises, les candidats doivent appliquer le taux de change fixé par le Service de la trésorerie, des paiements et de la comptabilité du Conseil de l'Europe, tel que publié sur le site internet d'Eurimages : <https://www.coe.int/en/web/eurimages/deadlines>. Ce taux de change s'applique tout au long du cycle de vie du Projet.

3.4 Nouvelles soumissions

Une seule candidature peut être déposée par Film éligible. Les candidatures ne peuvent être retirées après dépôt.

Une candidature inéligible ou rejetée **ne peut être redéposée**, à une exception près : une candidature déclarée inéligible au seul motif qu'aucun contrat ou deal-memo signé avec un agent de ventes international n'était joint au moment du dépôt (voir § 4.1(c)) peut être redéposée à une échéance ultérieure.

4. Critères d'éligibilité

La Directrice exécutive ou le Directeur exécutif statue sur l'éligibilité au regard des critères ci-dessous et des informations fournies par les Sociétés candidates.

4.1 Films éligibles

Les critères suivants s'appliquent tout au long de la Période de mise en œuvre :

(a) Soutien préalable à la coproduction d'Eurimages. Le film doit avoir reçu la notification du soutien au titre du Programme de soutien à la coproduction **d'Eurimages au plus tard deux ans avant la date limite de candidature au FMAD** et continuer à être soutenu par ce programme pendant la Période de mise en œuvre. Une lettre officielle confirmant ce soutien doit avoir été reçue par le producteur délégué au moment de la candidature au FMAD.

Important : l'annulation du Soutien à la coproduction d'Eurimages entraîne automatiquement l'annulation de tout soutien FMAD accordé (voir § 8).

(b) Absence de présentation publique préalable. A la Date de la décision de soutien FMAD, le film ne doit pas avoir :

- été projeté dans un festival (en compétition, hors compétition ou dans toute autre section) ;
- été présenté lors d'une projection de marché ;
- entamé sa distribution commerciale dans un quelconque territoire.

(c) Agent de ventes. Un accord ou deal-memo signé avec un Agent de ventes international pour la distribution internationale du Film doit être joint à la candidature. À défaut, la candidature est déclarée inéligible mais peut être redéposée à une échéance ultérieure (voir § 3.4).

Les Sociétés candidates sont encouragées à candidater en coopération avec un ou plusieurs Distributeurs, sans que cela constitue un critère d'éligibilité.

4.2 Critères d'exclusion

Une candidature est écartée si la Société candidate, ses propriétaires ou toute personne disposant de pouvoirs de représentation ou de décision au sein de la société :

- (a) ont fait l'objet d'une condamnation par jugement définitif pour participation à une organisation criminelle, corruption, fraude, blanchiment d'argent, financement du terrorisme, infractions terroristes, travail des enfants ou traite d'êtres humains ;
- (b) se trouvent en situation de faillite, de liquidation, de cessation d'activité, d'insolvabilité ou de concordat avec leurs créanciers, ou font l'objet de procédures de même nature ;
- (c) ont été reconnus, par jugement définitif, coupables d'une infraction portant atteinte à leur intégrité professionnelle ou constitutive d'une faute professionnelle grave ;
- (d) se trouvent en situation de conflit d'intérêts, ou de conflit d'intérêts potentiel, à l'égard du Programme FMAD ou de l'un des prestataires de la Société candidate impliqués dans le Projet ;

- (e) ne sont pas en règle avec leurs obligations relatives au paiement des cotisations de sécurité sociale, des impôts et taxes en application des lois de leur pays d'établissement ;
- (f) constituent une entité créée pour contourner des obligations fiscales, sociales ou autres obligations légales (société-écran), ou ont créé ou créent une telle entité ;
- (g) ont été impliqués dans une mauvaise gestion de fonds du Conseil de l'Europe, d'Eurimages ou d'autres fonds publics ;
- (h) figurent sur les listes de personnes ou d'entités faisant l'objet de mesures restrictives appliquées par l'Union européenne (disponibles à l'adresse www.sanctionsmap.eu).

Pour les points (a), (b), (c) et (e), le Secrétariat peut exiger un certificat délivré par l'autorité compétente du pays d'établissement.

Le représentant légal de la Société candidate déclare également :

- (a) avoir obtenu l'accord des coproducteurs pour déposer une candidature ;
- (b) que les informations fournies à Eurimages / au Conseil de l'Europe dans le cadre de la présente procédure de candidature sont complètes, exactes et sincères ;
- (c) que les dépenses figurant dans le budget estimatif joint à la présente candidature n'ont pas été incluses dans le budget de production du film ;
- (d) que le plan de financement joint à la présente candidature recense l'ensemble des sources de financement du Projet connues au moment du dépôt ;
- (e) que les dépenses devant être financées par le soutien d'Eurimages ne sont pas couvertes par d'autres moyens, et qu'elles ne seraient pas non plus présentées à d'autres fonds publics établis dans les États membres d'Eurimages ou au programme Europe Créative — MEDIA ;
- (f) que la Société candidate et les coproducteurs sont des producteurs éligibles au sens de l'article 2.2 du Règlement du Programme de soutien à la coproduction applicable au Film ;
- (g) qu'il/elle informera Eurimages / le Conseil de l'Europe de tout changement relatif aux points ci-dessus.

Les Sociétés candidates doivent soumettre une déclaration signée confirmant qu'aucun des critères d'exclusion ci-dessus ne s'applique.

4.3 Projets et dépenses éligibles

4.3.1 Exigence d'activités minimales

Le Projet doit comporter **au moins deux** des catégories d'activité énumérées au § 4.3.2.

4.3.2 Catégories d'activités éligibles

Le soutien FMAD peut couvrir les dépenses éligibles découlant de la mise en œuvre d'un projet éligible pendant la Période de mise en œuvre.

Les catégories d'activités et de dépenses suivantes sont éligibles :

(i) Design d'audience : par exemple, analyse du scénario sous l'angle du positionnement audience, conseil en design d'audience.

(ii) Connaissance des publics et du marché : par exemple, conseil en données d'audience, étude des comportements du public, relecture externe des supports marketing, projections-tests. Le coût d'organisation et de réalisation des projections-tests est éligible ; en revanche, les coûts de production ou de postproduction qui en découlent (par exemple un remontage à la suite des retours d'une projection-test) restent inéligibles au titre du § 4.3.4(c).

(iii) Campagne de marketing numérique : par exemple, développement de site internet, campagnes sur les réseaux sociaux (y compris pendant les festivals), *community management*, campagne d'influenceurs, stratégie marketing et communication, audit marketing.

(iv) Création de ressources média et photographies de plateau.

(v) Presse et relations publiques (RP) : dépenses liées aux activités de presse et de RP jusqu'à et y compris la première présentation marché ou projection en festival du Film éligible. Les dépenses de presse et de RP relatives aux festivals ou marchés ultérieurs ne sont pas éligibles.

(vi) Événements de sensibilisation : événements axés sur le développement d'un public ou la constitution de communautés en lien avec le ou les sujets du film. Les événements doivent être spécifiquement conçus pour un public déterminé et directement intégrés aux autres axes de la stratégie marketing. Les réceptions, cocktails, rassemblements sociaux, événements standard de festival ou de marché et événements destinés exclusivement aux professionnels du film **ne sont pas éligibles.**

(vii) Versions linguistiques en dehors des pays coproducteurs (films pour enfants en prises de vues réelles uniquement) : sous-titrage et doublage dans le cadre d'un dispositif marketing cohérent dans les territoires cibles, le cas échéant en recourant à des technologies innovantes. Cette catégorie n'est ouverte qu'aux films classés et soutenus comme films pour enfants en prises de vues réelles par Eurimages au titre du Programme de soutien à la coproduction. Les coûts de versions linguistiques ne doivent pas déjà figurer dans le Budget de production et **ne peuvent excéder 20 % du montant total de la subvention FMAD.**

4.3.3 Règles d'achat et de facturation

L'ensemble des services doit être fourni par des prestataires externes (agences de marketing, sociétés de communication, consultants, etc.). Les services internes assurés par la Société candidate, les Coproducteurs, l'Agent de ventes ou les Distributeurs **ne sont pas éligibles.**

Toutes les factures doivent être émises directement à l'attention du producteur délégué par le prestataire externe. À des fins de contrôle et de transparence, la refacturation par les Agents de ventes ou les Distributeurs au producteur ne sera pas acceptée. Lorsqu'un Agent de ventes ou un Distributeur a précédemment commandé un service à un prestataire externe (par exemple un *promo reel* marché ou une étude d'audience), le producteur délégué doit commander et contractualiser ce service directement s'il entend l'imputer au soutien FMAD ; l'engagement initial du prestataire par l'Agent de ventes ou le Distributeur ne suffit pas à satisfaire à cette exigence.

Les dépenses doivent être justifiées par des pièces appropriées (devis, grilles tarifaires, documents explicatifs — voir annexe I).

4.3.4 Dépenses non éligibles

Les dépenses standard de ventes ou de distribution ne sont pas éligibles, pas plus que les services internes des producteurs, de l'agent de ventes ou des distributeurs.

Les coûts suivants **ne sont pas éligibles** au soutien FMAD :

- (a) déplacements, hébergement, indemnités journalières, repas ;
- (b) redevances et royalties de toute nature (visa, accréditation, adhésion, etc.) ;
- (c) coûts de production et de postproduction du film ;
- (d) frais de publicité, de promotion et de marketing déjà inclus dans le Budget de production ;
- (e) avances de ventes internationales ou de distribution / minima garantis ;
- (f) services internes assurés par la Société candidate, les Coproducteurs, l'Agent de ventes ou les Distributeurs ;
- (g) services liés aux réceptions, cocktails, buffets et tous services associés ;
- (h) services de développement, de livraison et de tests de logiciels ;
- (i) frais de préparation des documents de candidature ;
- (j) achat de biens ou de services sans lien avec le Projet ;
- (k) rémunération du capital, intérêts d'emprunts et frais financiers, intérêts dus ;
- (l) provisions pour pertes ou pour passifs futurs éventuels ;
- (m) créances douteuses ;
- (n) pertes de change ;
- (o) TVA, sauf si le bénéficiaire peut démontrer qu'il ne peut la récupérer en application de la législation nationale applicable ;
- (p) coûts déjà couverts par une autre subvention (voir § 4.5 sur le double financement) ;
- (q) dépenses excessives ou inconsidérées ;
- (r) frais généraux et de fonctionnement de la société de production, y compris les frais d'audit ;
- (s) frais d'entretien des institutions, organisations ou sociétés prestataires ;
- (t) dépenses relatives à la participation des sociétés à des festivals et marchés, y compris les frais d'accréditation.

4.4 Période de mise en œuvre

La Période de mise en œuvre détermine la fenêtre durant laquelle les activités et services éligibles doivent être réalisés :

- **Début** : la **date limite de candidature** au programme de soutien FMAD.
- **Fin (par défaut)** : trois mois après la première présentation marché ou projection en festival du Film éligible.
- **Fin (extension)** : la Période de mise en œuvre peut être prolongée de **six mois supplémentaires au maximum** (soit jusqu'à neuf mois après la première présentation marché ou projection en festival), lorsque le calendrier marketing soumis avec la candidature démontre que des activités éligibles significatives sont prévues au-delà de la date de fin par défaut.

Seules les activités et les services **réalisés pendant la Période de mise en œuvre** sont éligibles. **L'éligibilité est déterminée par la date à laquelle l'activité ou le service est réalisé, et non par la date de la facture**

correspondante. Les factures peuvent être émises et payées après la fin de la Période de mise en œuvre, sous réserve que l'activité ou le service sous-jacent ait été réalisé pendant celle-ci. A cet égard, **les factures doivent mentionner l'activité ou le service rendu ainsi que la date de prestation.**

4.5 Éléments financiers

4.5.1 Budget

Les candidatures doivent comporter un budget cohérent, exact, clair, complet et économiquement raisonnable, présenté sous forme synthétique et détaillée (voir le modèle figurant à l'annexe IV). Le budget doit indiquer clairement :

- le coût total des activités marketing prévues après la date de candidature au FMAD (colonne E), ventilé entre :
 - ✓ les dépenses qui seraient couvertes par le soutien FMAD d'Eurimages (colonne F) ;
 - ✓ les dépenses qui seraient couvertes par l'investissement propre du producteur ou par d'autres partenaires (colonne G) ;
- toute dépense liée au marketing déjà incluse dans le budget de production soumis pour la demande de soutien à la coproduction (colonne C - pour des raisons de transparence et afin démontrer l'absence de redondance des dépenses) ;
- toute dépense liée au marketing non incluse dans le budget de production ET engagée avant la date limite de candidature au FMAD (colonne D).

Cette ventilation permet au Groupe d'évaluation des projets d'apprécier la cohérence d'ensemble de la stratégie et la valeur ajoutée de la subvention FMAD, et aide le Secrétariat à vérifier la cohérence des dépenses présentées au stade de l'audit.

Toutes les dépenses doivent être étayées par les pièces appropriées telles que devis, grilles tarifaires et documents explicatifs (voir annexe I). Il convient d'indiquer clairement comment chaque ligne budgétaire se rapporte à une activité spécifique de la stratégie et du calendrier marketing, et préciser le prestataire externe ou l'agence responsable de chaque ligne.

Le budget doit être cohérent avec la stratégie et le calendrier marketing soumis au titre de l'annexe I.

4.5.2 Plan de financement

Les candidatures doivent comporter un plan de financement indiquant clairement **l'ensemble des sources de financement**, notamment :

- fonds publics (fonds nationaux, Europe Créative - MEDIA, etc.) ;
- sources privées ;
- fonds propres de la Société candidate, des Coproducteurs, de l'Agent de ventes ou des Distributeurs ;
- subvention FMAD demandée.

Les sources confirmées comme non confirmées doivent être listées.

4.5.3 Cumul des sources de financement (absence de double financement)

D'autres fonds publics (y compris Europe Créative - MEDIA) peuvent contribuer au financement du Projet, **à condition de ne pas couvrir les mêmes postes de dépenses** que la subvention FMAD d'Eurimages.

Concrètement : le Projet marketing pris dans son ensemble peut être financé par plusieurs sources, mais chaque ligne budgétaire spécifique ne peut être financée que par une seule source.

Eurimages peut partager des informations relatives à la candidature, y compris le budget et le plan de financement, avec d'autres fonds publics de ses États membres ou avec le programme Europe Créative - MEDIA.

4.5.4 Cofinancement

Le cofinancement par la Société candidate (et/ou par les Coproducteurs, l'Agent de ventes et les Distributeurs) au moyen de fonds propres ou de contributions de tiers est considéré comme un atout dans l'évaluation, **sans être obligatoire**.

5. Sélection des projets

5.1 Procédure d'évaluation et de sélection

La Directrice exécutive ou le Directeur exécutif fournit au(x) Groupe(s) d'évaluation des projets une analyse systématique de chaque Projet éligible.

Chaque Groupe d'évaluation des projets est composé de **cinq membres** : quatre experts externes intervenant dans les domaines des festivals, de la distribution, des ventes internationales ou du marketing cinématographique, ainsi qu'un membre du Comité de direction d'Eurimages.

Le Groupe est conseillé par un membre du Secrétariat d'Eurimages, qui apporte des informations sur les Films éligibles (financement, état d'avancement de la production, profil et parcours des producteurs et partenaires). Le Groupe est présidé par le Président ou la Présidente d'Eurimages, par la Directrice exécutive ou le Directeur exécutif ou son adjoint/adjointe.

Le Groupe procède à une analyse comparative des Projets éligibles et recommande des Projets pour soutien. Le Comité de direction ou le Comité exécutif adopte les recommandations.

5.2 Critères de sélection

Les candidatures qui satisfont aux critères d'éligibilité et de complétude du dossier sont évaluées par le Groupe d'évaluation des projets selon les cinq critères de sélection suivants. Chaque critère est noté sur une échelle de 0 à 20.

Des lignes directrices d'application de chaque critère figurent à l'annexe III.

#	Critère de sélection	Points
(1)	Stratégie, ciblage du public et points de différenciation	20
(2)	Dimension transnationale et supports promotionnels associés	20
(3)	Collaboration et capacité professionnelle des parties impliquées	20
(4)	Cohérence et faisabilité du budget	20
(5)	Pertinence du calendrier et capacité de mise en œuvre	20
	Total	100

Considérations transversales : dans l'application de l'ensemble des critères de sélection, le Groupe d'évaluation prend en compte les objectifs généraux du Fonds en matière de diversité, d'égalité de genre et d'inclusion, ainsi que de durabilité environnementale.

5.3 Notification et signature de la Convention de soutien

À l'issue du processus de sélection, l'ensemble des candidats ayant déposé un Projet éligible sont informés par écrit de la décision et des étapes suivantes.

Les Sociétés candidates retenues sont invitées à signer une convention de soutien (voir **annexe V**). Il est vivement recommandé aux candidats de lire attentivement le projet de convention, notamment ses dispositions relatives au paiement et au *reporting*.

La stratégie initiale et les éléments financiers présentés dans la candidature **ne peuvent faire l'objet d'une modification substantielle** sans accord préalable de la Direction exécutive d'Eurimages. Eurimages se réserve le droit d'annuler tout ou partie de la subvention si les modifications font perdre au Projet sa qualification de Projet éligible avec dépenses éligibles.

Sont considérées comme des **modifications substantielles** soumises à accord écrit préalable :

- toute modification du périmètre, de la nature ou du nombre de catégories d'activités éligibles ;
- toute modification importante du budget FMAD résultant de ce qui précède ;
- tout changement de prestataire externe ayant joué un rôle significatif dans l'évaluation de la candidature.

Les ajustements mineurs au sein d'une même catégorie d'activité (par exemple, des transferts entre sous-postes au sein de la « campagne de marketing numérique ») ne sont pas soumis à accord préalable, à condition que le budget total et la stratégie d'ensemble restent inchangés. En cas de doute, la Société candidate doit prendre contact avec le Secrétariat d'Eurimages avant toute mise en œuvre.

5.4 Validité de la décision de soutien

La convention de soutien doit être signée **dans un délai de six mois** à compter de la date de notification de la décision d'attribution, et **avant** la première présentation marché ou projection en festival du Film éligible.

La première présentation marché ou projection en festival doit intervenir **dans un délai de trois ans** à compter de la date de signature de la convention de soutien.

Le non-respect de l'une ou l'autre de ces échéances entraîne **l'annulation de la subvention**, le remboursement des montants déjà versés et la redistribution des fonds.

Pour des motifs dûment justifiés, la Directrice exécutive ou le Directeur exécutif peut prolonger ces délais.

6. Nature et montant du soutien financier

Le soutien au marketing de films et au développement de l'audience prend la forme d'une subvention non remboursable.

6.1 Montant

La Société candidate peut solliciter un soutien d'un montant maximal de 50 000 €.

La subvention ne peut excéder le total des dépenses éligibles effectivement réalisées telles qu'examinées par le Groupe d'évaluation des projets. Si les dépenses éligibles effectivement réalisées sont inférieures au montant accordé, la subvention est réduite à due concurrence.

La subvention ne peut générer un bénéfice pour la Société candidate.

6.2 Paiement

La subvention est versée en **deux tranches** :

- **60 %** à la signature de la convention de soutien ;
- **40 %** après la première présentation marché ou projection en festival, et après acceptation par Eurimages des rapports finaux narratif et financier (voir § 6.3).

Les paiements sont effectués sur un seul compte bancaire au nom de la Société candidate, en euros, dans un délai de vingt jours ouvrés suivant la signature de l'autorisation de paiement.

6.3 Obligations de reporting

La Société candidate devra tenir le Secrétariat d'Eurimages régulièrement informé de la mise en œuvre du Projet, et plus particulièrement de la date et des conditions de la première présentation marché ou projection en festival.

À l'issue du Projet, la Société candidate fournit :

(a) Un rapport narratif final sur la mise en œuvre des activités, comprenant, le cas échéant, des liens téléchargeables vers les supports produits (photos, visuels, études, etc.) et des données sur la circulation, les ventes et les entrées. Un modèle est disponible sur le site internet d'Eurimages.

(b) Un rapport financier final comprenant le plan de financement final et l'état des dépenses, certifié par un expert-comptable, un commissaire aux comptes ou un auditeur indépendant (indépendant à la fois de la Société candidate et de l'Agent de ventes). Le total des coûts (colonne E du modèle de budget) et le total du financement (colonne B du modèle de plan de financement) doivent faire l'objet d'un audit.

Précision pour les sociétés candidates : le rapport financier doit couvrir l'intégralité des coûts et financements du projet, et pas seulement la part financée par Eurimages. Cette exigence permet à Eurimages de vérifier l'absence de double financement et d'apprécier la cohérence d'ensemble de la mise en œuvre du Projet.

Échéance : les rapports finaux doivent être soumis au plus tard **trois mois après la fin de la Période de mise en œuvre**. Lorsque la Période de mise en œuvre par défaut s'applique, ce délai correspond à six mois après la première présentation marché ou projection en festival. En cas de prolongation accordée au titre du § 4.4, le délai de *reporting* est étendu d'autant (jusqu'à douze mois après la première présentation marché ou projection en festival). La Directrice exécutive ou le Directeur exécutif peut prolonger ce délai pour des motifs dûment justifiés.

6.4 Droit d'audit

Les bénéficiaires du soutien d'Eurimages autoriseront Eurimages à auditer, par l'intermédiaire d'un auditeur indépendant de son choix, les comptes et registres relatifs au Projet. Eurimages est en droit de demander, dans des conditions raisonnables, des copies des justificatifs comptables des recettes et dépenses afférentes au Projet.

La Directrice exécutive ou le Directeur exécutif peut procéder à toute vérification qu'il juge utile concernant la conformité du Projet au Règlement du soutien à la coproduction d'Eurimages et au présent Règlement de soutien FMAD.

6.5 Comptabilité distincte

La Société candidate doit tenir une comptabilité analytique distincte des coûts de production du Film éligible afin de suivre les dépenses FMAD.

6.6 Comptes d'exploitation pour le soutien à la coproduction

Le cas échéant, les comptes d'exploitation soumis pour le remboursement du Soutien à la coproduction d'Eurimages doivent indiquer clairement l'ensemble des dépenses, y compris celles financées par le Programme FMAD. Les dépenses financées par le FMAD ne sont pas considérées comme déductibles dans le calcul des montants à rembourser.

7. Mention du soutien d'Eurimages

7.1 Génériques

Conformément au Règlement du soutien à la coproduction, le logo d'Eurimages doit apparaître clairement et visuellement aux **génériques de début et de fin du film**. Pour le générique de début, un logo Eurimages unique couvrant à la fois le Soutien à la coproduction et le Soutien FMAD est admis.

Au **générique de fin**, la Société candidate et les Coproducteurs doivent inclure la mention : « **Soutien d'Eurimages au marketing de films et au développement de l'audience** », placée soit après la mention du Soutien à la coproduction, soit selon l'ordre d'importance des contributions financières. Dans la mesure du possible, les noms de la Directrice exécutive ou du Directeur exécutif et des chargé-e-s de projet responsables doivent également être mentionnés.

Toutes les mentions de générique sont soumises à l'accord d'Eurimages.

7.2 Utilisation à des fins promotionnelles

La Société candidate et les Coproducteurs :

- reconnaissent à Eurimages le droit d'utiliser, en partie ou en totalité, les supports promotionnels produits pour le film, ainsi que le titre du film, à titre gracieux et à des fins de publicité (y compris sur les réseaux sociaux), dans le cadre des activités d'Eurimages ;
- s'engagent à coopérer avec Eurimages dans le cadre de toute initiative organisée pour promouvoir les films soutenus par Eurimages, y compris les opérations menées avec les réseaux de salles et la promotion sur les réseaux sociaux.

8. Annulation du soutien

Le soutien d'Eurimages est annulé et / ou immédiatement exigible si :

- (a) la Société candidate manque aux obligations énoncées dans le présent règlement ou dans la convention de soutien ; ou
- (b) la Société candidate a fait des déclarations fausses ou trompeuses dans sa candidature ou dans toute autre correspondance.

Annulation automatique : l'annulation du Soutien à la coproduction d'Eurimages accordé au Film éligible entraîne automatiquement l'annulation de la subvention FMAD.

9. Règlement des litiges et interprétation

- a) **Aucun recours** ne peut être formé contre une décision du Comité exécutif refusant une demande de soutien financier.
- b) Tout litige relatif à l'exécution d'une convention conclue en application du présent Règlement est soumis, à défaut de règlement amiable entre les parties, à un **Tribunal arbitral** composé de deux arbitres, désignés chacun par l'une des parties, et d'un arbitre président, désigné par les deux autres arbitres. Si l'arbitre président n'est pas désigné dans les conditions ci-dessus dans un délai de six mois, le Président du Tribunal judiciaire de Strasbourg procède à la nomination.
- c) Toutefois, les parties peuvent soumettre le litige à un arbitre unique choisi par elles d'un commun accord ou, à défaut, désigné par le Président du Tribunal judiciaire de Strasbourg.
- d) Le Tribunal visé au paragraphe 9.b) ou, le cas échéant, l'arbitre visé au paragraphe 9.c), détermine la procédure à suivre.
- e) À défaut d'accord entre les parties sur le droit applicable, le Tribunal ou, le cas échéant, l'arbitre, statue ex aequo et bono, en se référant aux principes du droit ainsi qu'aux usages en vigueur dans le secteur cinématographique et audiovisuel.
- f) La sentence arbitrale est définitive et lie les parties.
- g) Le Comité de direction se réserve le droit d'interpréter et de modifier le présent Règlement.
-

Annexes

Annexe I : Documents à joindre à la candidature

Documents obligatoires

1. Formulaire de candidature en ligne dûment complété.

2. Un contrat ou deal-memo signé avec un agent de ventes internationales pour la distribution internationale du film (voir § 4.1(c)).

3. Une description détaillée de la stratégie de marketing et de développement de l'audience et des activités prévues (environ 5 pages, 10 pages maximum).

Ce document doit présenter une vue d'ensemble de la stratégie globale, et non uniquement des activités à financer par Eurimages, en mettant l'accent sur la manière dont le financement d'Eurimages permettrait d'aller plus loin et d'atteindre un engagement plus important du public. Le niveau de détail peut varier selon le stade d'avancement du projet.

Ce document doit être préparé en collaboration avec les professionnels du marketing impliqués dans le Projet (agent de ventes, distributeurs, agences de communication et de marketing...) et contresigné par l'agent de ventes (environ 5 pages, 10 pages maximum).

Cette description doit démontrer :

- une stratégie globale et innovante témoignant d'une réflexion précoce sur le positionnement et le marketing du film ;
- le potentiel transnational de la stratégie proposée à travers plusieurs États membres d'Eurimages et au-delà ;
- la qualité de la stratégie conjointe des producteurs, des agents de ventes et, le cas échéant, des distributeurs.

Elle peut comporter :

- un plan de développement de l'audience et des informations sur la méthodologie utilisée pour le préparer ;
- des informations sur le positionnement préliminaire et les publics cibles du Film ;
- une brève analyse des forces, faiblesses, opportunités et menaces du Projet, qui peut être complétée par un benchmark avec d'autres films récents ;
- une description des activités prévues ou en cours dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie de marketing et de développement de l'audience, en soulignant les solutions innovantes destinées à développer le public et la distribution ;
- une description des bénéfices de la stratégie conjointe envisagée pour l'ensemble des parties prenantes : comment la coopération sur la stratégie de marketing et de distribution entre le producteur délégué, les coproducteurs, l'agent de ventes international et les distributeurs impliqués peut-elle améliorer la distribution transnationale et la portée auprès des publics ;

- des informations sur la stratégie préliminaire en festivals et sur les marchés.

Le candidat est libre d'adapter ce qui précède ou d'ajouter toute information jugée pertinente dans le contexte de ce programme de soutien.

4. Un calendrier marketing présentant les activités prévues par ordre chronologique.

Pour chaque activité, le calendrier doit indiquer : le calendrier prévu (mois / trimestre), la partie responsable (producteur, agent de ventes, distributeur, agence) ainsi que la ligne budgétaire et l'activité correspondantes mentionnées dans la stratégie. Le calendrier doit couvrir l'ensemble de la Période de mise en œuvre et illustrer les interactions entre les différentes activités et les différents partenaires.

Le calendrier doit être soumis sous la forme d'un document distinct (2 pages maximum).

5. Les éléments clés du Film éligible (voir annexe II), notamment :

- la déclaration relative au **stade de production** (Pré-production, Tournage, Post-production, Achievé - non encore projeté) ;
- la phrase d'accroche (logline) ;
- le synopsis court (150 mots maximum) ;
- la biographie du réalisateur (50 mots maximum) ;
- les principaux comédiens et l'équipe artistique ;
- le genre ;
- le ou les publics cibles ;
- les points de différenciation (USP) du film.

Un **pitch deck** reprenant les éléments ci-dessus peut être fourni mais n'est pas obligatoire.

6. Lettres d'intention émanant des agences de marketing et de communication, comprenant de courts profils des sociétés avec liens vers leurs sites internet. Dans la mesure du possible, les profils des sociétés doivent être consolidés en un seul document afin de faciliter l'examen.

7. Un budget estimatif (en devise locale et en euros) tel que décrit au § 4.5, en utilisant le modèle figurant à l'annexe IV, indiquant clairement le coût total des actions marketing (colonne E) à compter de la date de candidature au FMAD, les dépenses déjà engagées avant la date de candidature (colonne D), les coûts à couvrir par la subvention FMAD (colonne F), ainsi que les coûts déjà inclus dans le budget de production (colonne C, à des fins de transparence). Le taux de change applicable est celui fixé par le Conseil de l'Europe et publié sur le site internet d'Eurimages.

8. Pièces justificatives des dépenses (devis, grilles tarifaires, documents explicatifs). Les pièces doivent être suffisamment détaillées pour justifier les dépenses devant être couvertes par le soutien d'Eurimages. Seules les pièces relatives aux dépenses pour lesquelles le financement d'Eurimages est demandé doivent être jointes ; des pièces complémentaires peuvent toutefois être fournies.

9. Un plan de financement tel que décrit au § 4.5, listant l'ensemble des sources de financement (confirmées ou non, publiques ou privées), en utilisant le modèle figurant à l'annexe IV.

10. Supports visuels illustrant la stratégie proposée (en particulier pour les films déjà en tournage) : liens vers photos, vidéos, extraits, bandes-annonces, brochures, etc.

11. Déclarations de représentation, relatives aux critères d'exclusion et à l'absence de double financement (voir § 4.2).

Documents non obligatoires

12. La dernière version du scénario en anglais.

13. Deal-memo ou lettres d'intention émanant des Distributeurs impliqués dans le projet (le cas échéant).

14. Tout autre élément créatif utile à l'évaluation (en anglais ou avec sous-titres anglais).

15. Liens vers les œuvres précédentes pertinentes du réalisateur (en anglais ou avec sous-titres en anglais).

Annexe II : Éléments clés du film

[La liste ci-dessous est fournie à titre indicatif. À compléter via la plateforme de candidature en ligne.]

Identité du film et Détails de production	Détails
Titre en anglais	
Titre original	
Référence Eurimages Coproduction	
Nom et coordonnées de la Société candidate	
Type (Animation, Documentaire, Fiction)	
Genre (Drame, Comédie, Film pour enfants...)	
Durée estimée (minutes)	
Langue(s) de tournage	
Budget de production (EUR)	
Date prévue de début du tournage	
Stade de production au moment de la candidature FMAD	☐ Pré-production ☐ En tournage ☐ Post-production ☐ Achievé (non encore projeté)
Date prévue d'achèvement / date de production du DCP final	
Le film est-il une adaptation d'une œuvre existante ? • Titre de l'œuvre originale • Type de matériau d'origine (roman, BD, jeu vidéo...) • Nom de l'auteur de l'œuvre originale	
Logline (400 caractères)	
Synopsis (1 500 caractères)	

Budget Marketing et Développement de l'Audience	Détails
Budget Total FMAD (EUR)	
Budget FMAD directement payé par le producteur (EUR)	
Montant du soutien FMAD demandé à Eurimages (EUR)	

Distribution et Ventes	Détails
Agent de ventes internationales	
Date de signature du contrat de ventes ou du deal-memo	
Date prévue de la première en festival / sur le marché	

Distributeur confirmé	Territoire	Date de sortie en salles estimée

Équipe artistique			
Nom	Rôle	Nationalité/Résidence	Genre
	Réalisateur		
	Scénariste		
	Comédien (1st / 2 nd / 3rd roles)		
	Compositeur, etc.		

Annexe III : Critères de sélection — Lignes directrices

Une appréciation favorable est portée aux Projets qui veillent à la **diversité et à l'équilibre entre les genres** et qui ont pris des mesures pour **réduire leur impact environnemental**.

#	Critère	Pts	Explications	Documents clés
(1)	Stratégie, ciblage du public et points de différenciation	20	La question centrale est de savoir si le candidat a réfléchi avec soin à l'identité du public, aux moyens de l'atteindre, et à l'adéquation des activités proposées à ce film en particulier. La stratégie doit s'enraciner	Éléments clés du film Document détaillé de stratégie

#	Critère	Pts	Explications	Documents clés
			dans les points de différenciation (USP) identifiés du film. La candidature doit identifier des publics cibles précis et montrer comment la stratégie répond à leurs caractéristiques, à leurs habitudes et à leur accessibilité. Le lien entre les activités B2B (par exemple, l'analyse de l'agent de ventes, l'étude de marché) et l'effet recherché sur les publics (B2C) doit être clairement explicité. L'innovation est valorisée mais entendue largement. Elle peut prendre la forme d'une segmentation d'audience fondée sur des données, de campagnes ciblées de constitution de communautés, d'un usage créatif de plateformes émergentes, de partenariats hors du secteur traditionnel du cinéma ou d'approches inédites pour mobiliser des publics peu touchés. L'usage innovant d'outils existants est valorisé au même titre que l'adoption de nouvelles technologies. Une stratégie générique applicable à n'importe quel film, ou s'appuyant sur des mots à la mode sans contenu, sera mal notée. Les stratégies qui dépassent le public établi du cinéma d'auteur (par exemple les démographies plus jeunes, les publics des plus petits territoires ou les communautés liées au sujet du film) feront l'objet d'une attention particulière. L'attention portée à la diversité des publics - géographique, démographique et culturelle - est valorisée.	Calendrier marketing Résumé d'une page du film ou <i>pitch deck</i> Lettres d'intention des prestataires

#	Critère	Pts	Explications	Documents clés
(2)	Dimension transnationale et supports promotionnels associés	20	La candidature doit montrer comment les ressources média créées peuvent être partagées et comment certains éléments spécifiques de la stratégie peuvent être adaptés selon les territoires. Elle doit démontrer comment les activités proposées soutiennent le potentiel transnational du film et apportent une valeur ajoutée. La qualité, l'existence et la direction artistique des supports promotionnels (notamment photos, ressources média, créations graphiques et éléments audiovisuels) sont évaluées au titre de ce critère. Ces supports sont le principal vecteur de la portée transnationale. Les candidats à un stade plus avancé de la production doivent fournir des éléments visuels concrets (par exemple, briefs, maquettes, direction artistique), et non de simples descriptions. Les candidats à un stade plus précoce doivent présenter une direction créative claire pour le développement des supports, en montrant comment ces supports seront conçus pour s'adapter aux différents territoires.	Document détaillé de stratégie Supports visuels déjà produits et / ou description des supports visuels prévus
(3)	Collaboration et capacité professionnelle	20	La stratégie doit être préparée par des professionnels du marketing du film, en collaboration réelle avec l'ensemble des sociétés impliquées. La candidature doit montrer comment chaque partenaire a contribué à la définition de la stratégie. Le parcours des sociétés impliquées doit démontrer leur capacité à maximiser la circulation de films indépendants et de cinéma d'auteur. Dans la mesure du possible, les candidats doivent fournir des éléments	Document détaillé de stratégie Accord ou deal-memo signé avec l'agent de ventes Lettres d'intention des

#	Critère	Pts	Explications	Documents clés
			concrets sur les résultats obtenus auprès des publics (par exemple, entrées, indicateurs d'engagement, portée de la distribution) plutôt qu'une simple liste de projets. Les nouveaux entrants disposant d'un parcours plus restreint peuvent compenser cet écart par des éléments plus solides sur la qualité de la collaboration et par des notes plus élevées sur les autres critères. L'évaluation privilégie les preuves de compétence professionnelle plutôt que la taille ou le positionnement de marché des sociétés impliquées.	distributeurs (le cas échéant) Profil courts de l'ensemble des sociétés impliquées
(4)	Cohérence et faisabilité du budget	20	Le budget doit être adapté aux activités prévues. La solidité des sources de financement confirmées et l'existence d'un cofinancement ou d'un investissement propre peuvent être valorisées. Les lignes budgétaires doivent être clairement reliées à des activités et à des prestataires précis. Les montants doivent être raisonnables ; les coûts gonflés pour des livrables courants (par exemple, des packages de créations graphiques disproportionnés et non justifiés) seront signalés.	Plan de financement Budget estimatif Pièces justificatives des dépenses
(5)	Pertinence du calendrier et capacité de mise en œuvre	20	Le calendrier de production doit permettre une stratégie de marketing et de développement de l'audience en temps voulu. Le calendrier marketing doit être réaliste, bien séquencé et aligné sur le calendrier de production et de sortie du film. Les Projets dont le calendrier permet une stratégie précoce et intégrée, où les actions	Document de stratégie détaillé Éléments clés du film Calendrier marketing

#	Critère	Pts	Explications	Documents clés
			marketing débutent avant le tournage, feront l’objet d’une attention particulière. Le calendrier marketing doit démontrer que les activités proposées peuvent être réalisées dans la période de mise en œuvre (§ 4.4). Lorsqu’une prolongation pourrait s’avérer nécessaire, celle-ci doit être anticipée et justifiée dans le calendrier marketing.	

Annexe IV : Budget synthétique estimatif et plan de financement

[Format du modèle : le modèle Excel est disponible sur la [page du programme FMAD](#)]

		Dépenses de marketing et de développement de l'audience				
Taux de change du Conseil de l'Europe (1) : 1 € =	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR	EUR
Description de l'activité	Nom du prestataire de services / de l'agence (2)	Dépenses incluses dans le budget de production soumis à Eurimages (3)	Dépenses non incluses dans le budget de production ET engagées avant la date limite de dépôt FMAD (4)	Budget prévisionnel du projet FMAD		
				Budget FMAD total À PARTIR de la date de dépôt FMAD (= F+G)	Dont dépenses financées par Eurimages	Dont dépenses financées par le producteur ou d'autres parties
A	B	C	D	E	F	G
Design d'audience				- €		
				- €		
				- €		
Étude d'audience et de marché				- €		
				- €		
				- €		
Campagne de marketing numérique				- €		
				- €		
				- €		
Création de ressources média et photos de plateau				- €		
				- €		
				- €		
Presse et relations publiques				- €		
				- €		
				- €		
Événements de sensibilisation et de mise en réseau				- €		
				- €		
				- €		
Versionnage linguistique (hors pays coproducteurs, uniquement films pour enfants en prises de vues réelles)				- €		
				- €		
				- €		
				- €		
Total général		- €	- €	- €	- €	- €

(1) Voir l'article 3.3 du règlement du soutien FMAD ainsi que www.coe.int/en/web/eurimages/deadlines.

Le total doit être égal au total du financement

Maximum 50 000 €

(2) Nom du prestataire de services ou de l'agence responsable de l'activité. Les services internes assurés par la société candidate, les coproducteurs, l'agent de ventes ou les distributeurs ne sont pas éligibles.

(3) Lister ici tous les postes déjà inclus dans le budget de production joint à la candidature au soutien à la coproduction Eurimages (par ex. EPK, photos de plateau, publicité et presse, conception graphique, bandes-annonces, etc.).

(4) Lister ici tous les postes non inclus dans le budget de production joint à la candidature au soutien à la coproduction Eurimages mais déjà engagés avant la date limite de dépôt FMAD.

A	B
Plan de financement	
du budget de marketing et de développement de l'audience	
Taux de change du Conseil de l'Europe (1) : 1 € =	
Nom des financeurs	Euros
Fonds publics	
Eurimages (= colonne F du budget)	
Programme Europe Créative – MEDIA	
Fonds national	
Sources privées	
Investissements propres	
Total général	

Annexe V : Modèle de convention de soutien

[Pour information : le modèle de convention de soutien FMAD est disponible sur la [page du programme FMAD](#)]

