

Soutien au marketing des films et au développement de l'audience 2026 & 2027

Foire aux questions

Dernière mise à jour : 30 juin 2026

A. Le programme et qui peut faire une demande

1. Quel est l'objectif du Programme de soutien au marketing des films et au développement de l'audience ?

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

- promouvoir des solutions marketing innovantes pour les coproductions internationales ;
- encourager les producteurs à planifier le marketing et le développement des publics dès les premières étapes de la production ;
- développer les publics des films soutenus par Eurimages et accroître leur circulation et leur visibilité ;
- améliorer la coopération entre les producteurs et les professionnels du marketing (agents de vente, distributeurs, agences de marketing et de communication).

Le programme soutient les activités de développement des publics avant la sortie du film. Les exploitations dérivées (livres, merchandising, etc.) destinées à accompagner la sortie sortent du champ d'application du soutien d'Eurimages.

2. Qui peut demander ce soutien ?

Le producteur délégué (la Société candidate) d'un film ayant reçu le soutien à la coproduction d'Eurimages peut faire une demande. La demande est soumise avec le consentement de l'ensemble des coproducteurs et en coopération avec un agent de ventes internationales et, le cas échéant, un ou plusieurs distributeurs.

3. Pourquoi ce soutien est-il accordé aux producteurs et non aux agents de vente ou aux distributeurs ?

L'activité principale d'Eurimages est de soutenir les producteurs dans le cadre du Programme de soutien à la coproduction. L'un des principaux objectifs du programme FMAD est d'encourager les producteurs à réfléchir au marketing et au développement des publics, et à prendre les mesures appropriées, le plus tôt possible dans la production.

De plus, le soutien d'Eurimages ne peut être accordé qu'aux sociétés établies dans ses États membres. Un film soutenu au titre de la coproduction peut avoir un agent de ventes internationales établi en dehors des États membres, et au moment de recevoir le soutien à la coproduction, les producteurs n'ont pas nécessairement de distributeurs attachés au film.

B. Films éligibles et calendrier de la demande

4. Quels types de projets sont éligibles à ce programme ?

Seuls les films ayant précédemment reçu le soutien du Programme de soutien à la coproduction d'Eurimages sont éligibles. Il n'y a pas de restriction de genre.

Deux conditions supplémentaires s'appliquent (art. 4.1). D'une part, la notification du soutien à la coproduction ne doit pas dater de plus de deux ans lors de la date limite de dépôt de la demande FMAD, et ce soutien doit être maintenu pendant toute la période de mise en œuvre. D'autre part, à la date de décision de soutien FMAD, le film ne doit pas avoir été projeté en festival (dans quelque section que ce soit), ni présenté lors d'un marché, ni être entré en distribution commerciale dans aucun territoire.

5. Puis-je demander ce soutien si mon film a reçu le soutien à la coproduction il y a plusieurs années ?

En vertu de l'art. 4.1(a), la notification du soutien à la coproduction ne doit pas dater de plus de deux ans à la date limite de dépôt de la demande FMAD.

L'un des objectifs du programme est d'encourager les producteurs à réfléchir au marketing et au développement des publics à un stade précoce, en étroite collaboration avec des professionnels du marketing. Il est donc possible de faire une demande tardivement dans le processus de production, mais cela pourrait ne pas être considéré comme un avantage par les membres du Groupe d'évaluation des projets, selon la stratégie présentée.

6. Dois-je avoir un agent de ventes internationales attaché à mon projet pour postuler ?

Oui. Un contrat signé ou un mémorandum d'entente (memo deal) avec un agent de ventes internationales pour la distribution internationale du film doit être joint à la demande (art. 4.1(c)). Il s'agit d'un critère d'éligibilité.

Une demande déclarée inéligible uniquement en raison de l'absence de ce document, et par ailleurs éligible, pourra être soumise à nouveau lors d'une échéance ultérieure.

7. Est-il obligatoire d'avoir des distributeurs attachés au moment de la demande ?

Non. Les candidats sont encouragés à postuler en coopération avec un ou plusieurs distributeurs lorsque cela est possible, mais ce n'est pas un critère d'éligibilité. En revanche, disposer d'un agent de ventes internationales avec un contrat ou un mémorandum d'entente signé est obligatoire.

8. Puis-je demander ce soutien si mon film est déjà sorti dans certains territoires ?

Non. À la date de décision du soutien, le film ne doit être entré en distribution dans aucun territoire, ni avoir été projeté en festival ni présenté sur un marché. Le soutien est destiné aux activités de marketing menant à la première présentation dans un marché ou en festival, celle-ci incluse.

9. Puis-je demander ce soutien si le film n'a pas encore été projeté en première, mais le sera avant la date limite ou la date d'examen ?

L'absence de présentation publique préalable est un critère d'éligibilité, apprécié à la date de décision de soutien. Un film déjà sorti en première, ou qui le sera avant cette date, ne remplit pas la condition. Ces critères sont fixés par le Comité de direction d'Eurimages.

C. Financement, paiement et échéances

10. Quel montant un projet peut-il recevoir ?

Jusqu'à un maximum de 50 000 € sous forme de subvention non remboursable. Le montant accordé dépend des activités proposées et du budget, et ne peut excéder les dépenses éligibles réelles. La subvention ne peut générer de bénéfice pour la Société candidate. Si les dépenses éligibles réelles sont inférieures au montant accordé, la subvention est réduite en conséquence.

11. Comment le soutien financier est-il versé ?

En deux tranches (art. 6.2) : 60 % après la signature de la convention de soutien, et les 40 % restants après la première présentation dans un marché ou projection en festival et après acceptation par Eurimages des rapports narratif et financier finaux. Les paiements sont effectués sur un compte bancaire unique au nom de la Société candidate, en euros, dans les vingt jours ouvrés suivant la réception de l'autorisation de paiement signée.

12. Quand puis-je demander ce soutien ?

Après avoir reçu le soutien à la coproduction d'Eurimages et avant la première projection en festival ou présentation dans un marché du film. Les dates limites sont fixées par le Comité de direction et publiées sur le site d'Eurimages et sur la plateforme en ligne. À partir de 2027, le programme passe à une structure d'appels biannuelle, avec deux dates limites par an.

D. Activités et dépenses éligibles, et budget

13. Quelles activités et dépenses sont éligibles ?

Le soutien FMAD peut couvrir les dépenses éligibles découlant du projet pendant la période de mise en œuvre. Sept catégories d'activités sont éligibles (art. 4.3.2) :

- design d'audience (p. ex. évaluation du scénario au regard du positionnement du projet, conseil en design d'audience) ;
- connaissance des publics et du marché (p. ex. recherche sur les publics, examen externe des supports marketing, projections-tests) ;
- campagne de marketing numérique (p. ex. site web, campagnes sur les réseaux sociaux y compris pendant les festivals, gestion de communauté, campagnes d'influence, stratégie et audit marketing) ;
- création de ressources média et photographies de plateau ;
- presse et relations publiques, jusqu'à la première présentation dans un marché ou projection en festival, celle-ci incluse (la presse et les relations publiques pour les festivals ou marchés ultérieurs ne sont pas éligibles) ;
- événements de sensibilisation axés sur le développement des publics ou de communautés en lien avec le sujet du film (les réceptions, cocktails, événements standards de festival ou de marché, et les événements réservés aux professionnels ne sont pas éligibles) ;
- versions linguistiques en dehors des pays de coproduction, pour les films pour enfants en prises de vues réelles uniquement, plafonnées à 20 % de la subvention totale.

Tous les services doivent être fournis par des prestataires externes et justifiés par des documents appropriés (devis, grilles tarifaires, documents explicatifs). Les services internes, les dépenses standard de ventes ou de distribution, les coûts déjà inclus dans le budget de production, ainsi que les avances de distribution et les minima garantis ne sont pas éligibles. L'article 4.3.4 exclut également, entre autres : les frais de voyage, d'hébergement, les per diems et les repas ; les redevances et frais de toute nature, les coûts de production et de postproduction, le développement de logiciels, les frais de préparation de la demande et la TVA, sauf si le bénéficiaire démontre qu'elle n'est pas récupérable.

14. Y a-t-il un nombre minimum d'activités à inclure ?

Oui. Le projet doit comprendre au moins deux des catégories d'activités éligibles ci-dessus (art. 4.3.1).

15. Puis-je inclure des dépenses de marketing engagées avant la demande ?

Non. La période de mise en œuvre commence à la date limite de dépôt de la demande FMAD (art. 4.4). Seules les activités et services réalisés à compter de cette date sont éligibles. Les coûts marketing engagés avant la date limite sont indiqués dans le budget à des fins de transparence (colonne D), mais ne peuvent être couverts par la subvention.

16. Y a-t-il une date limite pour utiliser les fonds après leur attribution ?

Les activités éligibles doivent s'inscrire dans la période de mise en œuvre (art. 4.4). Celle-ci commence à la date limite de dépôt de la demande FMAD et se termine, par défaut, trois mois après la première présentation dans un marché ou projection en festival. Elle peut être

prolongée de six mois supplémentaires au maximum (soit neuf mois au total) lorsque le calendrier marketing soumis avec la demande de soutien montre que des activités éligibles significatives sont prévues au-delà de la date de fin par défaut.

En outre, la première présentation dans un marché ou projection en festival doit intervenir dans les trois ans suivant la signature de la convention de soutien (art. 5.4). Pour des raisons dûment justifiées, la Directrice exécutive ou le Directeur exécutif peut prolonger ces délais.

17. L'éligibilité dépend-elle de la date de la facture ou de la date de l'activité ?

De la date de l'activité. L'éligibilité est déterminée par la date à laquelle le service est réalisé, et non par la date de la facture (art. 4.4). Les factures peuvent être émises et payées après la fin de la période de mise en œuvre, à condition que l'activité sous-jacente ait eu lieu pendant celle-ci et que la facture indique le service rendu et sa date de réalisation.

18. Puis-je combiner ce soutien avec d'autres sources de financement ?

Oui, y compris d'autres fonds publics et Europe Créative - MEDIA, à condition qu'il n'y ait pas de double financement : chaque ligne budgétaire ne peut être financée que par une seule source (art. 4.5.3). Un plan de financement listant toutes les sources, confirmées ou non, doit accompagner la demande. Eurimages peut partager la demande de soutien, le budget et le plan de financement avec d'autres fonds publics et avec Europe Créative - MEDIA.

19. Dois-je disposer de financements autres qu'Eurimages ?

Il n'y a pas d'obligation de cofinancement. Le cofinancement par les parties impliquées, par leurs ressources propres ou des contributions de tiers, est considéré comme un atout dans l'évaluation, mais n'est pas obligatoire (art. 4.5.4).

20. Dois-je obtenir plusieurs devis par activité, et puis-je changer de prestataire ensuite ?

Un seul devis par activité suffit ; les dépenses peuvent aussi être justifiées par des grilles tarifaires ou des documents explicatifs. L'expérience des entreprises impliquées étant un critère de sélection, le changement d'un prestataire ayant joué un rôle significatif dans l'évaluation est traité comme une modification substantielle nécessitant l'accord écrit préalable et pourrait entraîner une réévaluation (art. 5.3).

21. L'agent de ventes internationales ou les distributeurs peuvent-ils être facturés à la place du producteur délégué ?

Non. Les coûts éligibles sont exclusivement ceux facturés directement au producteur délégué par des prestataires externes (art. 4.3.3). La refacturation par les agents de vente ou les distributeurs n'est pas acceptée. Lorsqu'un agent de ventes ou un distributeur a précédemment commandé un service, le producteur délégué doit commander et contracter ce service directement pour qu'il soit éligible.

22. Les projections-tests sont-elles éligibles ?

Oui. Le coût de l'organisation et de la conduite des projections-tests est éligible au titre de la connaissance des publics et du marché. En revanche, les coûts de production ou de postproduction qui en découlent, tels qu'un remontage à la suite des retours, restent inéligibles (art. 4.3.2(ii) et 4.3.4(c)).

23. Comment comprendre le terme « innovant » ?

Au sens large. Il peut s'agir de nouvelles idées, technologies ou méthodes, ou d'un usage innovant d'outils existants. Les demandes doivent présenter un aspect d'innovation, sans que chaque activité ne doive l'être. La création de ressources média, par exemple, n'est pas innovante en soi, mais peut s'inscrire dans une approche plus innovante.

24. Le soutien peut-il être dépensé auprès de prestataires non établis dans les États membres, ou pour des activités dans des pays non-membres ?

Le règlement ne restreint pas le lieu de dépenses du soutien et la portée du programme s'étend au-delà des États membres. Une proportion élevée de dépenses en dehors des États membres peut toutefois être considérée comme un désavantage par le Groupe d'évaluation des projets. Le potentiel transnational étant un critère de sélection, la distribution dans des pays non-membres peut également bénéficier indirectement de la stratégie mise en place.

E. La demande et le processus de sélection

25. Quel niveau de détail la stratégie marketing doit-elle avoir ?

La demande doit inclure une description détaillée de la stratégie de marketing et de développement des publics et des activités prévues (environ 5 pages, maximum 10). Elle doit être préparée en collaboration avec les professionnels du marketing impliqués et contresignée par l'agent de ventes internationales. Elle doit donner un aperçu de la stratégie globale, et pas seulement des activités financées par Eurimages, tout en expliquant en quoi le financement d'Eurimages permettrait d'aller plus loin.

Un calendrier marketing distinct (maximum 2 pages) est également un document obligatoire. Pour chaque activité, il doit indiquer la date prévue, la partie responsable, ainsi que la ligne budgétaire et l'activité correspondantes, et couvrir l'ensemble de la période de mise en œuvre (annexe I).

26. Pourquoi dois-je fournir des informations déjà transmises pour le soutien à la coproduction ?

Les experts du Groupe d'évaluation FMAD ne sont pas nécessairement ceux ayant examiné les dossiers de coproduction. Entre les deux demandes, les caractéristiques du projet peuvent avoir évolué et les experts du Groupe d'évaluation des projets ont besoin

d'informations à jour. La plateforme de soumission FMAD n'est par ailleurs pas encore reliée à celle du soutien à la coproduction.

27. Y a-t-il des critères d'exclusion ou des déclarations à fournir ?

Oui. Une demande est exclue lorsque la Société candidate, ses propriétaires, ou les personnes disposant de pouvoirs de représentation ou de décision relèvent de l'un des critères d'exclusion de l'art. 4.2 (par exemple : condamnations pénales pertinentes, faillite ou insolvabilité, faute professionnelle grave, conflit d'intérêts, non-paiement des impôts ou cotisations sociales, sociétés-écrans, mauvaise gestion de fonds publics ou inscription sur les listes de mesures restrictives de l'Union européenne). Le représentant légal doit fournir des déclarations signées de représentation, d'absence de motifs d'exclusion et d'absence de double financement.

28. Comment les projets sont-ils sélectionnés ?

Le Secrétariat vérifie d'abord l'éligibilité des demandes de soutien. Les projets éligibles sont ensuite évalués par un Groupe d'évaluation des projets composé de cinq membres : quatre experts externes travaillant dans les festivals, la distribution, les ventes internationales ou le marketing de films, et un membre du Comité de direction d'Eurimages. Le Groupe est assisté par un membre du Secrétariat et présidé par le Président ou la Présidente d'Eurimages, par la Directrice exécutive ou le Directeur exécutif ou son adjoint/adjointe. Il procède à une analyse comparative et recommande les projets à soutenir. Le Comité de direction ou le Comité exécutif adopte ensuite les recommandations (art. 2.3 et 5.1).

29. Quels critères sont utilisés pour évaluer les projets ?

Cinq critères de sélection, chacun noté de 0 à 20 (100 au total), définis à l'art. 5.2 avec des orientations à l'annexe III :

- Stratégie, ciblage du public et points de différenciation ;
- Dimension transnationale et supports promotionnels associés ;
- Collaboration et capacité professionnelle des parties impliquées ;
- Cohérence et faisabilité du budget ;
- Pertinence du calendrier et capacité de mise en œuvre.

Dans l'application de ces critères, le Groupe prend également en compte les objectifs globaux du Fonds en matière de diversité, d'égalité des genres et d'inclusion, ainsi que de durabilité environnementale. La priorité est donnée aux projets dont le calendrier de production permet une stratégie précoce de marketing et de développement des publics.

30. Est-il possible de faire appel d'une décision de rejet ?

Il ne peut y avoir d'appel contre une décision du Comité exécutif de ne pas soutenir une demande (art. 9(a)). La décision est définitive. Par exception, une demande déclarée

ineligible uniquement en raison de l'absence d'un contrat de vente ou d'un mémorandum d'entente peut être soumise à nouveau lors d'une échéance ultérieure.

31. Les partenaires doivent-ils provenir de différents pays ?

Non. Ce qui importe, c'est le caractère transnational de la stratégie proposée, qui ne doit pas être destinée à un seul public ou à un seul pays.

32. Peut-on concentrer la stratégie sur un seul territoire à fort potentiel d'audience ?

Oui, mais la demande doit expliquer pourquoi un territoire précis est ciblé et comment il peut générer des audiences dans un ou plusieurs autres pays. Les enseignements tirés doivent être partagés avec les distributeurs d'autres pays afin de maintenir une dimension transnationale.

33. Y a-t-il des exigences linguistiques pour les supports marketing ?

Le règlement n'impose pas d'exigences linguistiques particulières. Compte tenu de la nature transnationale du programme, des supports disponibles en plusieurs langues ou facilement adaptables sont généralement bénéfiques.

F. Après la décision : obligations, modifications et rapports

34. Que dois-je faire une fois la notification de soutien reçue ?

L'équipe d'Eurimages vous contactera pour confirmer les coordonnées bancaires et enregistrer toute mise à jour de la stratégie, du budget et du plan de financement. La convention de soutien doit ensuite être signée dans les six mois suivant la notification et avant la première présentation dans un marché ou projection en festival (art. 5.4).

35. Que se passe-t-il si mon projet change après l'attribution du soutien ?

La stratégie initiale et les éléments financiers ne peuvent être substantiellement modifiés sans l'accord écrit préalable de la Direction exécutive (art. 5.3). Constituent des modifications substantielles : tout changement de la portée, de la nature ou du nombre de catégories d'activités ; les changements budgétaires majeurs qui en découlent et tout changement d'un prestataire externe ayant joué un rôle significatif dans l'évaluation. Les ajustements mineurs au sein d'une même catégorie, laissant inchangés le budget total et la stratégie globale, ne nécessitent pas d'accord. En cas de doute, contactez le Secrétariat avant toute modification.

36. Que se passe-t-il si le film n'est pas terminé ou est fortement retardé ?

Tout changement ou retard significatif doit être communiqué immédiatement à Eurimages, car il peut affecter la validité de la décision ou entraîner son annulation. La première présentation dans un marché ou projection en festival doit intervenir dans les trois ans suivant la signature de la convention de soutien. À défaut, la subvention est annulée, les sommes versées sont remboursées et les fonds redistribués. La Directrice exécutive ou le

Directeur exécutif peut prolonger ce délai pour des raisons dûment justifiées. Enfin, l'annulation du soutien à la coproduction d'Eurimages entraîne automatiquement l'annulation de la subvention FMAD (art. 8).

37. Comment dois-je faire le rapport à la fin du projet ?

À la fin du projet, la Société candidate doit fournir deux rapports (art. 6.3). Le premier est un rapport narratif final sur les activités, accompagné, le cas échéant, de liens téléchargeables vers les supports produits et de données sur la circulation, les ventes et les entrées. Le second est un rapport financier final, comprenant le plan de financement final et le rapport de coûts, certifié par un auditeur indépendant à la fois de la Société candidate et de l'agent de ventes internationales.

Le rapport financier doit porter sur le coût et le financement totaux du projet, et non sur la seule part financée par Eurimages, afin de vérifier l'absence de double financement et la cohérence globale du projet. Les rapports sont dus au plus tard trois mois après la fin de la période de mise en œuvre, soit six mois après la première présentation dans un marché ou projection en festival par défaut, et jusqu'à douze mois en cas de prolongation. Des modèles sont disponibles sur la page web du programme.
