



L'Europe à l'écoute du Canada

Les fictions canadiennes n'ont pas à rougir de la place qu'elles occupent à la télé européenne.

Après avoir augmenté sensiblement à la fin des années 90, la diffusion de fictions canadiennes par les diverses chaînes de télévision de l'Europe de l'Ouest semble s'être stabilisée à environ 6000 heures par année (*graphique 1*). Cela représente 1,9% de l'ensemble des fictions étrangères (feuilletons, séries, films et téléfilms) qui y sont présentées. La proportion paraît, de prime abord, plutôt faible. Mais la place du Canada est tout à fait honorable compte tenu de l'omniprésence du géant américain et de la concurrence des principaux pays européens, dont les efforts sont soutenus par le désir des membres de l'Union européenne de développer une culture continentale.

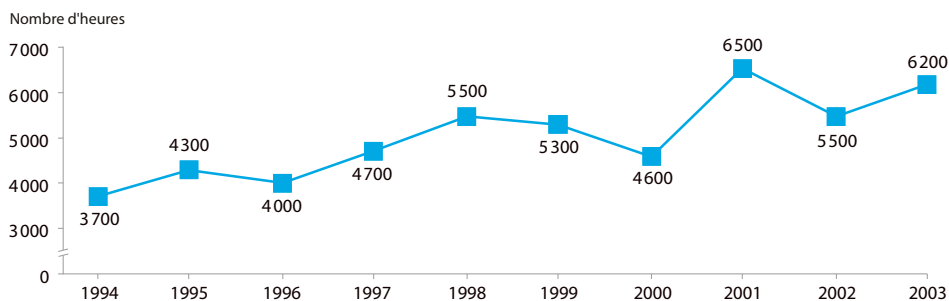
En dépit de ce contexte difficile, le graphique 2 montre que les séries et films canadiens de fiction sont nettement plus en demande que les productions espagnoles et italiennes, et qu'ils jouissent d'une vitrine équivalente à celles réservées à l'Allemagne, au Japon ainsi qu'au tandem Australie/Nouvelle-Zélande. La France fait un peu mieux que le Canada. Parmi les pays européens, ce sont les productions britanniques qui ont la meilleure cote.

Mais les États-Unis dépassent tout le monde. De fait, 64% de l'ensemble des fictions importées par les télévisions de l'Europe occidentale en 2003 étaient américaines. La domination de nos voisins a déjà été plus grande. Elle était de 71% en 1997. Cependant, les coproductions intercontinentales, dont il est fort probable que la majeure partie compte un partenaire américain, compensent ce recul. Elles occupent maintenant 12% du temps dévolu aux productions étrangères, comparé à 2% en 1997, et surpassent les coproductions européennes.

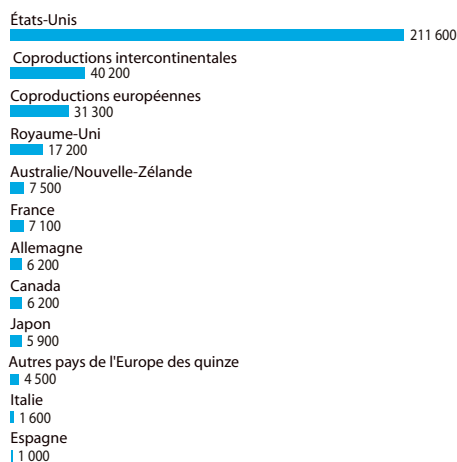
Principaux clients du Canada

Ce sont, et de loin, les chaînes de télévision allemandes qui consacrent le plus grand nombre d'heures aux fictions canadiennes (*graphique 3*). L'Allemagne était déjà notre principal client en 1997, même si le nombre d'heures (près de 700) était bien inférieur à ce qu'il est maintenant. Au second rang des pays les plus intéressés par les productions canadiennes, on retrouve, ex aequo,

1. Évolution du nombre d'heures consacrées aux fictions canadiennes par les chaînes de télévision de l'Europe occidentale



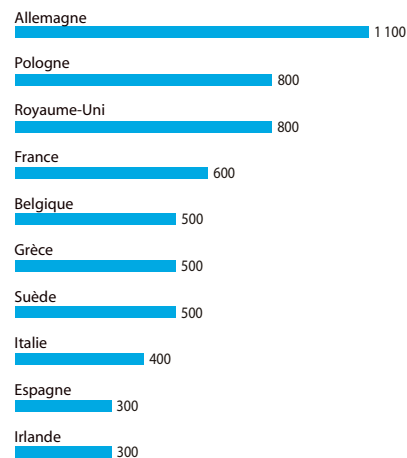
2. Nombre d'heures consacrées à des émissions de fiction d'origine européenne et étrangère par les chaînes de télévision d'Europe occidentale en 2003



le Royaume-Uni et un pays de l'Europe orientale, la Pologne. La France est au troisième rang, suivie par la Belgique, la Grèce et la Suède.

Toutes ces données concernent l'ensemble des productions, quelle que soit l'heure de la journée à laquelle elles sont présentées. On ne connaît donc pas la part des heures consacrées aux réalisations canadiennes qui se situent en période de grande écoute. On sait cependant que les fictions nationales (ici, les films présentés d'abord au cinéma ne sont pas comptés) occupent, dans l'ensemble, plus de la moitié des périodes horaires de grande écoute réservées aux fictions.

3. Nombre d'heures consacrées à des émissions de fiction d'origine canadienne par les chaînes de télévision de certains pays européens en 2003



Ainsi, au Royaume-Uni, les émissions de fiction britanniques représentent 72% de l'ensemble des émissions de ce genre qui prennent l'antenne en soirée. De leur côté, les réseaux français réservent à leurs productions nationales 54% du temps d'antenne consacré à la fiction durant les heures de grande écoute. Les coproductions auxquelles un producteur national est associé sont aussi, le plus souvent, présentées en soirée. Pour occuper les quelques places qui restent, les productions canadiennes sont en compétition, notamment, avec les grandes séries américaines, dont certaines connaissent beaucoup de succès en Europe. ●

SOURCE : COMPILATIONS DU CEM À PARTIR DES ÉDITIONS DE 1999 ET DE 2004 DE L'ANNUAIRE STATISTIQUE, PUBLIÉ PAR L'OBSERVATOIRE EUROPÉEN DE L'AUDIOVISUEL. LES DONNÉES ONT ÉTÉ ARRONDIES.

CRÉÉ EN 1992, LE CENTRE D'ÉTUDES SUR LES MÉDIAS COMPTE DEUX PARTENAIRES UNIVERSITAIRES : L'ÉCOLE DES HAUTES ÉTUDES COMMERCIALES ET L'UNIVERSITÉ LAVAL. RESPONSABLE DE CE NUMÉRO : DANIEL GIROUX, AVEC LA COLLABORATION DE SOPHIE LOISELLE, DU DÉPARTEMENT D'INFORMATION ET DE COMMUNICATION, UNIVERSITÉ LAVAL.