ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ

Βρυξέλλες, 18.12.2003
COM(2003) 802 τελικό

ΕΚΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΣΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ, ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ, ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ

Έκθεση για την εφαρμογή και τα αποτελέσματα του προγράμματος MEDIA II (1996-2000)

ΕΚΘΕΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ
ΣΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ, ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ,
ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΚΑΙ
ΤΗΝ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ

Έκθεση για την εφαρμογή και τα αποτελέσματα του προγράμματος MEDIA II (1996-2000)

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το πρόγραμμα MEDIA II άρχισε την 1η Ιανουαρίου 1996 και ολοκληρώθηκε στις 31 Δεκεμβρίου 2000. Στηρίζεται σε δύο αποφάσεις του Συμβουλίου :

– την απόφαση 95/563/ΕΚ, της 10/07/95, για τη θέσπιση προγράμματος ενθάρρυνσης της ανάπτυξης και της διανομής ευρωπαϊκών οπτικοακουστικών έργων με ενδεικτικό προϋπολογισμό 265 εκατ. ευρώ,

– την απόφαση 95/564/ΕΚ, της 22/12/1995, για τη θέσπιση προγράμματος κατάρτισης επαγγελματιών του οπτικοακουστικού τομέα, με ενδεικτικό προϋπολογισμό 45 εκατ. ευρώ.

Το πρόγραμμα MEDIA II διαδέχθηκε το MEDIA I (1991-1995). Κατόπιν ακολούθησε το MEDIA Plus (2001-2005). Οι τρεις αυτές γενιές προγραμμάτων MEDIA είχαν κοινό στόχο : την αύξηση της ανταγωνιστικότητας της ευρωπαϊκής βιομηχανίας οπτικοακουστικών προγραμμάτων.

Με ύψος κονδυλίων 200 εκατ. ευρώ, το MEDIA I παρέσχε τη δυνατότητα στους επαγγελματίες των κρατών μελών να ενισχύσουν τη θέση τους στην εθνική τους αγορά και ταυτόχρονα να έχουν πρόσβαση σε νέες μορφές διεθνικής συνεργασίας (συμπαραγωγές, διασυνοριακή συνεργασία, εταιρικές σχέσεις, σύσταση ομίλων επιχειρήσεων, κλπ).

Το MEDIA II έλαβε αυξημένο προϋπολογισμό (310 εκατ. ευρώ), οι δε δραστηριότητές του επικεντρώθηκαν σε τρεις τομείς με προτεραιότητα: την επαγγελματική κατάρτιση, την ανάπτυξη σχεδίων και σύσταση επιχειρήσεων, τη διεθνική διανομή των ταινιών και των οπτικοακουστικών προγραμμάτων.

Τα κονδύλια του προϋπολογισμού για το MEDIA Plus αυξήθηκαν σε 400 εκατ. ευρώ, ενώ διατηρήθηκε η επικέντρωση στους τομείς με προτεραιότητα - κατάρτιση, ανάπτυξη, διανομή και σε μια τέταρτη πτυχή, την προώθηση των οπτικοακουστικών έργων στην Ευρώπη και στον κόσμο.

Αντικείμενο της παρούσας έκθεσης είναι ειδικά η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων του προγράμματος MEDIA II, σύμφωνα με τα άρθρα 7 παράγραφος 5 και 6 παράγραφος 5 των αποφάσεων 95/563/ΕΚ και 95/564/ΕΚ για τη θέσπιση αντιστοίχως των προγραμμάτων MEDIA-ανάπτυξη και διανομή, και MEDIA-κατάρτιση. Τα άρθρα αυτά ορίζουν ότι η επιτροπη «υποβαλλει στο Συμβουλιο, το Ευρωπαϊκο Κοινοβουλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομικη και Κοινωνικη Επιτροπη και

την Επιτροπη των Περιφερειων εκθεση για την εφαρμογή και τα αποτελέσματα του προγράμματος».

Βασίζεται στα συμπεράσματα της εκ των υστέρων αξιολόγησης του MEDIA II η οποία πραγματοποιήθηκε κατ' εφαρμογή των άρθρων 7 παρ. 1 και 6 παρ. 1 των αποφάσεων 95/563/ΕΚ και 95/564/ΕΚ και ανατίθεται από την Επιτροπή σε έναν ανεξάρτητο σύμβουλο[1], μετά από γενική πρόσκληση για την υποβολή προσφορών.

1. MEDIA II : ΜΙΑ ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΗΜΕΝΗ ΚΟΙΝΟΤΙΚΗ ΠΡΑΞΗ, ΠΡΟΣΑΡΜΟΣΜΕΝΗ ΣΤΙΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

1.1. Οικονομικό πλαίσιο

Η ευρωπαϊκή οπτικοακουστική βιομηχανία δεν έπαψε να παρουσιάζει, κατά τη χρονική περίοδο 1996-2000, σημαντικό έλλειμμα κατά τις συναλλαγές με τις ΗΠΑ (περισσότερα από 6 εκατ. δολάρια, δηλαδή περίπου 250.000 θέσεις απασχόλησης, το 1997[2]). Αυτή η έλλειψη ισορροπίας που δεν αποτελεί χαρακτηριστικό μόνο της συγκεκριμένης περιόδου αλλά και των τελευταίων δεκαετιών εξακολουθεί και σήμερα.

Από την εξέταση της ευρωπαϊκής αγοράς οπτικοακουστικών προγραμμάτων προκύπτει ότι κύρια αιτία είναι η ανεπαρκής κυκλοφορία μη εγχωρίων ευρωπαϊκών έργων. Αν πάρουμε για παράδειγμα τον κινηματογράφο, διαπιστώνεται ότι τα αμερικανικά έργα καταλαμβάνουν το μεγαλύτερο μέρος της αγοράς (66% το 2000)[3], ακολουθούμενα από τα εγχώρια έργα. Οι ευρωπαϊκές μη εγχώριες ταινίες ακολουθούν πολύ πιο πίσω σε τρίτη θέση. Ταξιδεύουν ελάχιστα και σπάνια ξεπερνούν τα 50.000 εισιτήρια έξω από τη χώρα προέλευσής τους.

Η χαμηλή κυκλοφορία των ευρωπαϊκών μη εγχωρίων έργων στην Ευρώπη έχει επιπτώσεις στην αποδοτικότητα της ευρωπαϊκής βιομηχανίας προγραμμάτων και καθιστά εύθραυστη την ανάπτυξή της. Εξάλλου οδηγεί σε μία συγκέντρωση της ανάπτυξης και της παραγωγής σε περιορισμένο αριθμό χωρών. Το 1998, η Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Ιταλία και η Γερμανία γύρισαν έτσι το 70% των ταινιών που παρήχθησαν στο σύνολο των χωρών που συμμετείχαν στο πρόγραμμα MEDIA.

Το φαινόμενο αυτό είναι πολύπλοκο και μπορεί να έχει διάφορες εξηγήσεις. Στο στάδιο πριν από την παραγωγή, η ευρωπαϊκή βιομηχανία διαθέτει ελάχιστα μέσα για την ανάπτυξη σχεδίων (συγγραφή, χρηματοοικονομικό πλαίσιο και εκπόνηση του σχεδίου διάθεσης στο εμπόριο) σε σύγκριση με επενδύσεις που πραγματοποιεί στον τομέα αυτό η αμερικανική βιομηχανία. Οι δαπάνες ανάπτυξης ανέρχονται σε 2 ή 3% του προϋπολογισμού παραγωγής, έναντι 10 έως 12% του προϋπολογισμού παραγωγής των μεγαλυτέρων αμερικανικών εταιρειών. Πάντα πριν από την παραγωγή, η έλλειψη κατάρτισης των Ευρωπαίων επαγγελματιών του οπτικοακουστικού τομέα οδηγεί σε έλλειψη επιχειρησιακής στρατηγικής, κυρίως σε ευρωπαϊκή κλίμακα.

---

1 Την εταιρεία BIPE

2 Πηγή : έγγραφο των υπηρεσιών της Επιτροπής SEC(1998) 837 της 14.5.1998.

3 Πηγή : Μελέτη IMCA

Ο τομέας της διανομής είναι από την πλευρά του ανεπαρκώς διαρθρωμένος για να αντιμετωπίσει τον αμερικανικό ανταγωνισμό. Το τμήμα της αγοράς των αμερικανών διανομέων ταινιών καταλαμβάνει στην Ευρώπη κατά μέσο όρο το 50% και φθάνει το 80% στο Ηνωμένο Βασίλειο και το 70% στη Γερμανία. Τα αποτελεσματικά αυτά δίκτυα διανομής παρέχουν εύκολη πρόσβαση των αμερικανικών ταινιών στις ευρωπαϊκές κινηματογραφικές αίθουσες. Αντίθετα, οι εγχώριες «μη εμπορικές» ταινίες και ακόμα περισσότερο οι ευρωπαϊκές μη εγχώριες ταινίες αντιμετωπίζουν πρόβλημα πρόσβασης στις αίθουσες.

1.2. Μία ευρωπαϊκή ενίσχυση δικαιολογημένη και προσαρμοσμένη στις ανάγκες της ευρωπαϊκής βιομηχανίας

Η εκ των υστέρων αξιολόγηση του προγράμματος MEDIA II επιβεβαίωσε ότι η ύπαρξη ενός κοινοτικού προγράμματος ενίσχυσης της ευρωπαϊκής οπτικοακουστικής βιομηχανίας δικαιολογούνταν πλήρως από την οικονομική κατάσταση του τομέα. Η επικέντρωση των μέσων στις τρεις δραστηριότητες της ανάπτυξης, της διανομής και της κατάρτισης προσαρμόζεται στις αδυναμίες της ευρωπαϊκής βιομηχανίας και στον εύθραυστο χαρακτήρα και την έλλειψη ανταγωνιστικότητας των ευρωπαϊκών οπτικοακουστικών προϊόντων που οφείλονται, κατά μεγάλο μέρος, στη χρόνια έλλειψη επενδύσεων κατά τα προκαταρκτικά στάδια (της κατάρτισης και της ανάπτυξης) και κατά τα τελικά στάδια της διαδικασίας παραγωγής (της διανομής).

- Έτσι, στον τομέα της κατάρτισης, το MEDIA II είχε ως στόχο τη στήριξη πρωτοβουλιών που παρέχουν τη δυνατότητα στους επαγγελματίες να αποκτήσουν τις απαιτούμενες γνώσεις και προσόντα για να αντιμετωπίσουν την ευρωπαϊκή και τη διεθνή αγορά (οικονομική και εμπορική διαχείριση, ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών και τεχνικών και συγγραφή σεναρίων) και να ενισχύσουν το δημιουργικό και εμπορικό δυναμικό των σχεδίων τους.

- Στον τομέα της ανάπτυξης, το MEDIA II αναζήτησε να προωθήσει μέσω χρηματοδοτικής και τεχνικής συνδρομής, την ανάπτυξη σχεδίων παραγωγής που προορίζονται για την ευρωπαϊκή και διεθνή αγορά και να συμβάλει στην ανάπτυξη και ενίσχυση των επιχειρήσεων. Στόχος ήταν να φέρει στην ευρωπαϊκή αγορά προγράμματα καλύτερα προσαρμοσμένα στα πρότυπα της διεθνούς αγοράς και να ενισχύσει δομικά τις επιχειρήσεις.

- Στον τομέα της διανομής, το MEDIA II αναζήτησε τη βελτίωση της κυκλοφορίας των μη εγχωρίων ευρωπαϊκών ταινιών και προγραμμάτων. Κύρια σημασία δόθηκε στη διανομή/προβολή στις κινηματογραφικές αίθουσες ταινιών εκτός του κράτους προέλευσής τους. Επίσης θεσπίστηκαν άλλοι μηχανισμοί για να τονώσουν την όλο και μεγαλύτερη κυκλοφορία ευρωπαϊκών προγραμμάτων μέσω της τηλεόρασης και άλλων μέσων (βίντεο, πολυμέσων). Τέλος, το πρόγραμμα στήριξε σειρά πρωτοβουλιών με στόχο την μεγαλύτερη προώθηση και την πρόσβαση της ανεξάρτητης ευρωπαϊκής παραγωγής στη διεθνή αγορά.

Με την εκ των υστέρων αξιολόγηση επισημάνθηκε επίσης η παραπληρωματικότητα μεταξύ των εθνικών παρεμβάσεων και του προγράμματος MEDIA. Κατά τη χρονική περίοδο 1996-2000, οι εθνικές ενισχύσεις προσανατολίστηκαν κατά το μεγαλύτερο μέρος τους (84%) προς τη στήριξη της παραγωγής, ενώ το MEDIA II επικεντρώθηκε στην κατάρτιση, την ανάπτυξη και τη διανομή. Ορισμένες υπάρχουσες εθνικές ενισχύσεις για τη διανομή είχαν ως στόχο κυρίως τη στήριξη εγχωρίων ταινιών, ενώ

το MEDIA II ενθάρρυνε μόνο τη διανομή μη εγχωρίων ευρωπαϊκών ταινιών. Στον τομέα της εκμετάλλευσης στις κινηματογραφικές αίθουσες, με τις εθνικές ενισχύσεις χρηματοδοτήθηκαν ουσιαστικά δομές, ενώ με την ενίσχυση του MEDIA II η προώθηση της προβολής ευρωπαϊκών ταινιών. Όσον αφορά την ανάπτυξη, οι εθνικές δημόσιες ενισχύσεις αφορούσαν σημαντικά ποσά μόνο στη Γερμανία, τη Φινλανδία και τη Γαλλία..

Τέλος, η ενίσχυση του MEDIA II προέκυψε ότι ήταν καλά προσαρμοσμένη στις ανάγκες του ευρωπαϊκού οπτικοακουστικού τομέα, ο οποίος αποτελείται κατά μεγάλο μέρος από μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις και χαρακτηρίζεται από έλλειψη οικονομικής ισορροπίας μεταξύ χωρών με ισχυρό δυναμικό παραγωγής και χωρών με ασθενές δυναμικό παραγωγής ή/και περιορισμένης γλωσσικής διάδοσης και γεωγραφικής έκτασης[4].

Αφενός, οι νέοι μηχανισμοί που τέθηκαν σε εφαρμογή κατά τη διάρκεια του MEDIA II για να ανταποκριθούν σε ειδικές ανάγκες των εταιρειών μεσαίου μεγέθους (αυτόματη στήριξη της διανομής και ανάπτυξη πακέτων σχεδίων (Slate Funding))[5], ενώ οι ήδη υπάρχοντες μηχανισμοί (επιλεκτική στήριξη της διανομής και στήριξη για την ανάπτυξη μεμονωμένων σχεδίων) παραμένουν ανοικτοί για εταιρείες μικρότερου μεγέθους.

Εξάλλου, η θέσπιση μιας ελαστικής θετικής διάκρισης υπέρ χωρών με χαμηλό δυναμικό παραγωγής ή/και περιορισμένης γλωσσικής διάδοσης και γεωγραφικής έκτασης παρέσχε τη δυνατότητα έναρξης μιας εξισορρόπησης της ευρωπαϊκής αγοράς[6].

2. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΔΡΑΣΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ MEDIA II

2.1. Γενική επίδραση του προγράμματος MEDIA II στον ευρωπαϊκό οπτικοακουστικό τομέα

Το ύψος κονδυλίων του προγράμματος MEDIA II ανέρχεται συνολικά σε 358 εκατ. ευρώ (συμπεριλαμβανομένου και του αρχικού κονδυλίου του προϋπολογισμού, των επιστροφών και της ανασύστασης πιστώσεων), εκ των οποίων το 89% (ήτοι 320 εκατ. ευρώ) εγκρίθηκαν για τη στήριξη σχεδίων και το 11% για οριζόντιες ενέργειες. Με την εκ των υστέρων αξιολόγηση επιβεβαιώθηκε η ορθή διοικητική λειτουργία του προγράμματος, δεδομένου ότι η διαχείριση από μέρους της Επιτροπής παρέσχε τη δυνατότητα μείωσης κατά το ήμισυ των δαπανών λειτουργίας του προγράμματος σε σχέση με εκείνα του MEDIA I.

---

4 Οι χώρες με χαμηλό δυναμικό παραγωγής ή/και περιορισμένης γλωσσικής διάδοσης και γεωγραφικής έκτασης ήταν, κατά το πρόγραμμα MEDIA II, οι ακόλουθες : Αυστρία, Βέλγιο, Δανία, Φινλανδία, Ελλάδα, Ιρλανδία, Ισλανδία, Λιχτενστάιν, Λουξεμβούργο, Νορβηγία, Κάτω Χώρες, Πορτογαλία και Σουηδία.

5 Βλέπε παραγράφους 2.2.1, 2.3.1. και 3.1.

6 Βλέπε παρ. 2.1.

Οι ενισχύσεις που χορηγήθηκαν στο MEDIA II αντιπροσώπευαν μόνο το 0,51% του συνολικού οικονομικού βάρους του ευρωπαϊκού οπτικοακουστικού τομέα, αλλά ήταν σημαντικότερες στις χώρες με χαμηλό επίπεδο παραγωγής, όπου έφθασαν κατά μέσον όρο το 0,80%. Αυτή η αναλογία υπερέβη το 1% στην Ελλάδα, την Ισλανδία, το Βέλγιο και το Λουξεμβούργο.

Οι ενισχύσεις του MEDIA II είχαν ως αποτέλεσμα μία μη αμελητέα επενέργεια ώθησης, ακόμα και αν αυτή είναι δύσκολο να υπολογιστεί ποσοτικά με ακρίβεια. Μια εκτίμηση της εν λόγω επενέργειας ώθησης είχε παρασχεθεί κατά την ενδιάμεση αξιολόγηση του MEDIA II[7]. Η αξιολόγηση αυτή κατέληγε στο συμπέρασμα ότι κάθε κοινοτικό ευρώ που είχε επενδυθεί είχε παραγάγει 5,75 ευρώ επενδύσεων στη συγκεκριμένη βιομηχανία. Αυτός ο πολλαπλασιαστικός συντελεστής μειώνεται φυσικά στον τομέα της κατάρτισης (2,38), αλλά είναι πιο σημαντικός στον τομέα της διανομής (7,2) και σε μικρότερο βαθμό στον τομέα της ανάπτυξης (4,19).

Η αξιολόγηση αυτή της επενέργειας μοχλού των κοινοτικών πόρων θα πρέπει αναμφισβήτητα να αναθεωρηθεί προς τα πάνω για να υπολογιστεί η επίδραση του προγράμματος MEDIA II στο σύνολό της, δεδομένου ότι δεν λαμβάνεται υπόψη η εισαγωγή μηχανισμών αυτόματης στήριξης στη διανομή και της ανάπτυξης πακέτων σχεδίων (Slate Funding). Οι μηχανισμοί αυτοί ωστόσο, από τη σύλληψή τους και την υποχρέωση επανεπένδυσης που προβλέπουν έχουν ένα ισχυρό δυναμικό ώθησης.

Το MEDIA II παρέσχε επίσης τη δυνατότητα έναρξης μιας επανεξισορρόπησης της ευρωπαϊκής βιομηχανικής αγοράς. Η αγορά αυτή όντως χαρακτηρίζεται από μία διχοτομία μεταξύ των χωρών με χαμηλό δυναμικό παραγωγής ή/και περιορισμένης γλωσσικής διάδοσης και γεωγραφικής έκτασης[8], των οποίων ο όγκος παραγωγής είναι φυσικά περιορισμένος και των χωρών των οποίων η δυνατότητα παραγωγής (όγκος παραγωγής σε σχέση με τον πληθυσμό) είναι μεγαλύτερη από εκείνη άλλων.

Για να αντισταθμιστούν τα διαρθρωτικά μειονεκτήματα των χωρών και των περιφερειών με χαμηλό δυναμικό παραγωγής ή με περιορισμένη γλωσσική σημασία, τέθηκε σε εφαρμογή στο πλαίσιο του προγράμματος μία ελαστική πολιτική θετικής διάκρισης, χωρίς να έχουν οριστεί εκ των προτέρων ποσοτικοί στόχοι. Το σύστημα αυτό επιτρέπει στις προαναφερθείσες χώρες να τύχουν του 30% των ενισχύσεων που χορηγούνται στο πλαίσιο του MEDIA II, ενώ αντιπροσωπεύουν το 19% της ευρωπαϊκής οπτικοακουστικής αγοράς. Το MEDIA II έχει, ως εκ τούτου, συμβάλει στη δημιουργία συνθηκών μακροπρόθεσμης σύγκλισης των παραγωγικών δομών σε επίπεδο Ένωσης.

---

7 Έκθεση της Επιτροπής για τα επιτευχθέντα αποτελέσματα στο πλαίσιο του προγράμματος MEDIA II κατά τη χρονική περίοδο 1.1.1996 έως 30.6.1998, COM(1999) 91 τελικό.

8 Οι χώρες με χαμηλό δυναμικό παραγωγής ή/και περιορισμένης γλωσσικής διάδοσης και γεωγραφικής έκτασης ήταν, κατά το πρόγραμμα MEDIA II, οι ακόλουθες : Αυστρία, Βέλγιο, Δανία, Φινλανδία, Ελλάδα, Ιρλανδία, Ισλανδία, Λιχτενστάιν, Λουξεμβούργο, Νορβηγία, Κάτω Χώρες, Πορτογαλία και Σουηδία.

2.2. Επίδραση της πτυχής διανομή

2.2.1. Η στήριξη της διανομής στις κινηματογραφικές αίθουσες

- Επιλεκτική στήριξη της διανομής κινηματογραφικών ταινιών

Ο στόχος της στήριξης αυτής είναι η βελτίωση της διεθνικής κυκλοφορίας των ευρωπαϊκών μη εγχώριων ταινιών και η ενθάρρυνση της δημιουργίας και παγίωσης δικτύων συνεργασίας μεταξύ των Ευρωπαίων διανομέων. Η στήριξη δόθηκε για την επεξεργασία και την παραγωγή υλικού εμπορικής προώθησης για την διεξαγωγή εκστρατειών διανομής στις κινηματογραφικές αίθουσες και τη μεταγλώττιση και τον υποτιτλισμό. Για τη διανομή μιας ταινίας θα πρέπει να ενωθούν τουλάχιστον τρεις διανομείς. Από το 1999 και μετά, ο μηχανισμός είναι ανοικτός στους διεθνείς πράκτορες πωλήσεων.

Κατά τη διάρκεια του προγράμματος MEDIA II, υποβλήθηκαν 2712 σχέδια και στηρίχθηκαν 1930 εκστρατείες διανομής για 305 ταινίες. Το συνολικό ποσό της ενίσχυσης του MEDIA II ανήλθε σε 62 εκατ. ευρώ, ήτοι μέση ενίσχυση ανά ταινία 32.000 ευρώ, που αντιπροσωπεύει το 25% του μέσου συνολικού προϋπολογισμού της διανομής. Απαριθμούνται σε 6 κατά μέσω όρο εκστρατείες εθνικής διανομής ανά επιχορηγούμενη ταινία. Το μέσο κόστος παραγωγής των επιχορηγούμενων ταινιών ανήλθε σε 4,3 εκατ. ευρώ. Ο αριθμός σχεδίων που υποβάλλονταν κατ' έτος αυξήθηκε κατά 60% από το 1996 έως το 2000, πράγμα που δείχνει το πόσο ελκυστική είναι η ενίσχυση τόσο ως προς τη σύλληψή της όσο και ως προς τα χορηγούμενα ποσά.

- Η αυτόματη στήριξη στην κινηματογραφική διανομή

Ο μηχανισμός δημιουργήθηκε κατά τη διάρκεια του προγράμματος (το 1997) και συνίσταται σε μία αυτόματη διαδικασία στήριξης των Ευρωπαίων διανομέων, που χορηγείται για την προβολή μίας εγχώριας ευρωπαϊκής ταινίας σε μία από τις χώρες που συμμετέχουν στο πρόγραμμα. Η ενίσχυση του MEDIA II υπολογίστηκε σε συνάρτηση με τον αριθμό εισιτηρίων που έκοψε η ταινία, επί έναν συντελεστή στάθμισης που αποτελεί συνάρτηση της ιθαγένειας της ταινίας και της χώρας διανομής. Ο διανομέας πρέπει να επανεπενδύσει υποχρεωτικά την ενίσχυση στη διανομή νέας μη εγχώριας ευρωπαϊκής ταινίας.

Κατά τη διάρκεια του προγράμματος, 1462 ταινίες, μέσου προϋπολογισμού 6 εκατ. ευρώ, έκοψαν συνολικά 145 εκατ. εισιτήρια - εκ των οποίων 106 εκατ. ήταν επιλέξιμα. Η ενίσχυση που προέκυψε έτσι ανήλθε σε 44,7 εκατ. ευρώ. Περίπου το 80% της ενίσχυσης αυτής επανεπενδύθηκε σε 419 νέες ευρωπαϊκές ταινίες. Ο μηχανισμός παρουσίασε ταχεία αύξηση δυναμικού, δεδομένου ότι ο αριθμός των επιχορηγούμενων ετησίως σχεδίων πολλαπλασιάστηκαν επί 15 από το 1997 έως το 2000. Η αύξηση αυτή δυναμικού αποδεικνύει την επιτυχία του μηχανισμού μεταξύ των επαγγελματιών και την προσαρμογή του στις ανάγκες τους.

- Επίδραση του MEDIA II στην κυκλοφορία των ευρωπαϊκών ταινιών

Ο αριθμός ευρωπαϊκών ταινιών που διανεμήθηκαν εκτός της εθνικής τους επικράτειας διπλασιάστηκε κατά τη διάρκεια του προγράμματος - 246 το 1996, 499 το 2000. Το 1999, το 62% των ταινιών που κυκλοφόρησαν είχαν λάβει στήριξη από το MEDIA II, το δε 2000 το 64%. Οι ταινίες αυτές συγκέντρωσαν το 90% του συνόλου των εισιτηρίων που έκοψαν οι ευρωπαϊκές μη εγχώριες ταινίες στην Ευρώπη.

Λόγω των λεπτομερειών επιχορήγησης και της επιλογής που πραγματοποίησαν οι διανομείς ως προς τα κονδύλια στήριξης της διανομής, η ενίσχυση του MEDIA II ουσιαστικά βοήθησε ταινίες που είχαν ήδη σημαντική πιθανότητα διεθνούς κυκλοφορίας. Αλλά συνέβαλε αναμφισβήτητα στην παγίωση της δυνατότητας αυτής.

Αντίθετα, το MEDIA II δεν είχε ως αποτέλεσμα την εγκαθίδρυση σταθερών δικτύων μεταξύ των Ευρωπαίων διανομέων. Η κτηθείσα πείρα οδήγησε στο να κατανοήσει κανείς ότι η εγκαθίδρυση τέτοιων δικτύων μπορεί να αποτελέσει μόνο μεσοπρόθεσμο ή μακροπρόθεσμο διαρθρωτικό στόχο που ήταν αδύνατον να επιτευχθεί κατά τη χρονική περίοδο 1996-2000. Η δυσχέρεια αυτή πρέπει να καταλογιστεί στον ισχυρό σκεπτικισμό από μέρους των ανεξάρτητων διανομέων όσον αφορά τη σύσταση ομίλων. Η συνειδητοποίηση της ανάγκης και των πλεονεκτημάτων που μπορεί να επιφέρει η αλλαγή συμπεριφοράς έχει ωστόσο αρχίσει. Εκδηλώθηκε, κατά τη διάρκεια του MEDIA II με μία βελτίωση της λειτουργικής συνεργασίας μεταξύ των διανομέων, κατά την προετοιμασία και την αποστολή των φακέλων. Συνεχίστηκε στο πλαίσιο του MEDIA Plus και εκδηλώθηκε με την προοδευτική εμφάνιση συγκεντρώσεων.

2.2.2. Η στήριξη στις κινηματογραφικές αίθουσες

Ο στόχος ήταν η στήριξη, μέσω επιχορηγήσεων, δικτύων αιθουσών που προτείνουν προβολή σημαντικού αριθμού ευρωπαϊκών κυρίως μη εγχωρίων ταινιών σε πρώτη προβολή και με έναν ελάχιστο χρόνο εκμετάλλευσης. Τα δίκτυα επελέγησαν βάσει του αριθμού αιθουσών που συγκεντρώνουν και του αριθμού χωρών στις οποίες βρίσκονται.

Κατά την περίοδο 1996-2000, το MEDIA II χορήγησε ενίσχυση σε δύο δίκτυα, το Europa Cinémas και το Média Salles, για συνολικό ποσό 17,2 εκατ. ευρώ. Τα δίκτυα αυτά συγκέντρωναν 413 αίθουσες προβολής κατά την έναρξη του προγράμματος και 754 κατά τα τέλη του 2000 (ήτοι 3,4% των ευρωπαϊκών κινηματογραφικών αιθουσών). Οι αίθουσες αυτές προγραμμάτισαν το 36% των προβολών τους για ευρωπαϊκές μη εγχώριες ταινίες (έναντι ενός μέσου όρου 20% που ισχύει στην αγορά). Η γεωγραφική κατανομή των αιθουσών κατά το τέλος του προγράμματος είχε εξισορροπηθεί και περιελάμβανε ιδίως τις χώρες με μικρό δυναμικό παραγωγής ή/και περιορισμένη γλωσσική διάδοση.

- Επίδραση του MEDIA II στον προγραμματισμό ευρωπαϊκών μη εγχωρίων ταινιών

Το MEDIA II βοήθησε κυρίως τους μικρούς ανεξάρτητους κινηματογράφους. Επί 356 κινηματογραφικών αιθουσών που συμμετείχαν, υπολογίστηκαν 130 κινηματογράφοι με μία αίθουσα προβολής, 91 με δύο αίθουσες και μόνο 5 με πολλαπλές αίθουσες. Η ενίσχυση είχε θετική επίδραση στην οικονομική κατάσταση

αυτών των ανεξάρτητων εκμεταλλεύσεων. Η επενέργεια μοχλού παρέσχε τη δυνατότητα αύξησης των εσόδων τους από 5 έως 10%.

Το ποσοστό προγραμματισμού ευρωπαϊκών μη εγχωρίων ταινιών στα στηριζόμενα δίκτυα αυξήθηκε κατά 30% κατά την έναρξη του προγράμματος και κατά 36% κατά το τέλος του προγράμματος. Η στήριξη του MEDIA II παρέσχε τη δυνατότητα στους φορείς εκμετάλλευσης να αναλάβουν μεγαλύτερους κινδύνους κατά τον προγραμματισμό αυτού του είδους ταινιών.

2.2.3. Η στήριξη της τηλεοπτικής διανομής

Στόχος της ήταν να προωθήσει την τηλεοπτική διανομή ευρωπαϊκών μη εγχωρίων έργων, μέσω της ενθάρρυνσης ευρωπαϊκών συμπαραγωγών. Για τη χορήγηση της στήριξης καθορίστηκε ένα κριτήριο ανεξαρτησίας των παραγωγών, όσον αφορά τη μέγιστη διάρκεια κατοχής των δικαιωμάτων από τους διανομείς (7 έτη). Η εισαγωγή του κριτηρίου αυτού είχε ως στόχο να προωθήσει αλλαγές στην πρακτική που εφαρμοζόταν στις τηλεοπτικές αγορές, ωθώντας στη μείωση της διάρκειας κατοχής των τηλεοπτικών δικαιωμάτων. Μία τέτοια εξέλιξη είχε ευεργετική επίδραση στον τομέα της ανεξάρτητης παραγωγής, επιτρέποντας στις εταιρείες τη δυνατότητα να διαθέτουν καταλόγους έργων, πραγματικά εν ενεργεία, και κατά συνέπεια μία ικανότητα αυτοχρηματοδότησης ή/και επαρκών εγγυήσεων έναντι των χρηματοδοτικών εταίρων.

Κατά τη διάρκεια του MEDIA II έτυχαν ενίσχυσης 362 σχέδια για συνολικό ποσό 39 εκατ. ευρώ. Το 65% των στηριχθέντων σχεδίων ήταν ντοκιμαντέρ, το 27% ταινίες μυθοπλασίας και το 8% κινούμενα σχέδια.

Η συνολική επένδυση στην παραγωγή αντιπροσώπευσε 572 εκατ. ευρώ, ήτοι το 2,3% της ευρωπαϊκής τηλεοπτικής παραγωγής. Η ενίσχυση του MEDIA είχε ως εκ τούτου σημαντική επενέργεια μοχλού που επέτρεψε στους ανεξάρτητους παραγωγούς να συγκροτήσουν το χρηματοοικονομικό πλαίσιο των διεθνών συμπαραγωγών για τις οποίες είχαν ήδη συγκεντρώσει το 75% των πόρων.

Από τη στήριξη της τηλεοπτικής μετάδοσης επωφελήθηκαν κυρίως οι παραγωγοί περιορισμένου αριθμού χωρών (της Γαλλίας, του Βελγίου, της Γερμανίας, της Ιταλίας, της Ισπανίας και του Ηνωμένου Βασιλείου). Η συγκέντρωση αυτή ήταν αποτέλεσμα του κριτηρίου της ανεξαρτησίας των παραγωγών δεδομένου ότι οι πρακτικές όσον αφορά την κατοχή των δικαιωμάτων από μέρους των φορέων μετάδοσης παρουσίασαν ιδιαίτερες διαφορές ανάλογα με τη χώρα. Από την κτηθείσα πείρα στο πλαίσιο του MEDIA II επιβεβαιώθηκε ότι η αναμενόμενη αλλαγή στις πρακτικές της αγοράς απαιτούσε και νομοθετική παρέμβαση τόσο σε κοινοτικό επίπεδο (οδηγίες «τηλεόραση χωρίς σύνορα»)[9] όσο και σε επίπεδο κρατών μελών.

[9] Οδηγία 97/36/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 30ής Ιουνίου 1997, για την τροποποίηση της οδηγίας 89/552/ΕΟΚ του Συμβουλίου για τον συντονισμό ορισμένων νομοθετικών, κανονιστικών και διοικητικών διατάξεων των κρατών μελών σχετικά με την άσκηση τηλεοπτικών δραστηριοτήτων (ΕΕ L 202, της 30.7.1997 σ. 60-70).

2.2.4. Η στήριξη της παραγωγής και διανομής βίντεο και πολυμέσων

Στόχος της στήριξης αυτής ήταν η ενθάρρυνση της έκδοσης και διανομής καταλόγων πρόσφατων ευρωπαϊκών ταινιών και οπτικοακουστικών προγραμμάτων, από Ευρωπαίους εκδότες και διανομείς, σε κάθε μορφή βίντεο που προορίζεται για κατ' οίκον προβολή (VHS, DVD, CD-ROM).

Η στήριξη της έκδοσης και διανομής βίντεο και πολυμέσων αφορά 2476 τίτλους (εκ των οποίων 188 τίτλους πολυμέσων) τους οποίους παρουσίασαν 108 εταιρείες. Η ενίσχυση του MEDIA II ανήλθε συνολικά σε 10,4 εκατ. ευρώ. Η περίοδος αναφοράς παρουσίασε αύξηση δυναμικού στη μορφή DVD (40% των τίτλων που στηρίχθηκαν το 2000).

Σύμφωνα με την εκ των υστέρων αξιολόγηση, η στήριξη είχε περιορισμένη επίδραση στον τομέα. Ωφέλησε κυρίως τις τρεις κύριες αγορές του τομέα βίντεο, της Γαλλίας, του Ηνωμένου Βασιλείου και της Γερμανίας και μικρό αριθμό δικαιούχων. Πολλοί διανομείς μεσαίου μεγέθους δεν ζήτησαν ποτέ ενίσχυση από το MEDIA II.

Η σημασία της στήριξης (10,4 εκατ. ευρώ για 5 έτη) σε σχέση με το μέγεθος της τελικής αγοράς (7 δισεκατ. ευρώ το 2000) κρίθηκε περιορισμένη.

Οι διαπιστώσεις αυτές οδήγησαν στην αναθεώρηση, στο πλαίσιο του MEDIA Plus, των λεπτομερειών παρέμβασης στον τομέα αυτό[10].

2.2.5. Στήριξη της προώθησης

Ο στόχος ήταν να ενισχυθεί η προώθηση των ευρωπαϊκών ταινιών και προγραμμάτων και να διευκολυνθεί η πρόσβαση των ανεξάρτητων Ευρωπαίων παραγωγών και διανομέων στις επαγγελματικές αγορές. Οι παρεμβάσεις που στήριξε το πρόγραμμα MEDIA II ακολούθησαν δύο άξονες :

- Την παρουσία στις μεγαλύτερες αγορές της βιομηχανίας (αγορές ταινιών του Βερολίνου και των Κανών, MIPCOM, MIP-TV και MILIA) όπου οι ανεξάρτητοι επαγγελματίες μπόρεσαν να συγκροτηθούν σε ομάδες που αύξαναν την παρουσία τους και τους παρείχαν υπηρεσίες.

- Την παρουσία στις θεματικές αγορές (Forum Cartoon, Sunny side of the Doc κλπ.), όπου μπόρεσαν να οργανώσουν πραγματικές συναντήσεις «pitching» σχεδίων.

Κατά τη διάρκεια του προγράμματος MEDIA II στηρίχθηκαν 64 φεστιβάλ τα οποία προγραμμάτισαν 7.500 ευρωπαϊκά έργα για ένα κοινό που ξεπέρασε τα 2 εκατομμύρια άτομα, καθώς και 50 εκδηλώσεις και επαγγελματικές αγορές. Το συνολικό ποσό της χορηγηθείσας στήριξης για την περίοδο 1996-2000 ανήλθε σε 19,1 εκατ. ευρώ.

Όσον αφορά την παρουσία της βιομηχανίας στις σημαντικότερες αγορές, 400 ανεξάρτητες ευρωπαϊκές εταιρείες επωφελήθηκαν κατά τη διάρκεια του προγράμματος της κάλυψης του MEDIA. Το ποσοστό ικανοποίησης των χρηστών αυτών είναι υψηλό (π.χ. 85% στην περίπτωση του MIP-TV).

---

[10] Βλέπε παράγραφο 3.2.

Όσον αφορά τη στήριξη των θεματικών αγορών μόνο στο πλαίσιο του Forum Cartoon υποβλήθηκαν στους φορείς μετάδοσης (σε στάδια προκαταρκτικά της αγοράς ή στους παραγωγούς (για τις συμπαραγωγές)) 1164 ευρωπαϊκά σχέδια. Το είδος αυτό δράσης συμβάλλει αναμφισβήτητα στην επαγγελματοποίηση των ανεξάρτητων παραγωγών και τη θέσπιση θεματικών εκδηλώσεων προώθησης που αποτελούν αναφορά.

2.2.6. Στήριξη των καταλόγων

Στόχος είναι να υπάρξει χρηματοδοτική στήριξη στις εταιρείες διεθνούς διανομής τηλεοπτικών προγραμμάτων για την παραγωγή υλικού προώθησης (έκδοσης/ εκτύπωσης καταλόγων σε χαρτί ή επιγραμμικά), μεταγλώττιση και υποτιτλισμό και συμμετοχή στις διεθνείς αγορές (μίσθωση περιπτέρων κ.λπ.).

Κατά τη διάρκεια του προγράμματος MEDIA II, 62 εταιρείες επωφελήθηκαν από τη στήριξη των καταλόγων, για συνολικό ποσό 3,6 εκατ. ευρώ.

2.3. Επίδραση της πτυχής ανάπτυξης

2.3.1. Η στήριξη της ανάπτυξης σχεδίων

- Η στήριξη της ανάπτυξης μεμονωμένων σχεδίων

Η στήριξη αυτή χορηγείται για την ανάπτυξη σχεδίων μυθοπλασίας, ντοκιμαντέρ, κινουμένων σχεδίων ή έργων πολυμέσων που προορίζονται για προβολή σε κινηματογραφικές αίθουσες ή για τηλεοπτική μετάδοση και υποβάλλονται από ευρωπαϊκές ανεξάρτητες εταιρείες παραγωγής.

1178 διαφορετικές εταιρείες επωφελήθηκαν από στήριξη ανάπτυξης, για συνολικό αριθμό 1714 σχεδίων. Το συνολικό ποσό της ενίσχυσης του MEDIA II ανήλθε σε 50,9 εκατ. ευρώ. Το μέσο ποσό ενίσχυσης ανά σχέδιο ανήλθε σε 30.000 ευρώ. Τα πλέον συνήθη σχέδια αφορούσαν μυθοπλασίες και ακολουθούσαν τα ντοκιμαντέρ.

- Η στήριξη στην ανάπτυξη σειράς σχεδίων (Slate Funding)

Ο μηχανισμός αυτός που είναι ριζικά νέος στη σύλληψή του θεσπίστηκε το 1999 και παρέσχε τη δυνατότητα χορήγησης κονδυλίων του προϋπολογισμού σε ευρωπαϊκές ανεξάρτητες εταιρείες παραγωγής για την ανάπτυξη σειράς σχεδίων. Έχει ως στόχο τις εταιρείες παραγωγής μεσαίου μεγέθους που έχουν ήδη εισχωρήσει στη διεθνή αγορά.

Κατά τη χρονική περίοδο 1999-2000, επελέγησαν 99 κατάλογοι, για συνολικό ποσό 12 εκατ. ευρώ περίπου και μέσο ποσό 125.000 ευρώ. Ο συνολικός αριθμός στηριχθέντων σχεδίων έφθασε τα 400. Οι μυθοπλασίες αντιπροσώπευαν τα τρία τέταρτα του συνόλου αυτού και ακολουθούσαν τα ντοκιμαντέρ. Παρατηρήθηκε σύντομα μία μετακίνηση των υποψηφιοτήτων που υποβάλλονταν στον μηχανισμό στήριξης μεμονωμένων σχεδίων προς τον μηχανισμό ανάπτυξης πακέτων σχεδίων (Slate Funding) που αποδεικνύει την προσαρμογή του νέου αυτού συστήματος στις ανάγκες των επιχειρήσεων μεσαίου μεγέθους.

2.3.2. Η στήριξη της ανάπτυξης δομών παραγωγής

- Η στήριξη της ανάπτυξης εταιρειών παραγωγής

Στόχος της στήριξης αυτής είναι η αύξηση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων. Έχει λάβει τη μορφή στήριξης για την κατάρτιση πενταετών επιχειρησιακών σχεδίων και στήριξης για την εφαρμογή των σχεδίων αυτών.

Μεταξύ του 1996 και του 2000, έλαβαν ενίσχυση στο πλαίσιο του μηχανισμού αυτού 186 εταιρείες για συνολικό ποσό 8,4 εκατ. ευρώ. Το μέσο ποσό χορηγηθέντων δανείων ανήλθε περίπου σε 100.000 ευρώ. Η εισαγωγή της ανάπτυξης πακέτων σχεδίων (Slate Funding) το 1999 οδήγησε σε μείωση των υποψηφιοτήτων και των πόρων που εγκρίνονταν για αυτό το είδος στήριξης. Η ανάπτυξη πακέτων σχεδίων (Slate Funding) εμφανίστηκε ως μέσο που επίσης προοριζόταν να στηρίξει τις μεσοπρόθεσμες στρατηγικές των εταιρειών και το οποίο ήταν ελαστικότερο ως προς τις λεπτομέρειές του.

- Στήριξη βιομηχανικών βάσεων

Ο μηχανισμός αυτός προοριζόταν να ενθαρρύνει την εισαγωγή στο δίκτυο ευρωπαϊκών ανεξάρτητων εταιρειών παραγωγής οι οποίες ανέπτυσσαν σχέδια κινουμένων σχεδίων, παραγωγές που βασίζονταν στις νέες τεχνολογίες και παραγωγές που επέτρεπαν την αξιοποίηση της κινηματογραφικής και οπτικοακουστικής κληρονομιάς. Η ενίσχυση χορηγήθηκε στη βιομηχανική βάση που ήταν αρμόδια για την αναδιανομή και στο συμβούλιο παραγώγων μελών του δικτύου.

Δύο άλλες βάσεις επελέγησαν κατά το πρόγραμμα MEDIA II : Η Multimedia Investissement και η Cartoon.

2.3.3. Επίδραση της πτυχής ανάπτυξη

Η ενίσχυση στην ανάπτυξη έχει ως αποτέλεσμα την ευαισθητοποίηση των επαγγελματιών για τη σημασία του βιομηχανικού σταδίου της ανάπτυξης παρέχοντάς τους πρόσβαση σε χρηματοδοτικά μέσα για να αναπτύξουν τα προϊόντά τους. Παρέσχε τη δυνατότητα στους παραγωγούς να δοκιμάσουν τις ιδέες τους και να μην παράγουν σχέδια με αβέβαιο δυναμικό βιωσιμότητας ή αποδοτικότητας.

Αντίθετα, η οικονομική επίδραση της ενίσχυσης αυτής στα επίπεδα επενδύσεων είναι δύσκολο να υπολογιστεί ποσοτικά. Μπορούμε ωστόσο να θεωρήσουμε ότι ο μηχανισμός ήταν ιδιαίτερα ενδιαφέρων για τους μεσαίους παραγωγούς διότι τους επέτρεψε να αυξήσουν τον όγκο επενδύσεων και να βελτιώσουν την οικονομική κατάσταση των εταιρειών τους. Για τους μικρούς παραγωγούς, αποτέλεσε εναλλακτική λύση έναντι των επαχθών τραπεζικών χρηματοδοτήσεων. Η σημασία της ενίσχυσης σε σχέση με τις συνολικές αναπτυξιακές επενδύσεις ήταν λίγο ή πολύ σημαντική ανάλογα με το μέγεθος της δικαιούχου εταιρείας (μικρής ή μεσαίας επιχείρησης) και της χώρας προέλευσης (με μεγάλη ή μικρή ικανότητα παραγωγής). Τα ποσά των αναπτυξιακών ενισχύσεων ανά σχέδιο (23.000 έως 35.000 ευρώ ανάλογα με την κατηγορία του έργου) αποδείχθηκαν ανεπαρκή για να είναι ελκυστικά και να ασκήσουν πραγματική επίδραση στη χρηματοδότηση της ανάπτυξης.

2.4. Επίδραση της πτυχής κατάρτιση

Το MEDIA II στον τομέα της κατάρτισης επεδίωξε τους ακόλουθους στόχους :

- Την κατάρτιση (αρχική και συνεχή) των επαγγελματιών, ιδίως σε σχέση με την ευρωπαϊκή διάσταση των αγορών και τη χρησιμοποίηση των νέων τεχνολογιών,

- την προώθηση της συνεργασίας και των ανταλλαγών τεχνογνωσίας μέσω της εγκαθίδρυσης ενός δικτύου επαγγελματιών και της ανάπτυξης της κατάρτισης των εκπαιδευτών, καθώς και της κατάρτισης εξ αποστάσεως.

Οι ενέργειες στον τομέα της κατάρτισης διαρθρώθηκαν γύρω από τρεις γνωστικούς τομείς : την οικονομική και εμπορική διαχείριση, τη χρήση και την ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών για την παραγωγή οπτικοακουστικών προγραμμάτων και τις τεχνικές συγγραφής σεναρίων.

Κατά τη χρονική περίοδο 1996-2000, συγχρηματοδοτήθηκαν 186 δράσεις κατάρτισης οι οποίες συγκέντρωσαν 8691 συμμετέχοντες. Η συνεισφορά του MEDIA II ανήλθε σε 39,7 εκατ. ευρώ, για συνολικό κόστος 94,9 εκατ. ευρώ. Οι πρωτοβουλίες που συνδέονται με τις νέες τεχνολογίες ήταν εκείνες που συγκέντρωσαν τον μεγαλύτερο αριθμό συμμετεχόντων, ακολουθούμενες από εκείνες που αφορούσαν τη διοίκηση και τις τεχνικές συγγραφής. Ένα ευρύ φάσμα συμμετεχόντων (από τα πανεπιστήμια μέχρι την Ένωση) επωφελήθηκε από την πτυχή κατάρτιση του MEDIA II.

Κατά τη διάρκεια του προγράμματος, η προσφορά της κατάρτισης που προερχόταν από τους εισηγητές αυτούς προσαρμόστηκε κατά κάποιον τρόπο στις καθορισθείσες προτεραιότητες (τους τρεις μεγάλους γνωστικούς τομείς) και τις προσδοκίες των επαγγελματιών. Η βελτίωση του παιδαγωγικού περιεχομένου υπήρξε αισθητή. Επίσης καταβλήθηκαν προσπάθειες όσον αφορά την πληροφόρηση και τη διευκρίνηση των στόχων ώστε να προσαρμοστούν καλύτερα στο κοινό στο οποίο απευθύνονταν. Επίσης σημειώθηκε αύξηση της προσφοράς κατάρτισης στις χώρες με χαμηλό δυναμικό παραγωγής ή περιορισμένη γλωσσική διάδοση.

Η σημασία της πτυχής κατάρτιση μπορεί να μετρηθεί μόνο μεσοπρόθεσμα ή μακροπρόθεσμα. Ωστόσο φαίνεται ήδη ότι οι δράσεις κατάρτισης που χρηματοδοτούνται στο πλαίσιο του MEDIA II έχουν συμβάλει στη βαθιά αλλαγή νοοτροπίας και στην πρακτική που εφαρμόζουν οι ανεξάρτητοι Ευρωπαίοι επαγγελματίες οι οποίοι λαμβάνουν πλέον περισσότερο υπόψη τους την ευρωπαϊκή διάσταση, το στάδιο της ανάπτυξης, τις τελικές αγορές, καθώς και τη θέσπιση διεθνικών συνεργασιών και αυθόρμητων δικτύων.

Τα εργαστήρια που έχουν ως αντικείμενο τα μεμονωμένα σχέδια των συμμετεχόντων ήταν ιδιαίτερα ευεργετικά για τον καλύτερο προσανατολισμό, την καλύτερη διαλογή, την καλύτερη ανάπτυξη, την καλύτερη παραγωγή και την καλύτερη πώληση των σχεδίων αυτών. Επίσης παρέσχον τη δυνατότητα θέσπισης ενός δικτύου επαφών μεταξύ των ανεξαρτήτων παραγωγών διαφορετικών χωρών ώστε να έχουν ευκολότερη πρόσβαση σε ορισμένα άτομα-πηγές ανάπτυξης, το χρηματοοικονομική πλαίσιο, τη συσκευασία, την εμπορική προώθηση, την πώληση και τη διανομή των σχεδίων. Οι σχέσεις που αναπτύχθηκαν με την ευκαιρία των καταρτίσεων αυτών κινούνταν από τις μεμονωμένες συμπαραγωγές μέχρι την

πώληση προγραμμάτων και μπόρεσαν να καταλήξουν σε σταθερές εταιρικές σχέσεις.

Η επένδυση για πρωτοβουλίες αρχικής κατάρτισης κρίθηκε λιγότερο αποδοτική όσον αφορά τη συνολική επίδραση λόγω της έλλειψης προηγούμενης πείρας των συμμετεχόντων και σύνδεσής με την επαγγελματική πρακτική.

3. ΑΝΑΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΤΗΣ ΚΟΙΝΟΤΙΚΗΣ ΔΡΑΣΗΣ ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ MEDIA II

3.1. Αναπροσαρμογές κατά τη διάρκεια του προγράμματος

Το πρόγραμμα MEDIA II αποτέλεσε αντικείμενο πολλών αναπροσαρμογών που βασίζονται στην ανάλυση της εξέλιξης της αγοράς των οπτικοακουστικών προγραμμάτων. Οι αναπροσαρμογές αυτές είχαν ως στόχο την καλύτερη ανταπόκριση του προγράμματος στις ανάγκες της ευρωπαϊκής βιομηχανίας και τη μεγιστοποίηση των διαρθρωτικών αποτελεσμάτων του.

Έτσι θεσπίστηκαν, κατά τη διάρκεια του προγράμματος, δύο μηχανισμοί που προορίζονταν για μεσαίες επιχειρήσεις, που είχαν ήδη χρηματοοικονομική ικανότητα και πείρα στη διεθνή αγορά: το σύστημα αυτόματης στήριξης στην κινηματογραφική διανομή και η στήριξη για την ανάπτυξη σειράς σχεδίων (Slate Funding).

Ο πρώτος μηχανισμός (αυτόματης στήριξης στην παραγωγή) ετέθη καταρχάς σε εφαρμογή πειραματικά το 1997 και μετά παρατάθηκε μέχρι το τέλος του προγράμματος, με αυξημένα κονδύλια προϋπολογισμού, βάσει των θετικών συμπερασμάτων της ενδιάμεσης αξιολόγησης του MEDIA II[11]. Ο δεύτερος μηχανισμός (Slate Funding) εισήχθη το 1999 βάσει συστάσεων που διατυπώθηκαν στο πλαίσιο αυτής της ενδιάμεσης αξιολόγησης.

Ενισχύθηκε η παραπληρωματικότητα μεταξύ των δύο αυτών νέων μηχανισμών και των ήδη υπαρχόντων (επιλεκτική στήριξη της διανομής και στήριξη για την ανάπτυξη μεμονωμένων σχεδίων). Αν λάβουμε για παράδειγμα τη στήριξη της διανομής, διαπιστώνουμε ότι η επιλεκτική ενίσχυση αφορά ταινίες με χαμηλό αρχικό εμπορικό δυναμικό οι οποίες αντιπροσωπεύουν, ως εκ τούτου, μεγαλύτερο κίνδυνο για τον διανομέα. Παρέσχε τη δυνατότητα στις ταινίες αυτές να προβληθούν και να αξιολογηθούν μέσω συμπληρωματικών μέσων (μεταγλώττισης, παραγωγής αντιτύπων, εκστρατείας προώθησης). Η αυτόματη ενίσχυση αφορούσε αντίθετα ταινίες πιο εμπορικές και υψηλότερους προϋπολογισμούς. Όσον αφορά τη στήριξη της ανάπτυξης, το Slate Funding παρέσχε στις μεσαίου μεγέθους εταιρείες ελαστική στήριξη και μεγαλύτερη οικονομική παρουσία. Η διατήρηση του μηχανισμού στήριξης μεμονωμένων σχεδίων επέτρεψε τον μη αποκλεισμό από την ενίσχυση του MEDIA II εταιρειών μικρότερου μεγέθους.

---

[11] Έκθεση της Επιτροπής για τα επιτευχθέντα αποτελέσματα στο πλαίσιο του προγράμματος MEDIA II κατά τη χρονική περίοδο 1.1.1996 έως 30.6.1998, COM(1999) 91 τελικό.

3.2. Σύλληψη του προγράμματος MEDIA Plus (2001-2005)

Κατά την προώθηση της μελέτης του MEDIA Plus, δεν ετέθη υπό αμφισβήτηση η ανάγκη κοινοτικής στήριξης του οπτικοακουστικού τομέα. Το συμπέρασμα αυτό βασίστηκε στην οικονομική κατάσταση του τομέα που αποκάλυπτε τις σημαντικές ανάγκες της ευρωπαϊκής βιομηχανίας όσον αφορά την κατάρτιση, την ανάπτυξη και τη διανομή (βλ. τμήμα 1 της παρούσας έκθεσης). Ενώ οι πόροι που είχαν τεθεί στη διάθεση του MEDIA II ανέρχονταν σε 310 εκατ. ευρώ για το MEDIA Plus κινητοποιήθηκαν 400 εκατ. ευρώ.

Η κτηθείσα πείρα κατά την εφαρμογή του MEDIA II επηρέασε τη σύλληψη του MEDIA Plus κατά τον ακόλουθο τρόπο: Η συγκέντρωση των μέσων στους τρεις τομείς παρέμβασης - κατάρτιση, ανάπτυξη και διανομή - διατηρήθηκε. Τα μέσα όμως που τέθηκαν σε εφαρμογή στο πλαίσιο του MEDIA II προσαρμόστηκαν σε συνάρτηση με τα αποτελέσματα που σημειώθηκαν κατά τη χρονική περίοδο 1996-2000 και με την εξέλιξη των αναγκών του τομέα.

Στον τομέα της κατάρτισης, η κύρια αναπροσαρμογή του προγράμματος συνίστατο στην εισαγωγή ενός κινήτρου για την εγκαθίδρυση ευρωπαϊκών δικτύων των κέντρων αριστείας, τόπου συντονισμού των δραστηριοτήτων των ιδρυμάτων κατάρτισης.

Στον τομέα της ανάπτυξης, οι μηχανισμοί στήριξης για την ανάπτυξη των δομών παραγωγής καταργήθηκαν υπέρ μηχανισμών ενίσχυσης για την ανάπτυξη σχεδίων. Η ανάπτυξη πακέτων σχεδίων (Slate Funding) απεδείχθη κατάλληλη για το ρόλο της χρηματοδότησης και της διάρθρωσης μίας επιχείρησης βραχυπρόθεσμα ή μεσοπρόθεσμα. Εφαρμόστηκε και στο πλαίσιο του MEDIA Plus.

Στον τομέα της διανομής:

– Η στήριξη των καταλόγων αντικαταστάθηκε από τη στήριξη για την ψηφιοποίηση των έργων και τη δημιουργία υλικού προώθησης και διαφήμισης με δικτυακά μέσα.

– Το αυτόματο σύστημα στήριξης της κινηματογραφικής διανομής διατηρήθηκε και χορηγήθηκαν υψηλότερα κονδύλια.

– Η ενίσχυση στους πράκτορες πωλήσεων εφαρμόστηκε εκ νέου στο πλαίσιο της επιλεκτικής στήριξης.

– Η στήριξη του βίντεο και των πολυμέσων όπως προβλεπόταν στο πλαίσιο του MEDIA II αντικαταστάθηκε από ένα μηχανισμό αυτόματης στήριξης στους εκδότες και τους διανομείς ευρωπαϊκών έργων για ιδιωτική χρήση (βίντεο, DVD και CD-Rom).