



KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER

Bruxelles, den 24.11.2003

KOM(2003) 725 endelig

**BERETNING FRA KOMMISSIONEN TIL RÅDET, EUROPA-PARLAMENTET,
DET EUROPÆISKE ØKONOMISKE OG SOCIALE UDVALG OG
REGIONSUDVALGET**

**Midtvejsrapport om gennemførelsen og resultaterne af Media Plus og Media-
uddannelse (2001-2005) samt resultaterne af den forberedende foranstaltning "Vækst og
av-sektoren: i2i av-initiativet"**

**BERETNING FRA KOMMISSIONEN TIL RÅDET, EUROPA-PARLAMENTET,
DET EUROPÆISKE ØKONOMISKE OG SOCIALE UDVALG OG
REGIONSUDVALGET**

Midtvejsrapport om gennemførelsen og resultaterne af Media Plus og Media-uddannelse (2001-2005) samt resultaterne af den forberedende foranstaltning "Vækst og av-sektoren: i2i av-initiativet"

INDLEDNING

Media Plus og Media-uddannelse

Programmerne Media Plus og Media-uddannelse blev oprettet ved to EU-afgørelser:

- Rådets afgørelse 2000/821/EF af 20. december 2000 om iværksættelse af et program til fremme af udvikling, distribution og markedsføring af europæiske audiovisuelle produktioner (Media Plus - Udvikling, distribution og markedsføring)
- Europa-Parlamentets og Rådets afgørelse nr. 163/2001/EF af 19. januar 2001 om iværksættelse af et uddannelsesprogram for branchefolk inden for den europæiske audiovisuelle programindustri (Media-uddannelse).

I henhold til de to nævnte afgørelser omfatter Media Plus og Media-uddannelse i første omgang perioden 2001-2005. Den 16.4.2003¹ fremsatte Kommissionen imidlertid et forslag til Rådet og Europa-Parlamentet om at forlænge Media Plus og Media-uddannelse indtil den 31. december 2006 med det formål at afpasse Media-programmernes varighed efter de finansielle perspektiver. Kommissionens forslag er nu til behandling.

Media Plus og Media-uddannelse er en opfølgning af Media II (1996-2000) og Media I (1991-1995). Disse tre generationer af Media-programmer har haft en fælles målsætning, nemlig at forbedre den europæiske audiovisuelle programindustri's strukturer og konkurrenceevne.

Med en budgetramme på 200 mio. EUR har Media I sat branchefolk i medlemsstaterne i stand til at styrke deres position på deres respektive nationale markeder og samtidig givet dem adgang til nye former for grænseoverskridende samarbejde (koproduktioner, grænseoverskridende samarbejde, partnerskaber, sammenslutning af virksomheder etc.).

Media II har med et budget på 310 mio. EUR prioriteret at koncentrere sin indsats om tre sektorer: erhvervsuddannelse, udvikling af projekter og virksomheder, tværnational distribution af film og av-programmer.

¹ KOM(2003) 191 endelig af 16.4.2003 for Media Plus og KOM(2003) 188 endelig af 16.4.2003 for Media-uddannelse.

Media Plus og Media-uddannelse adskiller sig på flere måder fra deres forgængere:

- budgetbevillingerne er væsentligt forøget (400 mio. EUR, heraf 350 mio. til Media Plus og 50 mio. til Media-uddannelse)
- der er fastsat fire prioriteter for intervention: erhvervsuddannelse, udvikling, distribution og - markedsføring - hvilket er noget nyt i forhold til Media II, hvor markedsføring ikke blev fremhævet som en særlig prioritet
- iværksættelse af pilotprojekter med det formål at udnytte ny teknologi - f.eks. digitalisering - jf. artikel 10 i afgørelsen om iværksættelse af Media Plus
- referenceperioden er karakteriseret ved integration og stadig større deltagelse i programmerne for de tiltrædende stater vedkommende
- parallelt med Media Plus afprøves der en forberedende foranstaltning med betegnelsen "Vækst og av-sektoren: i2i av-initiativet" i 2002 og 2003.

Den forberedende foranstaltning "Vækst og av-sektoren: i2i av-initiativet"

På Det Europæiske Råd i Lissabon den 23. og 24. marts 2000 fastsatte regerings- og statscheferne en ny målsætning for Unionen: "at blive den mest konkurrencedygtige og dynamiske videnbaserede økonomi i verden." Det Europæiske Råd opfordrede navnlig "Fællesskabet og medlemsstaterne til med støtte fra EIB at stille billige, sammenkoblede højhastighedsnetværk til Internet-adgang til rådighed i alle europæiske lande samt fremme udviklingen af avancerede informationsteknologier og andre telekommunikationsnet samt af nettenes indhold."

Som en opfølging af konklusionerne på Det Europæiske Råd i Lissabon har EIB-gruppen lanceret initiativet "Innovation 2000", som har til formål at fremme investering i it-samfundet, forskning - udvikling, innovation, konkurrenceevne og menneskelig kapital. I forbindelse med foranstaltninger til udvikling af it-teknologi har EIB-gruppen besluttet at støtte fremskyndelse af formidlingsprocessen, navnlig på medieområdet, og har indført underprogrammet i2i av-initiativet.

Som supplement til EIB-gruppens initiativ har budgetmyndigheden givet Kommissionen tilladelse til et eksperiment med den forberedende foranstaltning "Vækst og av-sektoren: i2i av-initiativet". Denne forberedende foranstaltning tager sigte på at forbedre den europæiske av-sektorens konkurrenceevne og kreativitet samt at give sektoren mulighed for at tilpasse sig til ny teknologi ved at lempe de europæiske virksomheders bank- og finansieringsudgifter inden for denne sektor.

Rapportens formål

Denne rapport har til formål, at:

- evaluere resultaterne af Media Plus og Media-uddannelse efter de første to år, jf. artikel 12, stk. 3, i afgørelse 2000/821/EF og artikel 9, stk. 4, i afgørelse nr. 163/2001/EF. I disse artikler hedder det, at Kommissionen "forelægger Europa-

Parlamentet, Rådet, Det Økonomiske og Sociale Udvalg og Regionsudvalget en evalueringsrapport om programmets virkninger og effektivitet på grundlag af resultaterne efter to års gennemførelse. Denne rapport ledsages i givet fald af forslag til tilpasninger".

- evaluere de første resultater af i2i av-initiativet, jf. forpligtelserne med hensyn til evaluering af forberedende foranstaltninger ved udgangen af det andet gennemførelsesår.

Denne rapport:

- anbringer i første omgang Media Plus, Media-uddannelse og i2i av-initiativet i en økonomisk kontekst
- analyserer derefter resultaterne af disse tre instrumenter efter de første to år
- identificerer endelig de justeringer, der kan foretages for at sikre, at de tilpasses til den strukturelle udvikling inden for den europæiske av-sektor.

Denne rapport omfatter perioden 1. januar 2001-31. marts 2003. Den er baseret på konklusionerne af den midtvejsvurdering, der er foretaget af Media Plus og Media-uddannelse, samt vurderingen af resultaterne af den forberedende foranstaltning "Vækst og av-sektoren: i2i av-initiativet". De to vurderinger er foretaget af en uafhængig konsulent, efter at Kommissionen havde lanceret et offentligt udbud².

1. DÅRLIGE STRUKTURER OG KONJUNKTURER

De første to år af Media Plus, Media-uddannelse og i2i av-initiativet har været præget af foruroligende økonomiske forhold. Svaghederne ved den europæiske sektor for av-produkter er hovedsagelig af strukturel karakter (indre marked med ringe bevægelsesmuligheder for ikke-nationale europæiske produktioner, problemer med adgang til finansiering). De er blevet forværret af konjunkturerne (krise med hensyn til tv-selskabers finansiering af av). Endelig er der også dukket nye udfordringer op i form af tilpasning til ny teknologi og de tiltrædende landes deltagelse i programmerne.

1.1. Et indre av-marked, som endnu ikke fungerer perfekt

Det europæiske av-marked er i sagens natur opsplittet og ligger langt fra det ideelle åbne marked med fri konkurrence.

Av-produkter er for det første kulturelle værker, som har rod i en national og/eller regional kontekst og i et sprog. Denne forskellighed ligger naturligvis til grund for den europæiske av-sektors kulturrigdom og forklarer, hvorfor sektoren i høj grad er uafhængig. Men på det nuværende marked generer forskellighedene ikke-nationale værkers bevægelighed og hindrer den europæiske industri i at vinde markedsandele i forhold til konkurrenterne.

² Indkaldelse af bud nr. S230-182-679, tildelt til virksomheden APRIL.

Den kulturelle forskellighed giver sig også udtryk i en opsplitning mellem lande med begrænset produktionskapacitet og/eller et begrænset sprogligt og geografisk område³, hvor produktionsomfanget i sagens natur begrænses af markedernes størrelse, og lande, hvis produktionskapacitet (produktionsomfang i forhold til befolkning) overstiger de andres⁴.

Endelig består den europæiske av-sektor hovedsagelig af små og mellemstore virksomheder samt mikrovirksomheder. Deres overlevelsesmuligheder står og falder ofte med et enkelt projekt. Endvidere er det vanskeligt for dem at få adgang til finansiering på grund af de risici, der er forbundet med deres aktiviteter: begrænset egenkapital, uvished om projekters rentabilitet, som f.eks. afhænger af publikums smag, kulturelle aspekter etc. Disse selskaber mangler derfor ofte midler til at vedtage og gennemføre virksomhedsstrategier på mellemlang sigt.

Det er svært for den europæiske av-industri at afhjælpe disse handicap.

Den afsætter stadig alt for få midler til at udvikle projekter (drejebøger, finansiering og udarbejdelse af markedsføringsstrategi), selvom den indledende fase - jævnfør den amerikanske av-industri - er af afgørende betydning for værkernes kvalitet og eksportmuligheder. I Europa udgør udviklingsudgifterne 2 eller 3% af produktionsbudgettet i modsætning til 10-12% for større amerikanske selskaber.

I Europa er den indledende fase endvidere kendetegnet ved manglende uddannelse af av-folk. Derfor er der ingen virksomhedsstrategi på europæisk niveau, og man risikerer at stå tilbage med forældede kvalifikationer og praksisser ved indførelse af ny teknologi.

Med hensyn til den afsluttende fase er distributionssektoren fortsat opsplittet på nationale enheder. Derfor er sektoren mindre konkurrencedygtig, både på verdensmarkedet og på det europæiske marked. De amerikanske filmdistributørers markedsandel udgør således i gennemsnit 50% i Europa og når op på 80% i Det Forenede Kongerige og 70% i Tyskland. Denne situation gør det berettiget at anvende en stor del af Media Plus-budgettet til distribution.

1.2. Europæiske værker, som endnu ikke bevæger sig problemfrit uden for oprindelseslandet

Utilstrækkelig bevægelse for ikke-nationale europæiske værker er det vigtigste tegn på strukturelle vanskeligheder i den europæiske av-sektor.

Ser man f.eks. på biografsektoren, så kan man således konstatere, at amerikanske værker tegner sig for hovedparten af markedet i Europa (ca. 66% i 2000)⁵, efterfulgt af nationale værker. Ikke-nationale film kommer langt bagefter på en tredjeplads med en markedsandel på ca. 11%. De bevæger sig kun i begrænset

³ Lande med begrænset produktionskapacitet og/eller et begrænset sprogligt og geografisk område under Media II: Belgien, Danmark, Finland, Grækenland, Irland, Island, Liechtenstein, Luxembourg, Nederlandene, Norge, Portugal, Sverige og Østrig.

⁴ Det Forenede Kongerige, Tyskland, Frankrig, Italien og Spanien.

⁵ Kilde: IMCA-undersøgelse.

omgang og når sjældent op på over 50 000 solgte billetter uden for deres oprindelsesland.

Denne situation medfører navnlig et løbende underskud i udvekslingen af audiovisuelle værker mellem Europa og USA (7-8 mia. EUR hvert år). Den skader også den europæiske programindustri's rentabilitet og udvikling.

Nu om dage har av-sektoren imidlertid et enormt økonomisk udviklingspotentiale på grund af en stadigt stigende efterspørgsel og nye teknologier og markeder. Hvis det europæiske udbud fortsat hindres i at udvikle sig, risikerer man, at dette potentiale ender med at komme den europæiske industri's konkurrenter til gode, og det vil således skade beskæftigelsen og væksten i Europa direkte.

1.3. Konjunkturer, som er blevet forringet i perioden 2001-2002

Den europæiske av-industri befinder sig i øjeblikket i en økonomisk krise, hvilket giver sig udtryk i større problemer med at få adgang til finansiering. Denne krise skal ses i sammenhæng med den verdensomspændende opbremsning i væksten efter hændelserne den 11. september 2001.

Ser man f.eks. på spillefilm, så kan man konstatere, at fjernsynskanalerne's finansiering er faldet mærkbart i perioden 2001-2003. Af programmerne fremgår det, at kanalerne har tendens til gradvist at erstatte film med national tv-fiktion og reality shows. Antallet af europæiske film, som kanalerne forhåndsfinansierer, er faldet tilsvarende. Denne udvikling har en negativ indvirkning på kreativiteten og europæiske films bevægelighed.

I den forbindelse bør det undersøges, om en forøgelse af kilderne til finansiering af selvstændig produktion, navnlig ved at udvikle europæiske koproduktioner, er en mulig udvej.

1.4. Nye udfordringer

Media Plus, Media-uddannelse og i2i av-initiativet intervenserer i dag på et marked, hvor der sker en afgørende udvikling på flere områder.

For det første er man vidne til en hurtig udvikling inden for ny teknologi, navnlig digitalisering. Her er situationen for den europæiske spillefilmsdistribution ved at blive foruroligende, for selvom der allerede findes digitale udgaver af film, er der endnu ikke sket ændringer inden for sektoren. Næsten alle biografer anvender stadig traditionelt fremvisningsudstyr.

For det andet er de øst- og centraleuropæiske lande, som snart skal tiltræde EU, gradvist begyndt at deltage i perioden 2001-2003. Denne entré gør det europæiske marked endnu mere forskelligartet, for afstanden til de 15 nuværende medlemsstater er stor. Investeringskapaciteten, den offentlige støtte og bestillingerne er af meget mere begrænset omfang i disse lande end i resten af Europa.

2. MEDIA PLUS, MEDIA-UDDANNELSE OG I2I AV-INITIATIVET: MÅLSÆTNINGER INDFRIET I PERIODEN 2001-2003

Fællesskabets intervention i av-sektoren har siden Media I taget udgangspunkt i de strukturelle problemer, der er konstateret inden for den europæiske av-sektor. Som det fremgår af de første resultater af Media Plus, Media-uddannelse og i2i av-initiativet er denne tilgang stadig anvendelig, og finansiel støtte på EU-niveau er mere tiltrængt end nogensinde før.

2.1. Hensigtsmæssige prioriteter i betragtning af den europæiske av-sektors strukturelle vanskeligheder

2.1.1. Media-uddannelse

Det nye europæiske av-marked og de nye teknologier kræver tilpasning af erhvervskompetencen. Media-uddannelse koncentrerer sin indsats om denne målsætning ved at uddanne branchefolk inden for anvendelse af ny teknologi, navnlig digitalisering, til produktion og distribution, økonomisk, finansiel og kommerciel forvaltning som garant for troværdige virksomheder, der retter blikket mod eksterne markeder, teknikker til affattelse af drejebøger og fortællekunst, som er uundværlige, hvis man skal forbedre kvaliteten og mulighederne for at eksportere europæiske værker.

2.1.2. Media Plus – Udvikling, distribution og markedsføring

Bedre udvikling af europæiske værker er en absolut forudsætning for en produktion af bedre kvalitet, som i højere grad er tilpasset standarderne på det internationale marked. Det er målsætningen for Media Plus, udviklingsdelen, som således medvirker til at styrke den europæiske av-industris strukturer og konkurrenceevne.

På distributionsområdet har Media Plus som målsætning at afhjælpe det vigtigste tegn på svagheder inden for den europæiske industri, nemlig utilstrækkelig bevægelighed for europæiske ikke-nationale film og programmer, med en direkte aktion. Det vigtigste instrument er fortsat støtte til distribution af europæiske film uden for oprindelseslandet, suppleret med aktioner rettet mod biografer (Europa Cinema netværket), tv-spredning og salgsagenter.

Media Plus støtter en række initiativer inden for markedsføring og festivaler med det formål at fremme markedsføring af uafhængige europæiske produktioner og deres adgang til det internationale marked. Formålet er at gøre europæiske værker mere synlige og sørge for, at europæiske virksomheder får større udbytte af at være til stede på de forskellige markeder inden og uden for Europa.

Endelig har støtten til pilotprojekter til formål at imødekomme den europæiske av-industris behov for tilpasning til nye teknologier.

2.1.3. Den forberedende foranstaltning i2i

I2i tager udgangspunkt i de vanskeligheder, SMV'er og mikrovirksomheder har med at få adgang til bankfinansiering. Foranstaltningen har til formål at lempe bank- og finansieringsudgifterne for disse centrale aktører i den europæiske av-sektor og dermed at give dem bedre udviklingsbetingelser.

2.1.4. Bevis for de europæiske prioritetes relevans: en stadig stigende efterspørgsel fra markedets aktører

Antallet af anmodninger om finansiel støtte fra Media stiger støt, navnlig på udviklings- og distributionsområdet. Inden for udviklingssektoren blev der f.eks. indsendt 352 projekter i 2001, 574 i 2002 og 778 i 2003, svarende til en stigning på 120% i forhold til 2001.

Denne kraftige stigning kan ikke alene tilskrives de nye landes (de tiltrædende staters) deltagelse i programmet. Den skyldes også, at branchefolk i højere grad føler, at det er nødvendigt at integrere den europæiske dimension i deres økonomiske aktiviteter.

Bagsiden af medaljen er det stigende behov, som ikke dækkes. For at vende tilbage til eksemplet med udviklingssektoren så gjorde budgetstigningen som følge af de tiltrædende landes deltagelse det kun muligt at øge antallet af finansierede projekter med 33,5% (steg fra 209 i 2001 til 279 i 2003), selvom antallet af ansøgninger steg med 120% i perioden 2001-2003.

2.2. De første resultater i tal som viser, at Media Plus, Media-uddannelse og i2i av-initiativet når deres mål

Nedenstående resultater giver et overblik over gennemførelsen af Media Plus, Media-uddannelse og i2i av-initiativet i perioden 2001-2003. Den hastige udvikling i av-sektoren, som bestemt sprænger denne tidshorisont, bevirker imidlertid, at der endnu ikke foreligger en kvantificeret evaluering af de tre støttemekanismers økonomiske, sociale og erhvervsfaglige konsekvenser.

2.2.1. Resultaterne af uddannelsesdelen

Det kan i meget høj grad tilskrives Media-uddannelse, at der findes uddannelser med en europæisk dimension. Fællesskabets finansielle støtte udgør i gennemsnit 49% af udgifterne til uddannelse og er af altafgørende betydning for de støttede projekters levedygtighed.

42% af uddannelserne har været inden for ny teknologi, 32% inden for management og 27% inden for teknikker til affattelse af drejebøger.

Uddannelserne - hovedparten efteruddannelser - er af høj kvalitet. Den brede vifte af udvalgte støttemodtagere, som den eksterne konsulent hørte i forbindelse med midtvejsvurderingen, har bekræftet, at bedre tekniske kompetencer og kundskaber blandt folk i branchen, navnlig inden for ny teknologi, får konsekvenser på sigt.

Uddannelserne giver også deltagerne mulighed for at knytte bånd til eventuelle partnere, navnlig med henblik på europæiske koproduktioner.

2.2.2. Resultaterne af udviklingsdelen

Målene for udviklingsdelen nås ved at gøre branchen bevidst om udviklingsfasens betydning, samtidig med at den får adgang til flere finansielle midler (Media-støtten udgør i gennemsnit 16% af udgifterne til udvikling). Støtten er stor nok til at begrænse uafhængige producenters risici.

De instrumenter, som anvendes under udviklingsdelen, er fint afpasset efter sektorens forhold ("Slate Funding" for mellemstore virksomheder, individuelle projekter for mindre virksomheder).

Støtten er fordelt tilfredsstillende på de forskellige genrer (fiktion, dokumentarfilm, tegne- og dukkefilm, multimedier). Mange af de støttede projekter bliver til produktioner og bekræfter udviklingsstøttens gavnlige virkning.

2.2.3. *Resultaterne af distributionsdelen*

2.2.3.1. Aktionen "Distribution af spillefilm"

De to gældende ordninger (selektiv støtte og automatisk støtte) har givet tilfredsstillende resultater i overensstemmelse med de fastsatte målsætninger: 90% af de film, der er distribueret uden for deres nationale område i evalueringens referenceperiode, har fået Media-støtte.

- Selektiv støtte til distribution af spillefilm

Støttemodtagerne har i gennemsnit fået dækket 27% af udgifterne til distribution, svarende til en væsentlig dækning af risici. Der regnes i gennemsnit med 5,5 nationale distributionskampagner pr. støttet film.

- Automatisk støtte til distribution af spillefilm

Støtten er steget fra 12,2 mio. EUR til 20 mio. EUR på grund af de succesfulde europæiske spillefilm i de pågældende to år. Der er reinvesteret 70% i minimumsgaranti, 28% i P&A og 1% i koproduktioner. Reinvesteringerne er hovedsageligt kommet franske og britiske værker til gode, men film fra lande med ringe produktionskapacitet og/eller et begrænset sprogligt og geografisk område tegner sig for mere støtte end, hvad der svarer til deres andel af de solgte billetter.

2.2.3.2. Aktionen "Salgsagenter"

Denne aktion er den seneste under distributionsdelen. Der blev kun indsendt og udvalgt ganske få ansøgninger i de to referenceår (17 projekter udvalgt hvert år). Resultaterne skal ses i forhold til antallet af europæiske salgsagenter: omkring 50. Men de gør det vanskeligt at foretage en kvantificeret evaluering, der er repræsentativ for aktionen.

Man kan dog bekræfte, at aktionen dækker et reelt behov. Den vedrører markedsføring og salg på internationalt plan af europæiske værker - som i dag er af afgørende betydning for den audiovisuelle sektor og dens konsolidering.

2.2.3.3. Aktionen "Tv-spredning"

Støtten til tv-spredning har opfyldt sin målsætning ved at bidrage til fremme af tv-produktioner med europæiske afsætningsmuligheder.

De støttede produktioner forenede hver især i gennemsnit 6,4 tv-selskaber. Media-støtten svarede i bedste fald til 20% af udgifterne til produktion af dokumentarfilm

og til 12,5% af udgifterne til produktion af fiktion og dukke- og tegnefilm. Dokumentarfilm var den bedst repræsenterede genre.

Selvom støtten til tv-spredning er bedre fordelt i forhold til Media II, gavner den fortsat hovedsagelig producenterne i et begrænset antal lande (Frankrig, Tyskland og Det Forenede Kongerige). Denne koncentration er en følge af kriteriet om uafhængige producenter (tv-selskaberne kan højst beholde deres rettigheder i 7 år), der lægges til grund for projekternes udvælgelse. I praksis er der fortsat stor forskel på, hvor længe tv-selskaberne beholder deres rettigheder i de enkelte lande.

2.2.3.4. Aktionen "Biografnet" (Europa Cinema)

Resultaterne af denne aktion i perioden 2001-2003 er i overensstemmelse med målsætningerne. Der blev ydet støtte til 700 biografer. Antallet af solgte billetter i forbindelse med europæiske produktioner steg med 18% og svarer til 59% af det samlede antal solgte billetter. Ikke-nationale europæiske værker tegnede sig i gennemsnit for 38% af de film, som netværkets biografer havde programmet med i 2002. I de biografer, der ikke deltager i netværket, tegnede ikke-nationale europæiske film sig kun for en markedsandel på 8%.

Man kan således konstatere, at der normalt er en positiv sammenhæng mellem antallet af Media-støttede biografer i et land og europæiske films markedsandel i det pågældende land. Media-programmet bidrager entydigt til at mindske den risiko, der kan være forbundet med at vise ikke-nationale europæiske biograffilm.

2.2.4. *Resultaterne af markedsførings- og festivaldelen*

Denne del har vist sig at være effektiv for ikke-nationale europæiske værkers bevægelse og spredning til offentligheden.

44% af de støttede projekter vedrørte markedsføringsaktioner, 56% markeder/festivaler. Europæiske værker tegnede sig i gennemsnit for 80% af programmet for de støttede festivaler, og derfor er denne del kendetegnet ved en kraftig europæisk merværdi.

2.2.5. *Resultaterne af pilotprojektdelen*

Antallet af pilotprojekter, der har modtaget støtte, er meget begrænset (5 projekter). Til gengæld udgjorde støtten 3,2 mio. EUR, så Media i gennemsnit har bidraget med 20,78 % til omkostningerne. Der har i gennemsnit været knyttet fire europæiske lande til gennemførelsen af dem.

Midtvejsevalueringen understreger, hvor relevante og af hvor stor strategisk betydning de problematikker, der behandles i pilotprojekterne, er: digitalisering af virksomhederne, for så vidt angår forevisning, onlineformidling eller -arkivering. Den fremhæver ligeledes, at der er store mangler, for så vidt angår digitalt indhold og udstyr i biograferne.

2.2.6. *Resultaterne af den forberedende foranstaltning i2i av-initiativet*

Den dækkede evalueringsperiode omfatter kun én udvælgelsesprocedure. 40 projekter har modtaget omkring 1 mio. EUR i støtte. Den gennemsnitlige Media-støtte pr. udvalgt projekt har været på 25 000 EUR.

Foranstaltningen har bidraget til effektivt at kompensere for en del af forskellen imellem de rentesatser, der er gældende for mikrovirksomheder, og dem, der gælder for større virksomheder. I2i har ligeledes gjort det muligt at nedbringe adgangsudgifterne til fuldførelsesgarantierne.

2.3. Fordelene ved finansiell støtte på EU-plan

Fordelene ved finansiell støtte på fællesskabsplan til europæiske branchefolk ligger ikke kun i, at den udgør en supplerende finansieringskilde i forhold til national støtte.

Endvidere går støtte på EU-plan ikke imod europæisk kulturel mangfoldighed: den har derimod til formål at give virksomheder i av-sektoren midler til bedst muligt at drage nytte af fordelene ved et indre marked i respekt for nationale særegenheder.

2.3.1. Branchefolkenes inddragelse af en europæisk dimension

Fordelene ved finansiell støtte på EU-plan er navnlig inddragelse af en europæisk dimension i de støttede projekter, som ikke ville være til stede, hvis de udvælgelsesmekanismer, der anvendes i forbindelse med Media, ikke lagde vægt på dette aspekt. At aktørerne bliver sig bevidst, at der findes et europæisk marked, er en af betingelserne for, at de bedst muligt kan drage nytte af dets potentiale, og at øge udbredelsen af ikke-nationale europæiske produktioner.

Således bliver man lidt efter lidt vidne til en virkelig gennemgribende mentalitetsændring og ændret praksis hos europæiske av-branchefolk og til etablering af netværk på EU-plan for dem.

2.3.2. Genoprettelse af balancen de europæiske lande imellem

Fællesskabsstøtten har ligeledes en indvirkning, for så vidt angår de nationale økonomier: den bidrager til at rette op på balancen mellem de små lande, hvor der ofte slet ikke ydes national støtte eller kun i meget begrænset omfang, og de store lande. Som det fremgik af punkt 1.1. udgør disse markeders forskelligartethed imidlertid en af svaghederne ved den europæiske av-sektor.

For at tage hensyn til de særlige behov i lande og regioner med ringe produktionskapacitet og et begrænset sprogligt område er der i øvrigt som led i programmet blevet indført en fleksibel politik for positiv særbehandling uden på forhånd fastsatte kvantitative mål. Dette system, der giver lande og regioner med ringe produktionskapacitet og et begrænset sprogområde mulighed for at nyde godt af en støtte, der procentvis er større end deres vægt på det europæiske marked, bidrager til at skabe betingelser for konvergens på længere sigt af produktionsapparatet på EU-plan, samtidig med at den kulturelle mangfoldighed bevares.

2.3.3. Den nationale støtte og fællesskabsstøtten supplerer hinanden

Fællesskabsstøtten indeholder en tværnational dimension, som ikke findes i de nationale støtteordninger.

Disse er stadig i de fleste tilfælde gearet til at yde støtte til national produktion og har, for så vidt angår formidling, til formål at støtte nationale film. Media tilskynder for sin del udelukkende til distribution af ikke-nationale europæiske film. På området for fremvisning i biografer finansierer den nationale støtte navnlig fremvisningssteder, mens Media-støtten udgør et incitament til at sætte europæiske film på programmet. For så vidt angår udvikling, der er en væsentlig fase for et værks kvalitet og eksportpotentiale, er den nationale støtte først lige kommet på banen og findes endnu kun i et begrænset antal lande.

Hvis der ikke fandtes finansiell fællesskabsstøtte, ville der derfor være stor risiko for, at det indre markeds potentiale ikke blev udnyttet, eller tværtimod blev udnyttet, men af ikke-europæiske selskaber med deraf følgende negative konsekvenser for vækst og beskæftigelse i Europa.

3. FORTSAT TILPASNING AF MEDIA TIL DEN EUROPÆISKE AV-INDUSTRIS BEHOV

Siden Media I blev lanceret, har Media-programmet bevist, at det kan tilpasse sig til udviklingen på det europæiske av-marked. Denne fremgangsmåde, der sikrer, at programmet er effektivt, og maksimerer dets strukturerende virkninger, skal følges op, for så vidt angår Media Plus og Media-uddannelse.

Man skal fortsat koncentrere sig om de nuværende prioriterede områder (uddannelse, udvikling, distribution og markedsføring), eftersom dette svarer til den måde, det europæiske av-marked er delt op på. Det er på dette grundlag, at man har gjort sig tanker om, hvilke tilpasninger man kunne forestille sig af fællesskabsaktionen.

Følgende forslag til tilpasninger kan i de fleste tilfælde foretages, uden at det er nødvendigt at ændre Rådets afgørelser om iværksættelse af Media Plus- og Media-uddannelse-programmet. De ville derfor kunne træde i kraft hurtigt, fra udgangen af 2003 eller begyndelsen af 2004.

Andre forslag kræver en ændring af Rådets afgørelser. De ville kunne indarbejdes i de forslag fra Kommissionen, der har til formål at forny Media-programmerne i 2007.

3.1. Fremme SMV'ers og mikrovirksomheders adgang til finansiering på alle niveauer (udvikling, distribution og markedsføring)

Adgang til finansiering er et reelt problem for den europæiske av-sektor, der først og fremmest består af SMV'er og mikrovirksomheder. Denne konstatering ligger til grund for den forberedende foranstaltning i2i-av-initiativet.

Dette er et tværgående problem, eftersom det vedrører av-sektorens hovedaktiviteter, nemlig: udvikling og produktion på den ene side, distribution, herunder salgsagenter, og markedsføring på den anden side.

Derfor burde den forberedende foranstaltning i2i integreres i Media Plus-programmet. Der ville således være et nyt instrument rettet mod adgang til finansiering til rådighed i forbindelse med hver af Media Plus-programmets dele (udvikling, distribution, markedsføring). Der burde endvidere, også for at øge fællesskabsaktionens kohærens, indføres kriterier med det formål at tilskynde til

udbredelse af ikke-nationale europæiske værker i forbindelse med udvælgelsen af projekter.

Denne tilpasning ville kunne træde i kraft fra 2004 uden nogen ændring af Rådets afgørelse 2000/821/EF af 20.12.00 om iværksættelse af Media Plus, herunder for så vidt angår indarbejdelsen i udviklingsdelen.

3.2. Uddannelse

3.2.1. Etablere en synergieffekt uddannelsesorganerne imellem og forbindelser til filmskolerne

Netværkssamarbejdet mellem de europæiske uddannelsesorganer skal fortsætte, jf. målene for Media-uddannelse.

Endvidere burde der etableres et samarbejde med filmskolerne og avgrunduddannelserne. Disse skoler er veletablerede og har lang erfaring, netværkssamarbejde og stærke bånd til branchen.

Etablering af synergieffekter ville gøre det muligt yderligere at øge den pædagogiske kvalitet og nedbringe de strukturelle omkostninger i forbindelse med uddannelsen. Navnlig oprettelse af masteruddannelser eller specifikke moduler med en international dimension ville kunne støttes.

Endelig ville disse synergieffekter kunne tjene som ramme for studenter- og lærermobilitet i Europa.

3.2.2. Tilpasse det pædagogiske indhold til branchens behov

Anvendelse af ny teknologi er en af de sektorer, hvor uddannelsesudbuddet burde øges.

Det ville imidlertid mere generelt være formålstjenligt hurtigt at kunne disponere over en præcis status over branchens uddannelsesbehov - herunder i kandidatlandene - med henblik på at tilpasse Media-uddannelse til sektorens virkelighed.

3.2.3. Hæve fællesskabsstøtteløftet for at tage højde for kandidatlandenes specifikke behov

Media-støtten må i dag ikke overstige 50 % af omkostningerne til uddannelsestiltag i de store lande og 60 % af omkostningerne til uddannelsestiltag i regioner eller lande med ringe produktionskapacitet og/eller et begrænset sprogligt og geografisk område. Supplerende midler hidrører fra modtagerorganernes egne midler, nationale offentlige midler, deltageres deltagerbetaling og nogle få private sponsorer.

Kandidatlandene har et reelt finansieringsproblem. Uddannelsesorganerne har kun få finansielle egenressourcer til rådighed, og der ydes ingen eller meget begrænset national støtte. Uddannelsesorganerne må i øvrigt ikke vælte den økonomiske tilpasning over på eleverne ved at hæve deltagerbetalingen uforholdsmæssigt.

For at tage højde for denne situation og i betragtning af branchefolkenes store behov for uddannelse ville det være hensigtsmæssigt midlertidigt at hæve loftet for fællesskabsstøtte til 75 % i forbindelse med støtte til tiltag i kandidatlandene.

Til forskel fra de to foregående forslag til tilpasninger nødvendiggør en sådan hævelse af loftet en ændring af Rådets afgørelse nr. 163/2001/EF af 19.1.01 om iværksættelse af Media-uddannelse. Den ville kunne indarbejdes i de forslag fra Kommissionen, der har til formål at forny Media-programmerne i 2007.

3.3. Udvikling

3.3.1. Etablere støtte til præproduktion

Præproduktion bliver i dag et mere og mere afgørende og specifikt stadium i udviklingen: nødvendigheden af at skaffe finansiering får producenterne til at se sig om uden for deres oprindelsesland med henblik på at indgå aftaler om koproduktion.

Denne udvikling er gavnlig, i og med at den indfører en egentlig europæisk dimension i udviklingen, men der tages kun i begrænset omfang højde for den i de eksisterende instrumenter. Udgifterne til de konsulenter eller advokater, der er nødvendige i forbindelse med etablering af finansielle partnerskaber, er f.eks. ikke støtteberettigede.

Indarbejdelsen af i2i i udviklingsdelen kunne være en anledning til inden for udviklingsdelen at definere et nyt specialinstrument rettet mod støtte til udgifter til præproduktion.

3.3.2. Hæve støtteloftene for at tage højde for sektorens realiteter

På udviklingsområdet er de nuværende instrumenter afpasset efter sektorens behov og realiteter. Navnlig Slate Funding udgør en fleksibel finansiering for mellemstore virksomheder.

Det er i højere grad de nuværende lofter, som viser sig at være uegnede til de nye markedsbetingelser: nemlig de øgede udviklingsomkostninger i forbindelse med anvendelsen af ny teknologi, navnlig til tegnefilm og multimedier.

Der bør derfor ske en hævelse af de nuværende lofter, især for så vidt angår Slate Funding. En sådan hævelse ville tilmed øge dette instruments strukturerende rolle for SMV'er.

3.3.3. Anerkende, at udviklings- og uddannelsesdelen i Media Plus supplerer hinanden

Uddannelse kan, uanset om det drejer sig om virksomhedsledelse, markedsføring eller affattelse af drejebøger, betragtes som værende en integrerende del af et projekts udgifter og tiltag. F.eks. kan et udviklingsprojekt nyde godt af den rådgivning, som forfatteren får i forbindelse med en skriveworkshop.

Derfor bør der etableres en forbindelse mellem uddannelses- og udviklingsdelen. Udgifterne til uddannelse kunne f.eks. figurere på de poster, der er berettigede til udviklingsstøtte.

Tilpasningerne af udviklingsdelen nødvendiggør ingen ændring af retsgrundlaget for Media Plus og ville hurtigt kunne træde i kraft.

3.4. Distribution

3.4.1. Indførelse af Slate Funding på distributionsområdet

Som systemet fungerer nu, modtager europæiske film med et smalt publikum, kun lidt automatisk støtte og har vanskeligt ved at opnå selektiv støtte. I forbindelse med sidstnævnte kræves nemlig, at der er mindst 3 europæiske distributører, som går sammen om en film, hvilket udgør en hindring for film med en vis risikoprofil.

For at rette op på denne situation burde der indføres en ny type støtte, der skulle lade sig inspirere af Slate Funding på udviklingsområdet.

Distributørerne skulle have en bevillingsramme for en periode på et eller to år til distribution af et katalog af europæiske film med en større risikoprofil uden begrænsning, for så vidt angår, hvor mange europæiske distributører der skal være omfattet.

En sådan tilpasning nødvendiggør en ændring af afgørelse 2000/821/EF af 20.12.00 om iværksættelse af Media Plus og kunne foretages i forbindelse med fornyelsen af programmet i 2007.

3.4.2. Omlægning og udvidelse af salgsagentaktionen

To år efter iværksættelsen af programmet kan man konstatere, at størstedelen af Media-støtten er koncentreret på et enkelt land: Frankrig. Selvom denne koncentrerede indsats delvis afspejler virkeligheden på markedet og franske agents betydning i Europa, ville indførelsen af en ikke-national dimension - navnlig for så vidt angår geninvesteringer - gøre det muligt at rette op på denne situation og bibringe sektoren en reel europæisk merværdi.

På den baggrund kunne man omlægge salgsagentaktionen med det formål at tilskynde til koordinering producenter, distributører og salgsagenter imellem. Dette forslag bygger på følgende konstatering: en hensigtsmæssig fremgangsmåde, for så vidt angår markedsføring, er at foretage markedsføringen forud for produktionen. Den består i først at sætte sig ind i, hvilken slags publikum filmene produceres for, og vurdere de handelsmæssige perspektiver og de potentielle indtægter på de forskellige markeder. Den består dernæst i at markedsføre og sælge disse film, tiltrække publikum og erhverve markedsandele, navnlig ved at foretage markedsundersøgelser.

I mange tilfælde lader producenterne imidlertid ikke markedsføringsmateriale indgå i deres strategier, og distributørerne har ikke de nødvendige finansielle ressourcer til at rette op på det. Og endelig har salgsagenterne ikke midler til effektivt at markedsføre deres produkter.

Den nye salgsagentaktion ville gøre det muligt finansielt at støtte udarbejdelsen af et grundmarkedsføringsværktøj, som omfatter: en første tekstet kopi, M&E-båndet («music and effects»), markedsføringsmateriale osv.

Denne tilpasning nødvendiggør ikke en ændring af retsgrundlaget for Media Plus og ville hurtigt kunne træde i kraft.

Aktionen burde ligeledes udvides til at omfatte salgsagenter med speciale i tv-programmer. Men denne ændring nødvendiggør for sin del en ændring af retsgrundlaget for Media Plus. Den ville kunne foretages i forbindelse med fornyelsen af programmet i 2007.

3.4.3. Hæve støttelofterne

Antallet af kopier pr. film og distributionsomkostningerne er i dag stærkt stigende.

For at afspejle denne udvikling ville det derfor være hensigtsmæssigt at hæve de gældende lofter for fællesskabsstøtte.

Denne tilpasning nødvendiggør ikke en ændring af afgørelse 2000/821/EF af 20.12.00 om iværksættelse af Media Plus og ville hurtigt kunne træde i kraft.

3.4.4. Tv-spredning: gøre systemet mere åbent ved at ændre reglerne om overdragelse af rettigheder

I det nuværende system bevirker anvendelsen af kriteriet om producenternes uafhængighed (overdragelse af rettighederne til distributørerne for en periode på 7 år) en koncentration af støtten til fordel for franske (40 % af den tildelte støtte), tyske og britiske producenter.

For at rette op på denne skævhed og tilpasse støtten til tv-sektorens virkelighed i visse stater, der deltager i programmet, ville det være hensigtsmæssigt at indføre større fleksibilitet i definitionen af kriteriet om producenternes uafhængighed.

Denne tilpasning ville kunne træde i kraft som led i Media Plus.

3.4.5. Anvende biografnetværket til at markedsføre europæisk film

Koordinerede aktioner til fremme af europæisk film ville kunne foregå inden for det biografnetværk, som støttes af Media. Formålet ville være at drage mest mulig nytte af den succes, netværket har fået hos publikum. Der ville f.eks. kunne arrangeres koordinerede filmlanceringstiltag.

Denne tilpasning ville kunne træde hurtigt i kraft som led i Media Plus.

3.5. Markedsføring og festivaler

3.5.1. Øge tilstedeværelsen af europæiske branchefolk på nøglemarkederne

Fællesskabsstøtten burde være målrettet mod de nøglemarkeder, hvor tilstedeværelsen af europæiske branchefolk kan have maksimal indvirkning, for så vidt angår salg og eksport.

3.5.2. *Fremme kulturel mangfoldighed og uddannelse af befolkningen i billedsprog ved storstilede støtte til festivaler*

Ifølge de nuværende kriterier for støtteberettigelse skal 70 % af filmene på festivaler, som modtager støtte fra Media, være europæiske. I realiteten er 80 % af dem europæiske.

Fordelene ved denne konstatering, for så vidt angår fremme af kulturel mangfoldighed og uddannelse af det europæiske publikum, er åbenlyse og fuldstændig i overensstemmelse med målsætningen i traktatens artikel 151, stk. 4. Det drejer sig om at få mest muligt ud af det ved at bevare en stor del af Media-støtten til festivaler inden for det europæiske område.

3.5.3. *Øge Media-programmets synlighed med henblik på at gøre det til varemærke for europæiske film*

Hvis publikum fik større kendskab til Media-programmet, ville det kunne fungere som varemærke for europæisk film, der forbindes med kvalitet og europæisk identitet.

Dette ville kunne opnås ved f.eks. at reklamere mere for Media-Prisen.

Alle de foreslåede tilpasninger af markedsføringsdelen ville kunne gennemføres hurtigt som led i Media Plus-programmet.

3.6. **Pilotprojekter**

Pilotprojekter kan yde et bidrag til samtlige Media-dele. Denne dimension må man ikke glemme.

To prioriterede områder fortjener særlig opmærksomhed.

På den ene side kunne man mobilisere den budgetpost, der i øjeblikket er til rådighed i distributionsdelen til onlinedistribution, for at stimulere etableringen af digitalt indhold og anvendelsen af onlinedistribution fra den europæiske industris side.

For så vidt angår biograffremvisning burde på den anden side etableringen af et egentligt netværk af digitale europæiske biografer, der er udstyret i overensstemmelse med behovet i den europæiske industri, stimuleres.

Disse ændringer ville kunne træde hurtigt i kraft som led i Media Plus-programmet.

3.7. **Bibeholde en central forvaltning af fællesskabsstøtten og øge Media-kontorerne rolle**

3.7.1. *Fordelene ved en central forvaltning af fællesskabsstøtten*

Fællesskabsstøtten fordeles og forvaltes i dag centralt af Europa-Kommissionen.

Denne centrale forvaltning er nøje afpasset formålet med fællesskabsstøtten, nemlig: at stimulere indførelsen af en tværnational dimension i den europæiske av-branche og at få det indre marked til at fungere bedre. Den bør bibeholdes.

3.7.2. *Bedre udnyttelse af det potentiale, Media-kontorerne tilbyder*

Samtidig med, at den centrale forvaltning af fællesskabsstøtten bibeholdes, kunne Media-kontorerne tildeles en større rolle.

Der findes Media-kontorer i alle de stater, som deltager i Media-programmet. De finansieres af medlemsstaterne og Media-programmet i fællesskab. Deres funktion er i dag væsentligst at etablere en forbindelse mellem EU og branchefolkene i den enkelte deltagerstat, navnlig med henblik på at holde dem orienteret om fællesskabsstøttemekanismerne.

Media-kontorerne er placeret helt tæt på virkeligheden på de nationale markeder og har det bedste kendskab til deres behov og særegenheder, og deres potentiale burde udnyttes bedre. Media-kontorerne ville navnlig kunne levere nyttige statistikker om de nationale markeder eller blive forbindelsesled for en mere målrettet kommunikationspolitik.

Disse tilpasninger ville kunne foretages uden en ændring af afgørelse 2000/821/EF af 20.12.00 om iværksættelse af Media Plus og ville hurtigt kunne træde i kraft.

4. **KONKLUSION: RESUMÉ AF DE PLANLAGTE TILPASNINGER OG TIDSPLAN**

TILPASNINGER AF DE NUVÆRENDE PROGRAMMER: MEDIA PLUS OG MEDIA-UDDANNELSE	TIDSPLAN
Fremme SMV'ers og mikrovirksomheders adgang til finansiering	
Indarbejde den forberedende foranstaltning i2i-av-initiativet i Media Plus-delene	4. kvartal 2003
Uddannelse	
Etablere en synergieffekt uddannelsesorganerne imellem og forbindelser til filmskolerne	2. halvår 2004
Disponere over en status over uddannelsesbehovet	1. kvartal 2004
Udvikling	
Etablere støtte til præproduktion i forbindelse med indarbejdelsen af i2i-av-initiativet i udviklingsdelen	4. kvartal 2003
Hæve fællesskabsstøtteløfterne	4. kvartal 2003
Indføre en forbindelse mellem udviklings- og uddannelsesdelen	4. kvartal 2003/1. kvartal 2004
Distribution	
Omlægge salgsagentaktionen	4. kvartal 2003
Hæve støtteløfterne	1. halvår 2004

Tv-spredning: ændre reglerne vedrørende overdragelse af rettigheder til distributørerne	2004
Anvende det europæiske biografnet til at markedsføre europæisk film	2004
Markedsføring og festivaler	
Målrette fællesskabsstøtten mod nøglemarkederne	2004
Fremme kulturel mangfoldighed og uddannelse af publikum i billedsprog ved storstilet støtte til festivaler	2004
Øge Media-programmets synlighed med henblik på at gøre det til et varemærke for europæisk film	2004
Pilotprojekter	
Anvende budgetposten «onlinedistribution» til at stimulere etableringen af digitalt indhold og anvendelsen af onlinedistribution fra den europæiske industris side	1. halvår 2004
Tilskynde til oprettelse af et netværk af digitale europæiske biografer	1. halvår 2004
Øge Media-kontorernes rolle	2004

TILPASNINGER, DER SKAL INDARBEJDES I KOMMISSIONENS FORSLAG VEDRØRENDE DE KOMMENDE MEDIA-PROGRAMMER	TIDSPLAN
Uddannelse	
Hæve loftet for fællesskabsstøtte til uddannelsestiltag i kandidatlandene	4. kvartal 2003
Distribution	
Indføre Slate Funding i forbindelse med støtte til distribution af europæiske film med en vis risikoprofil	4. kvartal 2003
Udvide salgsagentaktionen til også at omfatte tv-programmer	4. kvartal 2003