



ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΚΟΙΝΟΤΗΤΩΝ

Βρυξέλλες, 24.11.2003  
COM(2003) 725 τελικό

**ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΣΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ, ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ  
ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ, ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ  
ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ**

**Ανακοίνωση για την ενδιάμεση αξιολόγηση της εφαρμογής και των αποτελεσμάτων των  
προγραμμάτων MEDIA Plus και MEDIA-Κατάρτιση (2001-2005) καθώς και των  
αποτελεσμάτων της προπαρασκευαστικής δράσης « Ανάπτυξη και οπτικοακουστικός  
τομέας: i2i οπτικοακουστικός τομέας »**

**ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΣΤΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ, ΤΟ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ  
ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΙΟ, ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ  
ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ**

**Ανακοίνωση για την ενδιάμεση αξιολόγηση της εφαρμογής και των αποτελεσμάτων των  
προγραμμάτων MEDIA Plus και MEDIA-Κατάρτιση (2001-2005) καθώς και των  
αποτελεσμάτων της προπαρασκευαστικής δράσης « Ανάπτυξη και οπτικοακουστικός  
τομέας: i2i οπτικοακουστικός τομέας »**

**ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

**MEDIA Plus και MEDIA-Κατάρτιση**

Τα προγράμματα MEDIA Plus και MEDIA-Κατάρτιση θεσπίστηκαν με δύο αποφάσεις του ευρωπαϊού νομοθέτη:

- την απόφαση 2000/821/EK του Συμβουλίου της 20/12/00 για την εφαρμογή προγράμματος για την ενθάρρυνση της ανάπτυξης, της διανομής και της προώθησης των ευρωπαϊκών οπτικοακουστικών έργων (MEDIA Plus – Ανάπτυξη, Διανομή και Προώθηση) ·
- την απόφαση 2001/163/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 19/01/01 περί της εφαρμογής προγράμματος κατάρτισης για τους επαγγελματίες της ευρωπαϊκής βιομηχανίας οπτικοακουστικών προγραμμάτων (MEDIA – Κατάρτιση).

Η περίοδος που καθορίστηκε αρχικά από τις δύο προαναφερθείσες αποφάσεις για την εφαρμογή των προγραμμάτων MEDIA Plus και MEDIA-Κατάρτιση ήταν: 2001-2005. Πάντως, για να ευθυγραμμιστεί η διάρκεια των προγραμμάτων MEDIA με τις δημοσιονομικές προοπτικές, η Επιτροπή πρότεινε στο Συμβούλιο και το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο στις 16/04/03<sup>1</sup> την παράταση των προγραμμάτων MEDIA Plus και MEDIA-Κατάρτιση μέχρι της 31ης Δεκεμβρίου 2006. Επί του παρόντος η πρόταση της Επιτροπής είναι υπό συζήτηση.

Τα προγράμματα MEDIA Plus και MEDIA-Κατάρτιση διαδέχθηκαν τα προγράμματα MEDIA II (1996-2000) και MEDIA I (1991-1995). Οι τρεις αυτές γενιές προγραμμάτων MEDIA είχαν ένα κοινό στόχο: τη διαρθρωτική βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της ευρωπαϊκής βιομηχανίας των οπτικοακουστικών προγραμμάτων.

Το πρόγραμμα MEDIA I που χρηματοδοτήθηκε συνολικά με ποσό ύψους 200 εκατ. ευρώ, επέτρεψε στους επαγγελματίες των κρατών μελών να ενισχύσουν τη θέση τους στην εθνική τους αγορά και συγχρόνως να έχουν πρόσβαση σε νέες μορφές διακρατικής συνεργασίας (συμπαγωγές, διασυνοριακή συνεργασία, εταιρικές σχέσεις, συνένωση επιχειρήσεων κλπ).

---

<sup>1</sup> COM(2003) 191 τελικό της 16/04/03 για το πρόγραμμα MEDIA Plus COM(2003) 188 τελικό της 16/04/03 για το πρόγραμμα MEDIA-Κατάρτιση.

Το πρόγραμμα MEDIA II χρηματοδοτήθηκε με προϋπολογισμό ύψους 310 εκατ. ευρώ και οι δραστηριότητές του επικεντρώθηκαν σε τρεις τομείς προτεραιότητας: επαγγελματική κατάρτιση, ανάπτυξη σχεδίων και επιχειρήσεων, διακρατική διανομή ταινιών και οπτικοακουστικά προγράμματα.

Τα προγράμματα MEDIA Plus και MEDIA-Κατάρτιση διαφέρουν των προκατόχων τους σε πολλά σημεία:

- οι δημοσιονομικές τους παροχές ενισχύθηκαν σαφώς (400 εκατ. ευρώ, εκ των οποίων 350 εκατ. για το MEDIA Plus και 50 εκατομμύρια για το MEDIA-Κατάρτιση)·
- καθορίστηκαν τέσσερις άξονες παρέμβασης κατά προτεραιότητα: επαγγελματική κατάρτιση, ανάπτυξη, διανομή και - καινοτομία σε σχέση με το πρόγραμμα MEDIA II, που δεν την προσδιόριζε ως ειδική προτεραιότητα - προώθηση·
- η εφαρμογή προτύπων σχεδίων, με σκοπό την εκμετάλλευση των νέων τεχνολογιών-όπως η ψηφιοποίηση - προβλέπεται στο άρθρο 10 της απόφασης για την θέσπιση του προγράμματος MEDIA Plus·
- κατά την περίοδο αναφοράς υπήρξε ενσωμάτωση και προοδευτική συμμετοχή στα προγράμματα των συνδεδεμένων κρατών·
- τέλος, παράλληλα με το πρόγραμμα MEDIA Plus, μια προπαρασκευαστική δράση με την ονομασία «Ανάπτυξη και οπτικοακουστικός τομέας: πρωτοβουλία i2i οπτικοακουστικός τομέας» δοκιμάστηκε κατά την περίοδο 2002 και 2003.

### **Η προπαρασκευαστική δράση «Ανάπτυξη και οπτικοακουστικός τομέας: πρωτοβουλία i2i οπτικοακουστικός τομέας»**

Στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου της Λισσαβόνας της 23ης και 24ης Μαρτίου 2000, οι αρχηγοί κρατών και κυβερνήσεων καθόρισαν ένα νέο στόχο για την Ένωση: «να γίνει η ανταγωνιστικότερη και δυναμικότερη οικονομία της γνώσης ανά την υφήλιο». Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο κάλεσε ιδίως: «την Κοινότητα και τα κράτη μέλη, με την υποστήριξη της ΕΤΕ, να ενθαρρύνουν, σε όλες τις ευρωπαϊκές χώρες, τη δημιουργία φθηνών, διασυνδεδεμένων δικτύων υψηλής ταχύτητας για την πρόσβαση στο Διαδίκτυο και να ενθαρρύνουν την ανάπτυξη της πλέον εξελιγμένης τεχνολογίας της πληροφορίας και των τηλεπικοινωνιακών δικτύων, καθώς και το περιεχόμενο αυτών των δικτύων».

Δίνοντας συνέχεια στα συμπεράσματα του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου της Λισσαβόνας, ο όμιλος της ΕΤΕ ξεκίνησε την πρωτοβουλία «Καινοτομία 2000», στόχος της οποίας είναι η προώθηση των επενδύσεων στους τομείς της κοινωνίας της πληροφορίας, της έρευνας-ανάπτυξης, της καινοτομίας, της ανταγωνιστικότητας και του ανθρώπινου κεφαλαίου. Στο πλαίσιο των δράσεων που προορίζονται για την ανάπτυξη των τεχνολογιών της πληροφορίας, ο όμιλος της ΕΤΕ αποφάσισε να υποστηρίξει την επιτάχυνση των διαδικασιών διάδοσης, ιδίως στον τομέα των μέσων μαζικής ενημέρωσης και θέσπισε το υποπρόγραμμα i2i οπτικοακουστικός τομέας.

Για να ολοκληρωθεί η πρωτοβουλία του ομίλου της ΕΤΕ, η αρμόδια για τον προϋπολογισμό αρχή επέτρεψε στην Επιτροπή να πειραματισθεί με την προπαρασκευαστική δράση «ανάπτυξη και οπτικοακουστικός τομέας: πρωτοβουλία i2i οπτικοακουστικός τομέας». Η προπαρασκευαστική αυτή δράση στοχεύει στη

βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του ευρωπαϊκού οπτικοακουστικού τομέα και της δημιουργικότητάς του, καθώς και στο να επιτραπεί η προσαρμογή του στις νέες τεχνολογίες, ελαφρύνοντας τις τραπεζικές και χρηματοδοτικές δαπάνες των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων του εν λόγω τομέα.

### **Στόχος της παρούσας ανακοίνωσης**

Ο στόχος της παρούσας ανακοίνωσης είναι:

- η αξιολόγηση των αποτελεσμάτων των δύο πρώτων ετών της εφαρμογής των προγραμμάτων MEDIA Plus και MEDIA-Κατάρτιση, σύμφωνα με τις διατάξεις των άρθρων 12 παράγραφος 3 και 9 παράγραφος 4 των αποφάσεων 2000/821/EK και 2001/163/EK. Τα άρθρα αυτά προβλέπουν ότι η Επιτροπή «υποβάλλει στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο και την Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή ανακοίνωση αξιολόγησης για τον αντίκτυπο και την αποτελεσματικότητα του προγράμματος, βάσει των αποτελεσμάτων που θα έχουν επιτευχθεί ύστερα από δύο έτη εφαρμογής. Η ανακοίνωση αυτή θα συνοδεύεται, ενδεχομένως, από πρόταση προσαρμογής».
- η αξιολόγηση των πρώτων αποτελεσμάτων της δράσης i21 οπτικοακουστικός τομέας, σύμφωνα με τις υποχρεώσεις αξιολόγησης που συνδέονται με τις προπαρασκευαστικές δράσεις, με τη λήξη του δεύτερου έτους εφαρμογής τους.

Η παρούσα ανακοίνωση:

- επανατοποθετεί σε μια πρώτη φάση τα προγράμματα MEDIA Plus και MEDIA-Κατάρτιση και της δράσης i2i οπτικοακουστικός τομέας στο οικονομικό τους πλαίσιο·
- αναλύει, σε μια δεύτερη φάση, τα αποτελέσματα των δύο πρώτων ετών εφαρμογής των τριών αυτών μέσων·
- προσδιορίζει, τέλος, τις προσαρμογές που θα μπορούσαν να γίνουν, ώστε να υπάρξουν εγγυήσεις για την ένταξη τους στις διαρθρωτικές εξελίξεις του ευρωπαϊκού οπτικοακουστικού τομέα.

Η παρούσα ανακοίνωση καλύπτει την περίοδο από της 1ης Ιανουαρίου 2001 μέχρι της 31ης Μαρτίου 2003. Βασίζεται στα συμπεράσματα της ενδιάμεσης αξιολόγησης των προγραμμάτων MEDIA Plus και MEDIA-Κατάρτιση και στην αξιολόγηση των αποτελεσμάτων της προπαρασκευαστικής δράσης «Ανάπτυξη και οπτικοακουστικός τομέας: i2i οπτικοακουστικός τομέας». Ο δύο αυτές αξιολογήσεις πραγματοποιήθηκαν από ανεξάρτητο εμπειρογνώμονα μετά από ανοικτή πρόσκληση υποβολής προσφορών που έγινε από την Επιτροπή<sup>2</sup>.

## **1. ΕΝΑ ΥΠΟΒΑΘΜΙΣΜΕΝΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ, ΔΙΑΡΘΡΩΤΙΚΟ ΚΑΙ ΣΥΓΚΥΡΙΑΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ**

Τα δύο πρώτα έτη εφαρμογής των προγραμμάτων MEDIA Plus και MEDIA-Κατάρτιση και της δράσης i2i οπτικοακουστικός τομέας διεξάχθηκαν σε ένα

---

<sup>2</sup> Πρόσκληση υποβολής προσφορών αριθ. S230-182-679, που ανατέθηκε στην εταιρία APRIL.

ανησυχητικό οικονομικό πλαίσιο. Τα αδύνατα σημεία του ευρωπαϊκού τομέα των οπτικοακουστικών προϊόντων κυρίως είναι διαρθρωτικής τάξης (εσωτερική αγορά στο πλαίσιο της οποίας, η κυκλοφορία μη εθνικών ευρωπαϊκών έργων γίνεται δυσχερώς, προβλήματα πρόσβασης σε χρηματοδοτήσεις). Η κατάσταση επιβαρύνθηκε από συγκυριακούς παράγοντες (κρίση της χρηματοδότησης του οπτικοακουστικού τομέα από τις τηλεοράσεις). Τέλος προστέθηκαν νέες προκλήσεις: η προσαρμογή στις νέες τεχνολογίες και η συμμετοχή στα προγράμματα των συνδεδεμένων χωρών.

### **1.1. Μια εσωτερική αγορά του οπτικοακουστικού τομέα της οποίας η λειτουργία παραμένει ατελής**

Η ευρωπαϊκή αγορά του οπτικοακουστικού τομέα είναι από τη φύση της κατακερματισμένη, μακράν του προτύπου της ανοικτής και ανταγωνιστικής αγοράς.

Κατά πρώτο λόγο, τα οπτικοακουστικά προϊόντα αποτελούν πολιτιστικά έργα που έχουν τις ρίζες τους σε ένα εθνικό και/ή περιφερειακό πλαίσιο και σε μια γλώσσα. Η πολυμορφία αυτή αναμφίβολα αποτελεί την πηγή του πολιτιστικού πλούτου του ευρωπαϊκού οπτικοακουστικού τομέα και της διάρθρωσής του σε μια εξαιρετικά ανεξάρτητη βιομηχανία. Αλλά ενοχλεί, στο πλαίσιο της τρέχουσας λειτουργίας της αγοράς, την κυκλοφορία των μη εθνικών έργων και εμποδίζει την ευρωπαϊκή βιομηχανία να κερδίσει μερίδια αγοράς σε σχέση με τους ανταγωνιστές της.

Η πολιτιστική ετερογένεια ερμηνεύεται επίσης με μια διάκριση μεταξύ των χωρών μικρής παραγωγικής ικανότητας και/ή περιορισμένης γλωσσικής και γεωγραφικής εμβέλειας<sup>3</sup>, όπου ο όγκος παραγωγής είναι από τη φύση του περιορισμένος λόγω του μεγέθους των αγορών τους και των χωρών η παραγωγική ικανότητα των οποίων (όγκος παραγωγής σε σχέση με τον πληθυσμό) είναι ανώτερη από εκείνη των λοιπών<sup>4</sup>.

Τέλος, ο ευρωπαϊκός οπτικοακουστικός τομέας αποτελείται, κατά το μεγαλύτερο μέρος του, από μικρομεσαίες επιχειρήσεις ακόμη και από μικρο-επιχειρήσεις. Η επιβίωσή τους συχνά είναι επισφαλής, διότι συνδέεται με την επιτυχία ενός και μόνο σχεδίου. Η πρόσβασή τους σε εξωτερικές χρηματοδοτήσεις είναι εξάλλου δυσχερής, λόγω των κινδύνων που συνδέονται με τη δραστηριότητά τους: περιορισμένοι ίδιοι πόροι, αβεβαιότητα απόδοσης των σχεδίων, διότι εξαρτώνται από παράγοντες όπως οι προτιμήσεις του κοινού, οι πολιτιστικές πλευρές κλπ. Κατά συνέπεια, οι εταιρίες αυτές πολύ συχνά δεν διαθέτουν τα μέσα για να προσαρμόσουν και να υλοποιήσουν σε μεσοπρόθεσμη βάση επιχειρησιακές στρατηγικές.

Η ευρωπαϊκή βιομηχανία του οπτικοακουστικού τομέα δυσκολεύεται να αντιμετωπίσει τα μειονεκτήματα αυτά.

Σε προκαταρκτικό στάδιο, εξακολουθεί να αφιερώνει πολύ λίγα μέσα για την ανάπτυξη σχεδίων (συγγραφή, χρηματοδοτικό πλαίσιο, και θέσπιση του σχεδίου εμπορικής προώθησης), ενώ το στάδιο αυτό, όπως αποδεικνύεται από το παράδειγμα

---

<sup>3</sup> Οι χώρες με μικρή παραγωγική ικανότητα και/ή περιορισμένη γλωσσική και γεωγραφική εμβέλεια ήταν κατά τη διάρκεια του προγράμματος MEDIA II, οι ακόλουθες Αυστρία, Βέλγιο, Δανία, - Φινλανδία, Ελλάδα, Ιρλανδία, Ισλανδία, Λιχτενστάιν, Λουξεμβούργο, Νορβηγία, Κάτω Χώρες, Πορτογαλία και Σουηδία.

<sup>4</sup> Μεγάλη Βρετανία, Γερμανία, Γαλλία, Ιταλία και Ισπανία.

της αμερικανικής βιομηχανίας οπτικοακουστικών μέσων είναι βασικής σημασίας για την ποιότητα και τη δυνατότητα εξαγωγής των έργων. Οι δαπάνες ανάπτυξης ανέρχονται στην Ευρώπη σε 2% έως 3% των προϋπολογισμών παραγωγής, έναντι 10% έως 12% των προϋπολογισμών παραγωγής των μεγαλύτερων αμερικανικών ομίλων.

Σε προκαταρκτικό επίσης στάδιο, η έλλειψη κατάρτισης των ευρωπαϊκών επαγγελματιών του οπτικοακουστικού τομέα συνεπάγεται μίαν απουσία επιχειρησιακής στρατηγικής σε ευρωπαϊκή κλίμακα και στο πλαίσιο της εισαγωγής νέων τεχνολογιών, υπάρχει κίνδυνος οι ειδικότητες και πρακτικές να καταστούν παρωχημένες.

Σε μεταγενέστερο στάδιο, ο τομέας της διανομής παραμένει κατακερματισμένος σε εθνικές βάσεις. Το χαρακτηριστικό αυτό τον καθιστά λιγότερο ανταγωνιστικό τόσο στην παγκόσμια αγορά όσο και στην ευρωπαϊκή αγορά. Το μερίδιο αγοράς των αμερικανών διανομέων ταινιών ανέρχεται έτσι σε ποσοστό 50% κατά μέσο όρο στην Ευρώπη και σε 80% στο Ηνωμένο Βασίλειο και σε 70% στη Γερμανία. Η κατάσταση αυτή αιτιολογεί το σημαντικό τμήμα του προϋπολογισμού που αφιερώνεται από το πρόγραμμα MEDIA Plus στην πτυχή της διανομής.

## **1.2. Ευρωπαϊκά έργα που εξακολουθούν να κυκλοφορούν με δυσκολία εκτός της χώρας προέλευσής τους**

Η ανεπαρκής κυκλοφορία των μη εθνικών ευρωπαϊκών έργων αποτελεί το βασικό σύμπτωμα των διαρθρωτικών δυσχερειών που υπάρχουν στον ευρωπαϊκό οπτικοακουστικό τομέα.

Αν πάρουμε το παράδειγμα του κινηματογράφου, διαπιστώνουμε ότι τα αμερικανικά έργα έχουν στην Ευρώπη τα περισσότερα μερίδια αγοράς (περίπου 66% το 2000)<sup>5</sup>, και ακολουθούν τα εθνικά έργα. Οι μη εθνικές ευρωπαϊκές ταινίες δεν έρχονται παρά σε τρίτη θέση, με περίπου 11% των μεριδίων αγοράς. Ταξιδεύουν ελάχιστα και σπάνια υπερβαίνουν τα 50.000 εισιτήρια εκτός της χώρας προέλευσής τους.

Η κατάσταση αυτή έχει κυρίως ως συνέπεια ένα μόνιμο έλλειμμα από τις ανταλλαγές οπτικοακουστικών έργων μεταξύ Ευρώπης και ΗΠΑ (7-8 δισεκατ. ευρώ κάθε έτος). Επίσης έχει αρνητικές επιπτώσεις στην απόδοση και ανάπτυξη της ευρωπαϊκής βιομηχανίας προγραμμάτων.

Πάντως, ο οπτικοακουστικός τομέας έχει σήμερα ένα τεράστιο δυναμικό οικονομικής ανάπτυξης, λόγω μιας συνεχώς αυξανόμενης ζήτησης καθώς και της ανάπτυξης νέων τεχνολογιών και νέων αγορών. Η διατήρηση των εμποδίων στην ανάπτυξη της ευρωπαϊκής προσφοράς δημιουργεί τον κίνδυνο να επωφεληθούν του δυναμικού αυτού οι ανταγωνιστές της ευρωπαϊκής βιομηχανίας, ζημιώνοντας έτσι άμεσα την απασχόληση και την ανάπτυξη στην Ευρώπη.

## **1.3. Μια συγκυρία που επιδεινώθηκε κατά την περίοδο 2001-2002**

Ο ευρωπαϊκός οπτικοακουστικός τομέας αυτή τη στιγμή διανύει μια συγκυριακή κρίση που ερμηνεύεται με μια αυξημένη δυσχέρεια πρόσβασης στις

---

<sup>5</sup> Πηγή: Μελέτη IMCA

χρηματοδοτήσεις. Η κρίση αυτή εντάσσεται στη φάση της παγκόσμιας επιβράδυνσης της ανάπτυξης που ξεκίνησε μετά τα γεγονότα της 11ης Σεπτεμβρίου 2001.

Αν πάρουμε το παράδειγμα του κινηματογράφου, διαπιστώνουμε ότι η χρηματοδότηση από τηλεοπτικούς σταθμούς σημείωσε αισθητή κάμψη κατά την περίοδο 2001-2003. Στους προγραμματισμούς τους, οι τηλεοπτικοί σταθμοί τείνουν να αντικαταστήσουν σιγά σιγά τον κινηματογράφο με την εθνική τηλεοπτική παραγωγή ταινιών και τα τηλεοπτικά προγράμματα "ριάλιτι σόου". Ο αριθμός των ευρωπαϊκών ταινιών που προχρηματοδοτούνται από τους τηλεοπτικούς σταθμούς κατά συνέπεια μειώνεται. Η εξέλιξη αυτή έχει αρνητικές επιπτώσεις στη δημιουργικότητα και στην κυκλοφορία των ευρωπαϊκών ταινιών.

Στο πλαίσιο αυτό, η διεύρυνση των πηγών χρηματοδότησης της ανεξάρτητης παραγωγής, ιδίως μέσω της ανάπτυξης ευρωπαϊκών συμπαραγωγών, πρέπει να εξετασθεί ως μια πιθανή διέξοδος.

#### **1.4. Η αντιμετώπιση νέων προκλήσεων**

Τα προγράμματα MEDIA Plus και MEDIA-Κατάρτιση και η δράση i2i οπτικοακουστικός τομέας παρεμβαίνουν σήμερα σε μια αγορά όπου σημειώνονται αποφασιστικές εξελίξεις.

Από τη μια πλευρά, διαπιστώνουμε μια γρήγορη ανάπτυξη των νέων τεχνολογιών και ιδίως της ψηφιακής. Στον τομέα αυτό, η κατάσταση της ευρωπαϊκής κινηματογραφικής διανομής είναι ανησυχητική: ενώ υπάρχουν ήδη ψηφιακά αντίγραφα ταινιών, η βιομηχανία εκμετάλλευσης δεν έχει ακόμη ξεκινήσει τη μετάβασή της. Οι αίθουσες εξακολουθούν σχεδόν στο σύνολό τους να είναι εξοπλισμένες με παραδοσιακά μέσα προβολής.

Η δεύτερη χαρακτηριστική εξέλιξη είναι η προοδευτική συμμετοχή, κατά την περίοδο 2001-2003, των χωρών της Ανατολικής και Κεντρικής Ευρώπης που σύντομα θα προσχωρήσουν στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Η είσοδος αυτή τονίζει ακόμη περισσότερο την ετερογένεια της ευρωπαϊκής αγοράς, εφόσον η απόκλιση με τα 15 σημερινά κράτη μέλη είναι μεγάλη. Οι δυνατότητες επενδύσεων, οι κρατικές ενισχύσεις καθώς και οι παραγγελίες είναι πολύ μικρότερες στις χώρες αυτές απ' ό,τι στην υπόλοιπη Ευρώπη.

## **2. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ MEDIA PLUS, MEDIA-ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ ΚΑΙ ΔΡΑΣΗ i2i ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ: ΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΠΟΥ ΕΠΙΤΕΥΧΘΗΚΑΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ 2001-2003**

Η κοινοτική παρέμβαση στον οπτικοακουστικό τομέα βασίζεται, από το πρόγραμμα MEDIA I, στη διάγνωση των διαρθρωτικών δυσχερειών του ευρωπαϊκού οπτικοακουστικού τομέα. Η προσέγγιση αυτή εξακολουθεί να ισχύει, όπως αποδεικνύεται από τα πρώτα αποτελέσματα των προγραμμάτων MEDIA Plus και MEDIA-Κατάρτιση και της δράσης i2i οπτικοακουστικός τομέας και η ύπαρξη οικονομικής υποστήριξης σε κοινοτικό επίπεδο, είναι απολύτως απαραίτητη.

## **2.1. Οι σχετικές προτεραιότητες όσον αφορά τις διαρθρωτικές δυσχέρειες του ευρωπαϊκού οπτικοακουστικού τομέα**

### *2.1.1. MEDIA-Κατάρτιση*

Η ανάδειξη μιας ευρωπαϊκής αγοράς στον οπτικοακουστικό τομέα και η εμφάνιση νέων τεχνολογιών απαιτούν προσαρμοσμένες επαγγελματικές ικανότητες. Με βάση το στόχο αυτό το πρόγραμμα MEDIA-Κατάρτιση επικεντρώνει τη δράση του, προσφέροντας κατάρτιση στους επαγγελματίες που ασκούν δραστηριότητα στους ακόλουθους τομείς: την εφαρμογή νέων τεχνολογιών, ιδίως ψηφιακών, για την παραγωγή και τη διανομή· την οικονομική, χρηματοδοτική και εμπορική διαχείριση, που αποτελεί εγγύηση για αξιόπιστες επιχειρήσεις οι οποίες στρέφονται προς τις εξωτερικές αγορές· τις τεχνικές συγγραφής σεναρίων και αφήγησης που είναι απαραίτητες για τη βελτίωση της ποιότητας και τη δυνατότητα εξαγωγής των ευρωπαϊκών έργων.

### *2.1.2. MEDIA Plus – Ανάπτυξη, Διανομή και Προώθηση*

Μια καλύτερη ανάπτυξη των ευρωπαϊκών έργων αποτελεί όρο «sine qua non» για μια παραγωγή καλύτερης ποιότητας, καλύτερα προσαρμοσμένης στα πρότυπα της διεθνούς αγοράς. Η πτυχή της ανάπτυξης του προγράμματος MEDIA Plus παρεμβαίνει έχοντας αυτό το στόχο και συμβάλλοντας κατά τον τρόπο αυτό στην ενίσχυση της διαρθρωτικής ανταγωνιστικότητας της ευρωπαϊκής βιομηχανίας του οπτικοακουστικού τομέα.

Στον τομέα της διανομής, στόχος του προγράμματος MEDIA Plus είναι να θεραπεύσει, με άμεση δράση, το βασικό σύμπτωμα των αδυναμιών της ευρωπαϊκής βιομηχανίας: την ανεπαρκή κυκλοφορία των ευρωπαϊκών μη εθνικών ταινιών και προγραμμάτων. Το κύριο μέσο παραμένει η υποστήριξη της διανομής, εκτός της χώρας προέλευσης, των ευρωπαϊκών ταινιών που συμπληρώνεται με δράσεις που αφορούν τις αίθουσες (Δίκτυο Europa Cinéma), την τηλεοπτική διανομή και τους εξουσιοδοτημένους πωλητές.

Στον τομέα της προώθησης και των φεστιβάλ, το πρόγραμμα MEDIA Plus υποστηρίζει μια σειρά πρωτοβουλιών που στοχεύουν να διευκολύνουν την προώθηση και την πρόσβαση στην διεθνή αγορά της ανεξάρτητης ευρωπαϊκής παραγωγής. Οι στόχοι συνίστανται στη βελτίωση της προβολής της ευρωπαϊκής δημιουργίας και της προώθησης της παρουσίας των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων στις ευρωπαϊκές και εξωευρωπαϊκές αγορές.

Τέλος, η υποστήριξη των προτύπων σχεδίων στοχεύει να ανταποκριθεί στις ανάγκες της ευρωπαϊκής βιομηχανίας στον οπτικοακουστικό τομέα όσον αφορά την προσαρμογή στις νέες τεχνολογίες.

### *2.1.3. Η προπαρασκευαστική δράση i2i*

Η δράση i2i βασίζεται στη διαπίστωση της δυσχερούς πρόσβασης, για τις ΜΜΕ και τις μικροεπιχειρήσεις, στις τραπεζικές χρηματοδοτήσεις. Στοχεύει να ελαφρύνει τις τραπεζικές και χρηματοπιστωτικές δαπάνες των βασικών παραγόντων του ευρωπαϊκού οπτικοακουστικού τομέα και να βελτιώσει κατά συνέπεια τους όρους της ανάπτυξής τους.



2.1.4. *Οι αποδείξεις της καταλληλότητας των ευρωπαϊκών προτεραιοτήτων: μια συνεχώς αυξανόμενη ζήτηση εκ μέρους των παραγόντων της αγοράς*

Οι αιτήσεις οικονομικής υποστήριξης μέσω του προγράμματος MEDIA δεν παύουν να αυξάνονται, ιδίως στον τομέα της ανάπτυξης και της διανομής. Αν πάρουμε ως παράδειγμα τον τομέα της ανάπτυξης, διαπιστώνουμε ότι 352 σχέδια υποβλήθηκαν το 2001, 574 το 2002 και 778 το 2003, ήτοι σημειώθηκε αύξηση σε ποσοστό 120% σε σχέση με το 2001.

Η συμμετοχή νέων χωρών στο πρόγραμμα (συνδεδεμένα κράτη) δεν αρκεί από μόνη της για να εξηγήσει τη μεγάλη αυτή ανάπτυξη. Πρέπει επίσης να ενταχθεί σε μια ευρεία επίγνωση, εκ μέρους των επαγγελματιών, της αναγκαιότητας να ενσωματωθεί η ευρωπαϊκή διάσταση στην οικονομική τους δραστηριότητα.

Ο αντίποδας της επιτυχίας αυτής είναι η αύξηση των αναγκών που δεν ικανοποιούνται. Αν ξαναπάρουμε ως παράδειγμα την ανάπτυξη, ενώ ο αριθμός των υποψηφιοτήτων αυξανόταν κατά την περίοδο 2001-2003 σε ποσοστό 120%, η δημοσιονομική αύξηση που συνδέεται με τη συμμετοχή των συνδεδεμένων χωρών δεν επέτρεψε να υπάρξει αύξηση παρά μόνο σε ποσοστό 33,5% του αριθμού των χρηματοδοτούμενων σχεδίων (από 209 το 2001 ανήλθε ο αριθμός σε 279 το 2003).

2.2. **Τα πρώτα αριθμητικά αποτελέσματα αποδεικνύουν ότι τα προγράμματα MEDIA Plus, MEDIA-Κατάρτιση και η δράση i2i οπτικοακουστικός τομέας επιτυγχάνουν τους στόχους τους**

Τα αποτελέσματα που υποβάλλονται παρακάτω παρέχουν μια συνοπτική παρουσίαση της εφαρμογής των προγραμμάτων MEDIA Plus, MEDIA-Κατάρτιση και της δράσης i2i οπτικοακουστικός τομέας για την περίοδο του 2001-2003. Οι ρυθμοί ανάπτυξης του οπτικοακουστικού τομέα, που υπερβαίνουν κατά πολύ την περίοδο αυτή, δεν επιτρέπουν στην παρούσα φάση τη διάθεση ποσοτικών στοιχείων αξιολόγησης για τα οικονομικά, κοινωνικά και επαγγελματικά αποτελέσματα των τριών αυτών μηχανισμών στήριξης.

2.2.1. *Αποτελέσματα της πτυχής «Κατάρτιση»*

Το πρόγραμμα MEDIA-Κατάρτιση συμβάλλει αποφασιστικά στην ύπαρξη επαγγελματικής κατάρτισης ευρωπαϊκής διάστασης. Η κοινοτική οικονομική υποστήριξη αντιπροσωπεύει κατά μέσο όρο το 49% των δαπανών κατάρτισης και είναι ζωτικής σημασίας για τη βιωσιμότητα των υποστηριζόμενων σχεδίων.

Το 42% των επαγγελματικών καταρτίσεων αφορούν τις νέες τεχνολογίες, το 32% τη διαχείριση και το 27% τις τεχνικές συγγραφής.

Η ποιότητα των καταρτίσεων - σε μεγάλο βαθμό συνεχών καταρτίσεων - είναι υψηλή. Η επίπτωση όσον αφορά τη βελτίωση των ικανοτήτων και τεχνικών γνώσεων των επαγγελματιών, ιδίως στον τομέα των νέων τεχνολογιών, επιβεβαιώνεται από το ευρύ δείγμα των αποδεκτών της κατάρτισης που ερωτήθηκαν από τον εξωτερικό σύμβουλο στο πλαίσιο της ενδιάμεσης αξιολόγησης.

Οι καταρτίσεις προσφέρουν επίσης την ευκαιρία στους συμμετέχοντες να δημιουργήσουν σχέσεις με δυνητικούς εταίρους, ιδίως ενόψει της δημιουργίας ευρωπαϊκών συμπαραγωγών.

### 2.2.2. Αποτελέσματα της πτυχής «Ανάπτυξη»

Ο άξονας για την ανάπτυξη επέτυχε τους στόχους του επιτρέποντας συγχρόνως να ευαισθητοποιηθούν οι επαγγελματίες για τη σημασία του σταδίου της ανάπτυξης και προσφέροντάς τους πρόσβαση σε πρόσθετα χρηματοδοτικά μέσα (η υποστήριξη του προγράμματος MEDIA αντιπροσωπεύει κατά μέσο όρο 16% του κόστους της ανάπτυξης). Η ενίσχυση αυτή είναι αρκετά σημαντική για τη μείωση των κινδύνων που περιλαμβάνουν οι ανεξάρτητοι παραγωγοί.

Τα μέσα της πτυχής για την ανάπτυξη είναι καλά προσαρμοσμένα στην πραγματικότητα του τομέα (πακέτα σχεδίων παραγωγής - («Slate Funding» για τις επιχειρήσεις μεσαίου μεγέθους, ατομικά σχέδια για τις μικρότερες επιχειρήσεις).

Η στήριξη κατανέμεται κατά ικανοποιητικό τρόπο μεταξύ των διαφόρων ειδών (ταινίες με υπόθεση, ντοκιμαντέρ, κινούμενα σχέδια, πολυμέσα). Το ποσοστό συμμετοχής στην παραγωγή υποστηριζόμενων σχεδίων είναι υψηλό και επιβεβαιώνει τα οφέλη μιας στήριξης στην ανάπτυξη.

### 2.2.3. Αποτελέσματα της πτυχής «Διανομή»

#### 2.2.3.1. Η δράση «Κινηματογραφική διανομή»

Τα δύο υπάρχοντα συστήματα (η επιλεκτική στήριξη και η αυτόματη στήριξη) παρήγαγαν ικανοποιητικά αποτελέσματα, σύμφωνα με τους καθορισθέντες στόχους: 90% των ταινιών που διανεμήθηκαν εκτός της εθνικής τους επικράτειας κατά τη διάρκεια της περιόδου αναφοράς για την αξιολόγηση το έκαναν με τη βοήθεια του προγράμματος MEDIA.

- Επιλεκτική στήριξη στην κινηματογραφική διανομή

Οι δικαιούχοι υποστηρίχθηκαν κατά μέσο όρο σε ποσοστό 27% των καταβληθέντων εξόδων διανομής, που συνεπάγεται μια σημαντική κάλυψη των κινδύνων. Υπολογίστηκαν ξατά μέσο όρο σε 5,5 οι εθνικές επικρατείες διανομής ανά ενισχυόμενη ταινία.

- Η αυτόματη στήριξη στην κινηματογραφική διανομή

Η χορηγηθείσα ενίσχυση ανήλθε από 12,2 εκατ. ευρώ σε 20 εκατ. ευρώ, λόγω των επιτυχιών που σημειώθηκαν στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού κινηματογράφου κατά τη διάρκεια των δύο αυτών ετών. Οι επανεπενδύσεις πραγματοποιήθηκαν σε ποσοστό 70% για διάφορα μίνιμουμ γκαραντί (MG), 28% για P&A (αντίγραφα/διαφήμιση) και 1% για συμπαραγωγές. Των επανεπενδύσεων επωφελήθηκαν ιδίως τα γαλλικά και βρετανικά έργα, αλλά οι ταινίες των χωρών με χαμηλή παραγωγική ικανότητα και/ή περιορισμένη γλωσσική και γεωγραφική εμβέλεια έτυχαν μεγαλύτερης στήριξης σε σχέση με το μερίδιό τους σε εισητήρια.

#### 2.2.3.2. Η δράση «Εξουσιοδοτημένοι πωλητές»

Η δράση αυτή είναι πλέον πρόσφατη του άξονα για τη διανομή. Λίγοι υποψήφιοι παρουσιάστηκαν και επιλέχθηκαν κατά τη διάρκεια των δύο ετών αναφοράς (17 επιλεγέντα σχέδια ανά έτος). Τα αποτελέσματα αυτά συνδέονται με τον αριθμό των ευρωπαϊών εξουσιοδοτημένων πωλητών που είναι περίπου πενήντα. Αλλά καθιστούν δυσχερή μια ποσοτική και αντιπροσωπευτική αξιολόγηση της δράσης.

Πάντως, μπορεί να πιστοποιηθεί ότι ανταποκρίνεται σε μια πραγματική ανάγκη. Συνδέεται με ζητήματα εμπορίας και διεθνών πωλήσεων ευρωπαϊκών έργων, θέματα που είναι σήμερα αποφασιστικής σημασίας για τον οπτικοακουστικό τομέα και την παγίωσή του.

#### 2.2.3.3. Η δράση «Τηλεοπτική διανομή»

Η στήριξη της τηλεοπτικής διανομής εκπλήρωσε το στόχο της συμβάλλοντας στην παροχή κινήτρων για την παραγωγή τηλεοπτικών έργων με προορισμό μια ευρωπαϊκή αγορά.

Κάθε υποστηριζόμενο έργο συγκέντρωσε κατά μέσο όρο 6,4 διανομείς. Η στήριξη του προγράμματος MEDIA ανήλθε σε ποσοστό μέχρι 20% των δαπανών παραγωγής των ντοκιμαντέρ και 12,5% των δαπανών παραγωγής των έργων με υπόθεση και των κινούμενων σχεδίων. Το ντοκιμαντέρ ήταν το ευρύτερα εκπροσωπούμενο είδος.

Έστω και αν η κατανομή της βελτιώθηκε σε σχέση με το πρόγραμμα MEDIA II, η στήριξη της τηλεοπτικής διανομής εξακολουθεί να είναι κυρίως επωφελής για τους παραγωγούς περιορισμένου αριθμού χωρών (Γαλλία, Γερμανία και Ηνωμένο Βασίλειο). Η συγκέντρωση αυτή αποτελεί συνέπεια του κριτηρίου της ανεξαρτησίας των παραγωγών (η μέγιστη διάρκεια της κατοχής των δικαιωμάτων από τους διανομείς ορίζεται σε 7 έτη) που εφαρμόζεται στο πλαίσιο της επιλογής των σχεδίων. Οι πρακτικές όσον αφορά την κατοχή δικαιωμάτων από τους διανομείς πράγματι εξακολουθούν να ποικίλουν πολύ αναλόγως των χωρών.

#### 2.2.3.4. Η δράση «Δίκτυο αιθουσών» (Europa Cinémas)

Τα αποτελέσματα της εν λόγω δράσης για την περίοδο 2001-2003 συμφωνούν προς τους επιδιωκόμενους στόχους. 700 οθόνες υποστηρίχθηκαν. Τα ευρωπαϊκά εισιτήρια σημείωσαν αύξηση σε ποσοστό 18% και αντιπροσωπεύουν το 59% των συνολικών εισιτηρίων. Οι αίθουσες του δικτύου προγραμματίσαν το 2002 κατά μέσο όρο 38% ευρωπαϊκών μη εθνικών έργων. Τα μερίδια αγοράς των ευρωπαϊκών μη εθνικών ταινιών δεν ανήλθαν παρά σε 8% στις αίθουσες που δεν συμμετέχουν στο δίκτυο.

Παρατηρείται γενικά μια θετική συσχέτιση μεταξύ του αριθμού των οθονών που υποστηρίζονται από το πρόγραμμα MEDIA σε μια χώρα και του μεριδίου αγοράς των ευρωπαϊκών ταινιών στη χώρα αυτή. Το πρόγραμμα MEDIA συμβάλλει σαφώς στη μείωση του κινδύνου που μπορεί να αντιπροσωπεύει η προβολή στις αίθουσες ευρωπαϊκών μη εθνικών ταινιών.

#### 2.2.4. Αποτελέσματα της πτυχής «Προώθηση και Φεστιβάλ»

Η πτυχή αυτή απέδειξε την αποτελεσματικότητά της όσον αφορά την κυκλοφορία των ευρωπαϊκών μη εθνικών έργων και τη διανομή τους μέχρι το κοινό.

44% των στηριζόμενων σχεδίων στόχευαν δράσεις προώθησης, 56% αγορές/φεστιβάλ. Κατά μέσο όρο 80% των ευρωπαϊκών έργων προγραμματίστηκαν σε υποστηριζόμενα φεστιβάλ, πράγμα που προσδίδει στην πτυχή αυτή μεγάλη ευρωπαϊκή προστιθέμενη αξία.

### 2.2.5. *Αποτελέσματα της πτυχής «Πρότυπα σχέδια»*

Τα πρότυπα σχέδια που υποστηρίχθηκαν ήταν λίγα (5 σχέδια) αλλά αντιπροσώπευαν ποσό ύψους 3,2 εκατ. ευρώ. Το πρόγραμμα MEDIA συμμετείχε κατά μέσο όρο με ποσοστό ύψους 20,78% των δαπανών τους. Τέσσερις ευρωπαϊκές χώρες κατά μέσο όρο συνεργάστηκαν για την εφαρμογή τους.

Η ενδιάμεση αξιολόγηση υπογραμμίζει την ορθότητα και τη στρατηγική σημασία των ζητημάτων που εξετάστηκαν στο πλαίσιο των προτύπων σχεδίων: ψηφιοποίηση των επιχειρήσεων στον τομέα της προβολής, υπηρεσίες σε άμεση σύνδεση στον τομέα της διανομής ή της αρχειοθέτησης. Προβάλλει επίσης την ύπαρξη μιας σημαντικής έλλειψης όσον αφορά τα ψηφιακά περιεχόμενα και τον εξοπλισμό των κινηματογραφικών αιθουσών.

### 2.2.6. *Αποτελέσματα της προπαρασκευαστικής δράσης I2i οπτικοακουστικός τομέας*

Η περίοδος που καλύπτεται από την αξιολόγηση δεν περιέλαβε παρά ένα μόνο γύρο επιλογής. Υποστηρίχθηκαν 40 σχέδια για ποσό ύψους περίπου 1 εκατ. ευρώ. Η μέση υποστήριξη του προγράμματος MEDIA ανά επιλεγέν σχέδιο ανήλθε σε 25.000 ευρώ.

Η δράση επέτρεψε να αντισταθμιστεί αποτελεσματικά ένα μέρος της απόκλισης μεταξύ των επιτοκίων που εφαρμόστηκαν στις μικροεπιχειρήσεις και των ισχυόντων επιτοκίων για τις επιχειρήσεις μεγαλύτερου μεγέθους. Η δράση I2i επέτρεψε επίσης τη μείωση του κόστους πρόσβασης στις εγγυήσεις καλής εκτέλεσης.

## 2.3. **Τα οφέλη που συνδέονται με την ύπαρξη χρηματοδοτικής στήριξης σε ευρωπαϊκό επίπεδο**

Τα οφέλη της ύπαρξης μιας χρηματοδοτικής στήριξης σε κοινοτικό επίπεδο υπερβαίνουν την ενίσχυση των ευρωπαϊών επαγγελματιών από συμπληρωματικές πηγές χρηματοδότησης σε σχέση με τις κρατικές ενισχύσεις.

Εξάλλου, η ύπαρξη ευρωπαϊκής στήριξης δεν αντίκειται στην ευρωπαϊκή πολιτιστική πολυμορφία: Αντίθετα, στοχεύει να δώσει στις επιχειρήσεις του οπτικοακουστικού τομέα, τηρουμένων των εθνικών ιδιαιτεροτήτων, τα μέσα για να επωφεληθούν καλύτερα από τα πλεονεκτήματα μιας ενοποιημένης αγοράς.

### 2.3.1. *Η εκτίμηση εκ μέρους των επαγγελματιών μιας ευρωπαϊκής διάστασης*

Τα οφέλη που συνδέονται με την ύπαρξη χρηματοδοτικής στήριξης σε ευρωπαϊκό επίπεδο αφορούν κατ' αρχάς την ενσωμάτωση μιας ευρωπαϊκής διάστασης στα υποστηριζόμενα σχέδια, που δεν θα υπήρχε εάν οι χρησιμοποιούμενοι μηχανισμοί επιλογής στο πλαίσιο του προγράμματος MEDIA δεν ευνοούσαν την πλευρά αυτή. Όμως η συνείδηση της ύπαρξης μιας ευρωπαϊκής αγοράς απαιτεί μια απαραίτητη προϋπόθεση για να επωφεληθούν όσο το δυνατόν περισσότερο οι παράγοντες από τις δυνατότητες που τους προσφέρονται και για να βελτιώσουν την κυκλοφορία των ευρωπαϊκών μη εθνικών έργων.

Κατά τον τρόπο αυτό παρακολουθούμε βήμα προς βήμα μια πραγματική αλλαγή σε βάθος των αντιλήψεων και πρακτικών των ευρωπαϊκών επαγγελματιών του οπτικοακουστικού τομέα και την αναμφισβήτητη εμφάνιση της δικτύωσης σε ευρωπαϊκό επίπεδο των επαγγελματιών αυτών.

### 2.3.2. *Μια εξισορρόπηση μεταξύ των ευρωπαϊκών χωρών*

Η κοινοτική στήριξη έχει επίσης επιπτώσεις στο επίπεδο των εθνικών οικονομιών: επιτρέπει μια εξισορρόπηση μεταξύ των μικρών χωρών, όπου οι εθνικές ενισχύσεις είναι συχνά ανύπαρκτες ή χαμηλού επιπέδου και των μεγάλων χωρών. Όμως, όπως υπογραμμίστηκε στο σημείο 1.1., η ετερογένεια των διαφόρων αυτών αγορών ασφαλώς αποτελεί μια από τις αδυναμίες του ευρωπαϊκού οπτικοακουστικού τομέα.

Για να μπορέσουν να ληφθούν υπόψη οι ειδικές ανάγκες των χωρών και περιοχών μικρής παραγωγικής ικανότητας καθώς και των γλωσσών περιορισμένης εμβέλειας, θεσπίστηκε εξάλλου στο πλαίσιο του προγράμματος μια εύκαμπτη πολιτική θετικών διακρίσεων, χωρίς προκαθορισμένους ποσοτικούς στόχους. Το σύστημα αυτό, που επιτρέπει στις χώρες και περιοχές χαμηλής παραγωγικής ικανότητας καθώς και στις γλώσσες περιορισμένης εμβέλειας να επωφελούνται ενός ποσοστού ευρωπαϊκής ενίσχυσης ανώτερου του βάρους τους στην ευρωπαϊκή αγορά συμβάλλει στη δημιουργία προϋποθέσεων μακροχρόνιας σύγκλισης των παραγωγικών δομών σε κλίμακα της Ένωσης, και διαφυλάσσει συγχρόνως την πολιτιστική πολυμορφία.

### 2.3.3. *Μια επωφελής συμπληρωματικότητα μεταξύ εθνικών ενισχύσεων και κοινοτικής στήριξης*

Η κοινοτική χρηματοδοτική στήριξη περιλαμβάνει μια διακρατική διάσταση που δεν υφίσταται στα συστήματα εθνικών ενισχύσεων.

Τα συστήματα αυτά στην πλειοψηφία τους εξακολουθούν να προσανατολίζονται προς τη στήριξη της εθνικής παραγωγής ή στοχεύουν, στον τομέα της διανομής, στην υποστήριξη των εθνικών ταινιών. Το πρόγραμμα MEDIA ενθαρρύνει από την πλευρά του αποκλειστικά τη διανομή ευρωπαϊκών μη εθνικών ταινιών. Στον τομέα της εκμετάλλευσης των αιθουσών, οι εθνικές ενισχύσεις χρηματοδοτούν κατά κύριο λόγο τις δομές, ενώ η ενίσχυση του προγράμματος MEDIA συνίσταται σε μια παροχή κινήτρων για τον προγραμματισμό ευρωπαϊκών ταινιών. Όσον αφορά την ανάπτυξη, που αποτελεί ουσιαστικό στάδιο για την ποιότητα και τη δυνατότητα εξαγωγής ενός έργου, οι εθνικές ενισχύσεις είναι σε αρχικό στάδιο ανάπτυξης και δεν αφορούν παρά περιορισμένο αριθμό χωρών.

Ελλείψει κοινοτικής χρηματοδοτικής στήριξης, ο κίνδυνος θα ήταν κατά συνέπεια μεγάλος οι δυνατότητες της εσωτερικής αγοράς να μην τυγχάνουν εκμετάλλευσης ή αντίθετα να τυγχάνουν εκμετάλλευσης αλλά από μη ευρωπαϊκές εταιρίες, με αρνητικές επιπτώσεις στην ανάπτυξη και την απασχόληση στην Ευρώπη.

## 3. **ΣΥΝΕΧΙΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ MEDIA ΠΡΟΣ ΤΙΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ ΤΟΥ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ**

Από την έναρξη του προγράμματος MEDIA I, το πρόγραμμα MEDIA επέδειξε την ικανότητα προσαρμογής του προς τις εξελίξεις της ευρωπαϊκής αγοράς του οπτικοακουστικού τομέα. Το διάβημα αυτό που εγγυάται την αποτελεσματικότητα του προγράμματος και μεγιστοποιεί τα διαρθρωτικά του αποτελέσματα πρέπει να συνεχιστεί όσον αφορά το MEDIA Plus και το MEDIA-Κατάρτιση.

Η συγκέντρωση στις σημερινές προτεραιότητες (κατάρτιση, ανάπτυξη, διανομή και προώθηση) πρέπει να συνεχισθεί, εφόσον δίνει απάντηση στον κατακερματισμό της

ευρωπαϊκής αγοράς του οπτικοακουστικού τομέα. Στη βάση αυτή υπήρξε προβληματισμός σχετικά με τις προβλεπόμενες διευθετήσεις της κοινοτικής δράσης.

Οι προτάσεις διευθέτησης που ακολουθούν μπορούν, στις περισσότερες περιπτώσεις, να εφαρμοστούν χωρίς να είναι απαραίτητο να τροποποιηθούν οι αποφάσεις του Συμβουλίου για τη θέσπιση των προγραμμάτων MEDIA Plus και MEDIA-Κατάρτιση. Κατά συνέπεια θα μπορούσαν σύντομα να αρχίσουν να ισχύουν, ήδη από τα τέλη του 2003 ή τις αρχές του 2004.

Άλλες προτάσεις απαιτούν μια τροποποίηση των αποφάσεων του Συμβουλίου. Θα μπορούσαν να ενσωματωθούν στις προτάσεις της Επιτροπής που στοχεύουν στην ανανέωση μέχρι το 2007 των προγραμμάτων MEDIA.

### **3.1. Η διευκόλυνση της πρόσβασης στις χρηματοδοτήσεις των ΜΜΕ και των μικροεπιχειρήσεων σε όλα τα στάδια (ανάπτυξη, διανομή και προώθηση)**

Η πρόσβαση στις χρηματοδοτήσεις αποτελεί ένα πραγματικό πρόβλημα για τον ευρωπαϊκό οπτικοακουστικό τομέα, που συνίσταται στη μεγάλη του πλειοψηφία από ΜΜΕ και μικροεπιχειρήσεις. Η διαπίστωση αυτή αποτελεί τη βάση της προπαρασκευαστικής δράσης i2i οπτικοακουστικός τομέας.

Το πρόβλημα αυτό έχει οριζόντιο χαρακτήρα στο βαθμό που άπτεται των βασικών δραστηριοτήτων του οπτικοακουστικού τομέα, ήτοι: αφενός, την ανάπτυξη και την παραγωγή και αφετέρου, τη διανομή, περιλαμβανομένων των εξουσιοδοτημένων πωλητών και την προώθηση.

Για το λόγο αυτό, η προπαρασκευαστική δράση i2i θα έπρεπε να ενσωματωθεί στο πρόγραμμα MEDIA Plus. Ένα νέο μέσο για τη διευκόλυνση της πρόσβασης στις χρηματοδοτήσεις θα ήταν κατά τον τρόπο αυτό διαθέσιμο στο πλαίσιο κάθε μιας από τις πτυχές του προγράμματος MEDIA Plus (Ανάπτυξη, διανομή, προώθηση). Εξάλλου και αποσκοπώντας στην ενίσχυση της συνοχής της κοινοτικής δράσης, κριτήρια με στόχο την παροχή κινήτρων για την κυκλοφορία των ευρωπαϊκών μη εθνικών έργων θα έπρεπε να θεσπιστούν για την επιλογή των σχεδίων.

Η προσαρμογή αυτή θα μπορούσε να αρχίσει να ισχύει από το 2004, χωρίς τροποποίηση της απόφασης του Συμβουλίου 2000/821/EK της 20/12/00 για τη θέσπιση του προγράμματος MEDIA Plus, ιδίως όσον αφορά την ενσωμάτωση στην πτυχή για την ανάπτυξη.

### **3.2. Κατάρτιση**

#### *3.2.1. Θέσπιση μιας συνεργίας μεταξύ των οργανισμών κατάρτισης και δημιουργία δεσμών με τις σχολές κινηματογράφου*

Πρέπει να συνεχισθεί η δικτύωση των ευρωπαϊκών οργανισμών κατάρτισης, σύμφωνα με τους στόχους του προγράμματος MEDIA-Κατάρτιση.

Εξάλλου, θα πρέπει να εφαρμοστεί μια συνεργασία με τις σχολές κινηματογράφου και την αρχική κατάρτιση στον οπτικοακουστικό τομέα. Οι σχολές αυτές έχουν καθιερωθεί και διαθέτουν μεγάλη πείρα, δίκτυα συνεργασίας και ισχυρούς δεσμούς με το επάγγελμα.

Η θέσπιση τέτοιου είδους συνεργιών θα επέτρεπε να βελτιωθεί ακόμη περισσότερο η παιδαγωγική ποιότητα και να μειωθεί το κόστος της υποδομής της κατάρτισης. Ειδικότερα, θα μπορούσε να υποστηριχθεί η δημιουργία προγραμμάτων "masters" ή σειράς ειδικών μαθημάτων με διεθνή διάσταση.

Τέλος, οι συνεργίες αυτές θα μπορούσαν να χρησιμεύσουν ως πλαίσιο για την κινητικότητα των σπουδαστών και των εκπαιδευτών στην Ευρώπη.

### *3.2.2. Προσαρμογή του παιδαγωγικού περιεχομένου στις ανάγκες του επαγγέλματος*

Η χρήση νέων τεχνολογιών αποτελεί έναν από τους τομείς στον οποίο η προσφορά κατάρτισης θα πρέπει να ενισχυθεί.

Πάντως, κατά γενικότερό τρόπο, θα ήταν χρήσιμο να διατίθεται γρήγορα η συγκεκριμένη εκτίμηση των αναγκών σε επαγγελματική κατάρτιση - ιδίως στις συνδεδεμένες χώρες - ώστε να προσαρμοστεί το πρόγραμμα MEDIA-Κατάρτιση στις πραγματικότητες του τομέα.

### *3.2.3. Αύξηση του ορίου της κοινοτικής συνδρομής για την αντιμετώπιση των ειδικών αναγκών των συνδεδεμένων χωρών*

Η συνδρομή του προγράμματος MEDIA δεν μπορεί σήμερα να υπερβεί το 50% του κόστους των δράσεων κατάρτισης που γίνονται στις μεγάλες χώρες και το 60% του κόστους των δράσεων κατάρτισης που γίνονται στις περιοχές ή χώρες με μικρή παραγωγική ικανότητα και/ή περιορισμένη γλωσσική και γεωγραφική εμβέλεια. Οι συμπληρωματικοί πόροι προέρχονται από τους ίδιους πόρους των ίδιων των δικαιούχων οργανισμών, από κρατικές ενισχύσεις, από έξοδα συμμετοχής που καταβάλλονται από τους συμμετέχοντες, καθώς επίσης από ορισμένους ιδιώτες χορηγούς.

Στην περίπτωση των συνδεδεμένων χωρών, τίθεται ένα πραγματικό πρόβλημα χρηματοδότησης. Οι οργανισμοί κατάρτισης δεν διαθέτουν παρά ελάχιστους χρηματοδοτικούς ίδιους πόρους και οι κρατικές ενισχύσεις είναι ανύπαρκτες ή πολύ περιορισμένες. Οι οργανισμοί κατάρτισης εξάλλου δεν μπορούν να αντισταθμίσουν το οικονομικό βάρος αυξάνοντας παράλογα τη συμμετοχή των μαθητών.

Για την αντιμετώπιση της κατάστασης αυτής και λαμβάνοντας υπόψη τη σημαντική ανάγκη κατάρτισης των επαγγελματιών, θα έπρεπε να αυξηθεί κατά μεταβατικό τρόπο το όριο της κοινοτικής συνδρομής σε ποσοστό μέχρι 75% στην περίπτωση δράσεων που τυγχάνουν υποστήριξης στις συνδεδεμένες χώρες.

Διαφέροντας από τις δύο προτάσεις προσαρμογής που προηγούνται, μια τέτοια αύξηση απαιτεί τροποποίηση της απόφασης του Συμβουλίου αριθ. 2001/163/EK της 19/01/01 για τη θέσπιση του προγράμματος MEDIA-Κατάρτιση. Θα μπορούσε να ενσωματωθεί στις προτάσεις της Επιτροπής σχετικά με την ανανέωση του προγράμματος MEDIA μέχρι το 2007.

## **3.3. Ανάπτυξη**

### *3.3.1. Σύσταση μιας στήριξης στην πρό παραγωγή*

Η πρό παραγωγή καθίσταται σήμερα ένα όλο και πιο αποφασιστικό και ειδικό στάδιο της ανάπτυξης: η αναγκαιότητα εξεύρεσης χρηματοδοτήσεων οδηγεί τους

παραγωγούς να τις αναζητούν εκτός των χωρών προέλευσής τους, ιδίως ενόψει της σύναψης συμφωνιών συμπαραγωγής.

Η θετική αυτή εξέλιξη, εφόσον εισάγει μια πραγματικά ευρωπαϊκή διάσταση στην ανάπτυξη, δεν έχει ληφθεί υπόψη παρά ατελώς στα ισχύοντα μέσα. Οι δαπάνες για τους απαραίτητους συμβούλους ή δικηγόρους για την σύσταση χρηματοδοτικών εταιρικών σχέσεων, για παράδειγμα, δεν είναι επιλέξιμες.

Η ενσωμάτωση της δράσης i2i στον άξονα της ανάπτυξης θα μπορούσε να αποτελέσει την ευκαιρία για να καθοριστεί, στο πλαίσιο του άξονα της ανάπτυξης, ένα νέο μέσο ειδικά προσανατολισμένο προς την υποστήριξη των δαπανών της πρό παραγωγής.

### 3.3.2. *Αύξηση των ορίων ενίσχυσης για να εκφραστούν καλύτερα οι πραγματικότητες του τομέα*

Στον τομέα της ανάπτυξης, τα υπάρχοντα μέσα είναι καλά προσαρμοσμένα στις ανάγκες και τις πραγματικότητες του τομέα. Ειδικότερα, το "Slate Funding" παρέχει μια εύκαμπτη χρηματοδότηση στις επιχειρήσεις μεσαίου μεγέθους.

Είναι κυρίως τα ισχύοντα όρια που αποδεικνύονται μη προσαρμοσμένα στους νέους όρους της αγοράς: ήτοι την αύξηση των δαπανών ανάπτυξης σε σχέση με τη χρήση νέων τεχνολογιών, ιδίως για τα κινούμενα σχέδια και τα πολυμέσα.

Κατά συνέπεια θα πρέπει να αντιμετωπισθεί μια αύξηση των ισχυόντων ορίων και ειδικότερα για το "Slate Funding". Μια τέτοια αύξηση θα ενίσχυε εξάλλου τον διαρθρωτικό ρόλο του εν λόγω μέσου για τις ΜΜΕ.

### 3.3.3. *Αναγνώριση της συμπληρωματικότητας μεταξύ των πτυχών «Ανάπτυξη» και «Κατάρτιση» του προγράμματος MEDIA Plus*

Η κατάρτιση, είτε αφορά τον τομέα της εμπορικής διαχείρισης, της εμπορίας ή της συγγραφής, πρέπει να θεωρηθεί ως αναπόσπαστο τμήμα των δαπανών και των δράσεων ανάπτυξης ενός σχεδίου. Για παράδειγμα, ένα σχέδιο ανάπτυξης μπορεί να επωφεληθεί συμβουλών που δίδονται στον συντάκτη του στο πλαίσιο ενός εργαστηρίου συγγραφής.

Για τους λόγους αυτούς, θα έπρεπε να εισαχθεί ένας δεσμός μεταξύ των πτυχών «Κατάρτιση» και «Ανάπτυξη». Οι δαπάνες κατάρτισης θα μπορούσαν για παράδειγμα να περιλαμβάνονται στα επιλέξιμα είδη δαπάνης για την ενίσχυση της ανάπτυξης.

Οι προβλεπόμενες προσαρμογές για την πτυχή της ανάπτυξης δεν προϋποθέτουν τροποποίηση της νομικής βάσης του προγράμματος MEDIA Plus και θα μπορούσαν να αρχίσουν να ισχύουν σύντομα.

## 3.4. **Διανομή**

### 3.4.1. *Θέσπιση ενός συστήματος «Slate Funding» στον τομέα της διανομής*

Στο ισχύον σύστημα, οι ευρωπαϊκές ταινίες περιορισμένης προβολής τυγχάνουν μικρής αυτόματης στήριξης και δεν επωφελούνται παρά ελάχιστα μιας επιλεκτικής στήριξης. Η τελευταία αυτή περιλαμβάνει πράγματι την υποχρέωση να



συνεργαστούν για μια ταινία τουλάχιστον τρεις ευρωπαϊοί διανομείς, πράγμα που αποτελεί εμπόδιο για τις ταινίες με αβέβαιη εμπορική επιτυχία.

Για τη θεραπεία της κατάστασης αυτής θα έπρεπε να σχεδιασθεί ένα νέο είδος στήριξης, που θα εμπνεόταν, από το σύστημα "Slate Funding" που χρησιμοποιείται στην ανάπτυξη.

Θα επρόκειτο για τη χορήγηση στους διανομείς μιας συνολικής χρηματοδότησης για τη διανομή, για μια περίοδο ενός ή δύο ετών, ενός καταλόγου ευρωπαϊκών ταινιών με αβέβαιη εμπορική επιτυχία, χωρίς περιορισμό όσον αφορά τον αριθμό των συμμετεχόντων ευρωπαϊών διανομέων.

Μια τέτοια προσαρμογή προϋποθέτει τροποποίηση της απόφασης 2000/821/ΕΚ της 20/12/00 για τη θέσπιση του προγράμματος MEDIA Plus και θα μπορούσε να προβλεφθεί στο πλαίσιο της ανανέωσης του προγράμματος μέχρι το 2007.

### 3.4.2. *Αναδιάρθρωση και διεύρυνση της δράσης «Εξουσιοδοτημένοι πωλητές»*

Μετά από δύο έτη εφαρμογής διαπιστώνεται ότι το μεγαλύτερο μέρος της ενίσχυσης του προγράμματος MEDIA συγκεντρώνεται σε μια μόνο χώρα: τη Γαλλία. Έστω και εάν η συγκέντρωση αυτή αντικατοπτρίζει εν μέρει την πραγματικότητα της αγοράς και τη σημασία των γάλλων εξουσιοδοτημένων πωλητών στην Ευρώπη, η εισαγωγή μιας μη εθνικής διάστασης - ιδίως για τις επανεπενδύσεις - θα μπορούσε να επιτρέψει να διορθωθεί η κατάσταση αυτή και να δοθεί μια πραγματική ευρωπαϊκή υπεραξία στον τομέα.

Στο πλαίσιο της λογικής αυτής, η δράση «Εξουσιοδοτημένοι πωλητές» θα μπορούσε να αναδιρθωθεί έχοντας ως στόχο την παροχή κινήτρων για τον συντονισμό μεταξύ παραγωγών, διανομέων και εξουσιοδοτημένων πωλητών. Η πρόταση αυτή βασίζεται στην ακόλουθη διαπίστωση: ένα κατάλληλο διάβημα στον τομέα της εμπορίας τοποθετεί την προώθηση πριν από την παραγωγή. Συνίσταται κατ' αρχάς στην έρευνα των διαφόρων ειδών κοινού για τα οποία σχεδιάστηκαν οι ταινίες, τη μέτρηση των εμπορικών προοπτικών και των ενδεχόμενων εσόδων στις διάφορες αγορές. Στη συνέχεια συνίσταται στην προώθηση και πώληση των ταινιών αυτών, στην προσέλκυση του κοινού και στην ανάπτυξη των μεριδίων αγοράς, ιδίως μέσω της έρευνας αγοράς.

Πάντως, σε πολλές περιπτώσεις, οι παραγωγοί δεν περιλαμβάνουν το υλικό προώθησης στις στρατηγικές τους και οι διανομείς δεν διαθέτουν τους απαραίτητους χρηματοδοτικούς πόρους για την πλήρωση του κενού αυτού. Τέλος, οι εξουσιοδοτημένοι πωλητές δεν διαθέτουν τα μέσα για να καταστήσουν αποτελεσματική την προώθηση των προϊόντων τους.

Η νέα δράση για τους εξουσιοδοτημένους πωλητές θα επέτρεπε την οικονομική υποστήριξη της εκπόνησης ενός βασικού πακέτου προώθησης που θα περιλαμβάνει: μια πρώτη κόπια με υποτίτλους, σάουντρακ (μουσική και εφέ) του υλικού προώθησης κλπ.

Η προσαρμογή αυτή δεν απαιτεί τροποποίηση της νομικής βάσης του προγράμματος MEDIA Plus και θα μπορούσε να αρχίσει να ισχύει σύντομα.

Η δράση θα έπρεπε επίσης να επεκταθεί στους εξουσιοδοτημένους πωλητές που είναι εξειδικευμένοι στα τηλεοπτικά προγράμματα. Αλλά η τροποποίηση αυτή

απαιτεί τροποποίηση της νομικής βάσης του προγράμματος MEDIA Plus. Θα μπορούσε να προβλεφθεί στο πλαίσιο της ανανέωσης του προγράμματος μέχρι το 2007.

### *3.4.3. Αύξηση των ορίων ενίσχυσης*

Ο αριθμός των αντιγράφων ανά ταινία καθώς και το κόστος διανομής σήμερα σημειώνουν σημαντική ανάπτυξη.

Κατά συνέπεια θα έπρεπε, για να ληφθεί υπόψη η εξέλιξη αυτή, να αυξηθούν τα ισχύοντα όρια της κοινοτικής ενίσχυσης.

Η προσαρμογή αυτή δεν προϋποθέτει τροποποίηση της απόφασης 2000/821/EK της 20/12/00 για τη θέσπιση του προγράμματος MEDIA Plus και θα μπορούσε να αρχίσει να ισχύει σύντομα.

### *3.4.4. Τηλεοπτική διανομή: μεγαλύτερο άνοιγμα του συστήματος με την τροποποίηση των κανόνων για την εγχώρια δικαιωμάτων*

Στο ισχύον σύστημα, η εφαρμογή του κριτηρίου της ανεξαρτησίας των παραγωγών (εκχώρηση δικαιωμάτων στους διανομείς χρονικής διάρκειας που περιορίζεται στα 7 έτη) έχει ως αποτέλεσμα μια συγκέντρωση της στήριξης υπέρ των γάλλων (40% της χορηγηθείσας στήριξης), γερμανών και βρετανών παραγωγών.

Για την αποκατάσταση της στρέβλωσης αυτής και την προσαρμογή της στήριξης στις πραγματικότητες του τηλεοπτικού τομέα σε ορισμένα κράτη που συμμετέχουν στο πρόγραμμα, θα έπρεπε να υπάρχει μεγαλύτερη ευκαμψία στον ορισμό του κριτηρίου της ανεξαρτησίας των παραγωγών.

Η προσαρμογή αυτή θα μπορούσε να αρχίσει να ισχύει στο πλαίσιο του προγράμματος MEDIA Plus.

### *3.4.5. Χρήση του δικτύου των αιθουσών για την προώθηση του ευρωπαϊκού κινηματογράφου*

Θα μπορούσαν να προβλεφθούν συντονισμένες δράσεις προώθησης του ευρωπαϊκού κινηματογράφου στο πλαίσιο του δικτύου αιθουσών που υποστηρίζεται από το πρόγραμμα MEDIA. Ο στόχος θα ήταν να επωφεληθεί το δίκτυο αυτό όσο το δυνατόν περισσότερο από την επιτυχία ενώπιον του κοινού. Για παράδειγμα θα μπορούσαν να γίνουν συντονισμένες δράσεις έναρξης προβολής ταινιών.

Η προσαρμογή αυτή θα μπορούσε να αρχίσει να ισχύει σύντομα, στο πλαίσιο του προγράμματος MEDIA Plus.

## **3.5. Προώθηση και φεστιβάλ**

### *3.5.1. Ενίσχυση της παρουσίας ευρωπαϊών επαγγελματιών στις κυριότερες αγορές*

Η κοινοτική στήριξη θα πρέπει να εστιάζεται στις κυριότερες αγορές, στις οποίες η παρουσία ευρωπαϊών επαγγελματιών μπορεί να έχει ένα μέγιστο αντίκτυπο όσον αφορά τις πωλήσεις και την εξαγωγή.

3.5.2. *Προώθηση της πολιτιστικής πολυμορφίας και ενίσχυση της εξοικείωσης του κοινού με την εικόνα μέσω μιας ευρείας υποστήριξης των φεστιβάλ*

Σύμφωνα με τα ισχύοντα κριτήρια επιλεξιμότητας, το 70% των ταινιών που προγραμματίζονται στα φεστιβάλ που έχουν την υποστήριξη του προγράμματος MEDIA πρέπει να είναι ευρωπαϊκές. Στην πράξη πρόκειται για ποσοστό 80%.

Τα οφέλη από μια τέτοια διαπίστωση όσον αφορά την προώθηση της πολιτιστικής πολυμορφίας και την εξοικείωση των ευρωπαίων θεατών είναι προφανή και εντάσσονται πλήρως στους στόχους του άρθρου 151 παράγραφος 4 της συνθήκης. Πρόκειται για τη μεγαλύτερη δυνατή ωφέλεια, διατηρώντας μια ευρεία κατανομή της στήριξης του προγράμματος MEDIA για τα φεστιβάλ στην ευρωπαϊκή επικράτεια.

3.5.3. *Βελτίωση της προβολής του προγράμματος MEDIA, ώστε να μπορεί να γίνει σήμα του ευρωπαϊκού κινηματογράφου*

Μια καλύτερη γνώση εκ μέρους του κοινού του προγράμματος MEDIA θα μπορούσε να το καταστήσει ένα πραγματικό σήμα της ευρωπαϊκής ταινίας, που θα συνδέεται με μια εικόνα ποιότητας και μια ευρωπαϊκή ταυτότητα.

Ο στόχος αυτός θα μπορούσε να επιτευχθεί δίνοντας για παράδειγμα μεγαλύτερη δημοσιότητα στο βραβείο MEDIA.

Το σύνολο των διευθετήσεων που προτείνονται για τον άξονα για την προώθηση θα μπορούσε να εφαρμοστεί σύντομα, στο πλαίσιο του προγράμματος MEDIA Plus.

### **3.6. Πρότυπα σχέδια**

Τα πρότυπα σχέδια μπορούν να συμβάλλουν στο σύνολο των πτυχών του προγράμματος MEDIA. Η διάσταση αυτή δεν πρέπει να ξεχνιέται.

Θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή σε δύο προτεραιότητες.

Αφενός, η ισχύουσα διαθέσιμη γραμμή του προϋπολογισμού στην πτυχή «Διανομή» για τη διανομή σε απευθείας σύνδεση θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ώστε να δοθούν κίνητρα για την δημιουργία ψηφιακού περιεχομένου και τη χρήση της διανομής σε απευθείας σύνδεση από την ευρωπαϊκή βιομηχανία.

Από την άλλη πλευρά, στον τομέα της διανομής σε αίθουσες, θα έπρεπε να ενισχυθεί η σύσταση ενός πραγματικού δικτύου ψηφιακών ευρωπαϊκών κινηματογράφων, εξοπλισμένων σύμφωνα με τις ανάγκες της ευρωπαϊκής βιομηχανίας.

Οι προσαρμογές αυτές θα μπορούσαν να αρχίσουν να ισχύουν σύντομα, στο πλαίσιο του προγράμματος MEDIA Plus.

### **3.7. Διατήρηση μιας κεντρικής διαχείρισης της κοινοτικής ενίσχυσης, επηρεασμένης από μια ενίσχυση του ρόλου των MEDIA Desks**

3.7.1. *Τα πλεονεκτήματα μιας κεντρικής διαχείρισης της κοινοτικής ενίσχυσης*

Σήμερα, η διανομή και διαχείριση της κοινοτικής ενίσχυσης γίνεται σε κεντρικό επίπεδο από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

Η κεντρική αυτή λειτουργία είναι καλά προσαρμοσμένη στους στόχους της ευρωπαϊκής ενίσχυσης, ήτοι: την παροχή κινήτρων για την εισαγωγή μιας διακρατικής διάστασης στο ευρωπαϊκό οπτικοακουστικό επάγγελμα και το να επιτραπεί στην εσωτερική αγορά να λειτουργήσει καλύτερα. Θα έπρεπε να διατηρηθεί.

### 3.7.2. Καλύτερη εκμετάλλευση του δυναμικού που προσφέρεται από τα "MEDIA Desks"

Η κεντρική διαχείριση της κοινοτικής ενίσχυσης θα μπορούσε να συμπληρωθεί με την ενίσχυση του ρόλου των "MEDIA Desks".

Τα "MEDIA Desks" υπάρχουν σε όλα τα συμμετέχοντα κράτη στο πρόγραμμα MEDIA. Χρηματοδοτούνται από κοινού από τα κράτη μέλη και από τον προϋπολογισμό του προγράμματος MEDIA. Η βασική τους λειτουργία σήμερα είναι η δημιουργία δεσμού μεταξύ της Ευρωπαϊκής Ένωσης και των επαγγελματιών κάθε συμμετέχοντος κράτους, ιδίως ενόψει του να επιτραπεί η ενημέρωσή τους ως προς τους μηχανισμούς της κοινοτικής στήριξης.

Οι δυνατότητες που προσφέρονται από τα "MEDIA Desks" – που τοποθετούνται όσο το δυνατόν εγγύτερα στις πραγματικότητες των εθνικών αγορών, είναι οι καλύτεροι γνώστες των αναγκών τους και των ιδιαιτεροτήτων τους - θα έπρεπε να τύχουν μεγαλύτερης εκμετάλλευσης. Ειδικότερα τα "MEDIA Desks" θα μπορούσαν να προσφέρουν χρήσιμες στατιστικές για τις εθνικές αγορές ή να καταστούν πιο δυναμικής σύνδεσμοι μιας πιο δυναμικής πολιτικής επικοινωνίας.

Οι προσαρμογές αυτές θα μπορούσαν να γίνουν χωρίς τροποποίηση της απόφασης 2000/821/ΕΚ της 20/12/00 για τη θέσπιση του προγράμματος MEDIA Plus και να παρέμβουν σύντομα.

## 4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ: ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΒΛΕΠΟΜΕΝΩΝ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΩΝ ΚΑΙ ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ

ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΕΣ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΩΝ ΙΣΧΥΟΝΤΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ: MEDIA PLUS ΚΑΙ MEDIA-ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ	ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ
<b>Διευκόλυνση της πρόσβασης στις χρηματοδοτήσεις των ΜΜΕ και των μικροεπιχειρήσεων</b>	
Ενσωμάτωση της προπαρασκευαστικής δράσης i2i οπτικοακουστικός τομέας στο πλαίσιο των πτυχών του προγράμματος MEDIA Plus	4ο τρίμηνο 2003
<b>Κατάρτιση</b>	
Θέσπιση συνεργιών μεταξύ των οργανισμών κατάρτισης και των σχολών κινηματογράφου	2ο εξάμηνο 2004
Επισκόπηση της κατάστασης των αναγκών κατάρτισης	1ο τρίμηνο 2004
<b>Ανάπτυξη</b>	
Σύσταση μιας στήριξης στην προπαραγωγή, επ'ευκαιρία της ενσωμάτωσης της δράσης i2i οπτικοακουστικός τομέας στην πτυχή «Ανάπτυξη»	4ο τρίμηνο 2003
Αύξηση των ορίων κοινοτικής ενίσχυσης	4ο τρίμηνο 2003
Σύνδεση μεταξύ των πτυχών «Ανάπτυξη» και «Κατάρτιση»	4ο τρίμηνο 2003/1ο τρίμηνο 2004
<b>Διανομή</b>	
Αναδιάρθρωση της δράσης «Εξουσιοδοτημένοι πωλητές»	4ο τρίμηνο 2003
Αύξηση των ορίων ενίσχυσης	1ο εξάμηνο 2004

Τηλεοπτική διανομή: τροποποίηση των κανόνων για την εκχώρηση δικαιωμάτων στους διανομείς	2004
-Χρήση του δικτύου "Europa Cinéma" για την προώθηση του ευρωπαϊκού κινηματογράφου	2004
<b>Προώθηση και φεστιβάλ</b>	
Εστίαση της κοινοτικής στήριξης στις κυριότερες αγορές	2004
Προώθηση της πολιτιστικής πολυμορφίας και ενίσχυση της εξοικείωσης του κοινού με την εικόνα μέσω ευρείας υποστήριξης των φεστιβάλ	2004
Βελτίωση της προβολής του προγράμματος MEDIA για να καταστεί σήμα του ευρωπαϊκού κινηματογράφου	2004
<b>Πρότυπα σχέδια</b>	
Χρήση της γραμμής του προϋπολογισμού «Διανομή σε απευθείας σύνδεση» για την ενίσχυση της δημιουργίας ψηφιακού περιεχομένου και τη χρήση της διανομής σε απευθείας σύνδεση από την ευρωπαϊκή βιομηχανία	1ο εξάμηνο 2004
Παροχή κινήτρων για τη σύσταση ενός δικτύου ευρωπαϊκών ψηφιακών κινηματογράφων	1ο εξάμηνο 2004
<b>Ενίσχυση του ρόλου των "MEDIA Desks"</b>	<b>2004</b>

<b>ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΕΣ ΠΟΥ ΘΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΝΣΩΜΑΤΩΘΟΥΝ ΣΤΙΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ MEDIA</b>	<b>ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ</b>
<b>Κατάρτιση</b>	
Αύξηση του ορίου της κοινοτικής συνδρομής για τις δράσεις κατάρτισης στις συνδεδεμένες χώρες	4ο τρίμηνο 2003
<b>Διανομή</b>	
Εφαρμογή ενός συστήματος "Slate Funding" για τη στήριξη της διανομής των ευρωπαϊκών ταινιών με αβέβαιη εμπορική επιτυχία	4ο τρίμηνο 2003
Διεύρυνση της δράσης «Εξουσιοδοτημένοι πωλητές» στην τηλεόραση	4ο τρίμηνο 2003