



Bruselas, 30.4.2018
COM(2018) 248 final

INFORME DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO Y AL CONSEJO

Evaluación intermedia del Programa Europa Creativa (2014-2020)

{SWD(2018) 159 final}

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la cultura y la creatividad desempeñan un papel esencial en nuestras sociedades y en la conformación de nuestro futuro europeo. Desde el punto de vista económico, los sectores cultural y creativo generan aproximadamente 509 000 millones EUR en valor añadido al producto interior bruto (PIB), lo que representa un 5,3 % del total de la UE, y da empleo a tiempo completo a más de 12 millones de personas, el equivalente al 7,5 % de la de la mano de obra de la Unión¹. Son el tercer empleador más importante de la UE, tras el sector de la construcción y el de alimentos y bebidas. También contribuyen de manera significativa a la inversión, la innovación y la creación de empleo en toda la economía. Existen efectos indirectos positivos, especialmente en el sector digital, por ejemplo: el contenido hace evolucionar la infraestructura de banda ancha, y el turismo cultural. La cultura y la creatividad también facilitan las exportaciones europeas a todo el mundo al fortalecer la imagen de Europa y del modo de vida europeo.

Pero Europa es más que un mercado único, también es un gran proyecto cultural. Los sectores cultural y creativo son clave para conservar nuestra diversidad cultural y lingüística, fortalecer nuestras identidades europeas y preservar la cohesión social. Transmiten los conocimientos y los valores europeos, que son requisitos de las democracias sanas y las sociedades inclusivas. Por tanto, la cultura ha ayudado a acercar Europa a sus ciudadanos, especialmente en el contexto político actual.

Los sectores cultural y creativo construyen puentes entre el arte, la cultura, los negocios y la tecnología. Contribuyen a desarrollar el pensamiento crítico y las competencias en materia de resolución de problemas, así como actitudes de mayor asunción de riesgos, que son competencias clave en la sociedad del futuro. Al centrar su atención en la creatividad y la adopción temprana de las nuevas tecnologías (por ejemplo: el uso de aplicaciones por parte de los museos para mejorar el acceso a las colecciones, o el uso del vídeo o los subtítulos por parte de los teatros) son catalizadores de la innovación.

«Europa Creativa» es la respuesta de la Unión Europea para ayudar a que los sectores cultural y creativo liberen su potencial de crecimiento. Estos sectores están esencialmente diversificados con arreglo a esquemas nacionales y lingüísticos y, de esta forma, enriquecen nuestro paisaje cultural. Al mismo tiempo, se encuentran con obstáculos que dificultan la circulación transnacional de las obras creativas y su capacidad de operar de manera transnacional y de llegar a nuevos públicos en Europa y más allá de sus fronteras.

El programa tiene en cuenta la naturaleza dual de las actividades culturales y audiovisuales: por un lado, como impulsor de la diversidad y la participación de los ciudadanos y, por otro, como impulsor del crecimiento y el empleo, a la vez que también se reconoce su amplia contribución a la creatividad, la creación de talento, el emprendimiento y la innovación.

El presente informe se presenta en virtud del artículo 18, apartado 3, del Reglamento (UE) n.º 1295/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de diciembre de 2013, por el que se establece el Programa Europa Creativa (2014 a 2020), que exige a la Comisión que elabore un informe de evaluación intermedia basado en una evaluación externa e independiente.

Esta evaluación intermedia analiza el progreso en la ejecución del Programa Europa Creativa, destacando sus logros pero también abordando sus principales deficiencias sobre la base del

¹ Del estudio «Boosting the competitiveness of cultural and creative industries for growth and jobs», publicado por la Comisión en 2016 y elaborado por el Austrian Institute for SMEs / VVA Europe, con datos hasta 2013. El estudio «Creating growth», publicado por Ernst & Young en 2014, estima que, en 2012, las industrias cultural y creativa obtuvieron ingresos de 536 000 millones EUR, contribuyeron a un 4,2 % del PIB y dieron trabajo a 7 millones de personas, es decir, el 3,3 % de la población activa. No se dispone de estadísticas comparables sobre los sectores cultural y creativo a escala europea.

informe de evaluación independiente, de la experiencia directa en la gestión del programa y de amplias consultas con las partes interesadas. Va acompañada de un documento de trabajo de los servicios de la Comisión, en el que se exponen los datos que han servido de base a este informe.

CONTEXTO DEL PROGRAMA EUROPA CREATIVA

Europa Creativa es el programa marco de la Unión Europea de apoyo a los sectores cultural y creativo. En 2014 agrupó tres programas (MEDIA, Cultura y MEDIA Mundus) para crear un único instrumento global con el que aumentar la eficacia, aprovechar más eficazmente las oportunidades de la transición al entorno digital y abordar la fragmentación del mercado.

La arquitectura del programa reconoce la heterogeneidad de los sectores cultural y creativo, sus distintos grupos destinatarios y la necesidad de enfoques personalizados. Por ello el programa está estructurado alrededor de dos subprogramas y un capítulo intersectorial.

El subprograma MEDIA (en lo sucesivo, «MEDIA»), creado en 1991 como acompañamiento de la Directiva «Televisión sin fronteras» y dirigido al sector audiovisual, fomenta la creación de contenido audiovisual (películas, series de televisión, videojuegos) y su acceso al público europeo y mundial a través de todos los canales de distribución.

El subprograma Cultura abarca iniciativas del sector cultural, como las que promueven la cooperación, plataformas y redes transfronterizas y la traducción literaria.

Un capítulo intersectorial, dirigido a todos los sectores culturales y creativos, y que incluye un Instrumento de Garantía, apoya la política de cooperación transnacional. Este capítulo también apoya a las oficinas Europa Creativa de todos los países participantes a fin de llegar a las partes interesadas.

El Programa complementa acciones a escala nacional en el ámbito de la cultura y el sector audiovisual, y refleja las prioridades políticas que la UE sigue en el ámbito cultural y creativo.

Europa Creativa está abierto a organizaciones culturales y creativas de los Estados miembros de la UE y, en determinadas condiciones, a algunos Estados no miembros de la UE. Hoy en día, Europa Creativa incluye treinta y tres países participantes, desde Noruega hasta Túnez, desde Ucrania hasta la región de los Balcanes. En concreto, la participación en MEDIA está supeditada a la adaptación a la Directiva 2010/13/UE (Directiva de servicios de comunicación audiovisual - DSCA).

El programa se establece para el período comprendido entre el 1 de enero de 2014 y el 31 de diciembre de 2020. Este informe abarca todas las vertientes del Programa (a excepción de las Capitales Europeas de la Cultura, objeto de evaluaciones individuales) y su alcance geográfico durante los tres primeros años de aplicación del programa.

PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL INFORME DE EVALUACIÓN²

El objeto de la evaluación es:

- Valorar la efectividad de las medidas adoptadas para alcanzar los objetivos del Programa, la eficacia de este y su valor añadido europeo.
- Abordar la coherencia interna y externa del Programa, la pertinencia continua de todos sus objetivos y las posibilidades de simplificación.
- Abordar la contribución de Europa Creativa a las prioridades políticas de la UE.
- Evaluar el impacto a largo plazo de los programas anteriores.

² Estas conclusiones figuran en el SWD (2018) 159

De conformidad con las directrices para la mejora de la legislación³, la presente evaluación aborda la pertinencia, coherencia, efectividad, eficacia, sostenibilidad y valor añadido europeo del Programa.

Pertinencia

En general, la lógica de intervención y objetivos del programa siguen siendo pertinentes a efectos de las prioridades políticas de la UE y de los **retos clave de los sectores cultural y creativo**, a saber, los mercados fragmentados, la competencia mundial y la disrupción digital, así como el acceso a la financiación.

Europa Creativa ha abordado todos estos retos y, en un contexto caracterizado por patrones de consumo cambiantes, ha adaptado continuamente su apoyo a las necesidades de los beneficiarios de sectores en rápida transformación.

No obstante, a pesar de los logros positivos, aún queda mucho por hacer para aprovechar completamente las oportunidades que ofrece la transición digital, teniendo en cuenta el nuevo público, los nuevos patrones de consumo y cómo se crean, producen, acceden y rentabilizan las obras culturales y creativas en la economía digital.

MEDIA ha mejorado la circulación transfronteriza de películas y producciones audiovisuales europeas y ha abierto o ampliado las posibilidades de acceso de los ciudadanos europeos a dichas obras. Esto es especialmente importante ya que, de las más de 1 500 películas producidas en Europa cada año, menos de la mitad han salido de su territorio nacional. **MEDIA** también ha apoyado el desarrollo de obras antes de su producción para incrementar su potencial atractivo transfronterizo.

MEDIA se ha adaptado a las nuevas tendencias del mercado, incluso mediante la promoción en línea de obras europeas. Sin embargo, una mayor colaboración transfronteriza y a lo largo de la cadena de valor contribuiría a que los profesionales trabajaran juntos en respuesta a la transición al entorno digital y a la globalización.

El subprograma **Cultura** invierte en cultura para estimular la cohesión social, la creación de puestos de trabajo y el crecimiento económico en regiones y ciudades. Las líneas previstas por el programa Europa Creativa siguen siendo pertinentes a efectos del objetivo de **preservación del patrimonio cultural y la diversidad europea**, así como para la promoción de la creatividad artística y los valores europeos.

En el marco del **capítulo intersectorial**, el Instrumento de Garantía responde directamente a las necesidades de las pymes culturales y creativas que tienen dificultades para acceder a préstamos debido a la naturaleza intangible de sus activos. La contundente respuesta del mercado a su lanzamiento en 2016, con la firma de tres acuerdos de garantía en enero de 2017, muestra la pertinencia de este instrumento en relación con las necesidades del mercado. Ya en 2017, se ha habilitado un complemento de 60 millones EUR (procedentes del Fondo Europeo para Inversiones Estratégicas), equivalente a un 50 % del presupuesto total, que permite un despliegue más rápido del apoyo a las garantías, llega a más países y sectores y mejora el equilibrio geográfico y sectorial.

Coherencia

Europa Creativa ofrece un conjunto de acciones de apoyo a los sectores audiovisual y cultural y es coherente a nivel interno con los subprogramas **MEDIA** y **Cultura**. El subprograma **MEDIA** ofrece una cobertura coherente de las distintas etapas de la cadena de valor; el subprograma

³ https://ec.europa.eu/info/better-regulation-guidelines-and-toolbox_es

Cultura ofrece una respuesta en gran medida coherente a la amplia gama de necesidades del sector cultural.

La coherencia de Europa Creativa en su conjunto podría mejorarse mediante un mayor apoyo las obras intersectoriales en el marco del capítulo intersectorial.

Los objetivos y prioridades de Europa Creativa son en general coherentes y complementarios con los de las políticas y programas nacionales, con lo que se respeta el principio de subsidiariedad.

Europa Creativa es coherente con los objetivos de la estrategia Europa 2020 de crecimiento inteligente, sostenible e integrador y con su iniciativa emblemática, la estrategia para el Mercado Único Digital lanzada en 2015.

MEDIA ha contribuido a la estrategia para el Mercado Único Digital. Al impulsar la circulación internacional de las obras europeas, MEDIA apoya el acceso transfronterizo al contenido y desempeña un papel crucial en la aplicación de las medidas de apoyo que acompañan a la reforma de los derechos de autor. También complementa los requisitos de prominencia y promoción de las obras europeas establecidos en la propuesta de modificación de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual (DSCA).

El impacto de MEDIA podría reforzarse mediante una mayor coherencia con los programas nacionales de apoyo al cine, los cuales constituyen el grueso del apoyo al sector audiovisual (aproximadamente 2 000 millones EUR por año en comparación con los 115 millones EUR de MEDIA). Con este objetivo, en 2015 se emprendió un diálogo con los directores de las Agencias Cinematográficas Europeas (EFAD) con el objetivo de desarrollar una visión estratégica común para el sector. Además, en julio de 2017 se creó el grupo de expertos de los Estados miembros para mejorar la circulación de las películas europeas, del método abierto de coordinación.

Existe una gran coherencia entre Europa Creativa y el objetivo de la Agenda Europea para la Cultura de promoción de la cultura como catalizador de la creatividad. Esto se evidencia en el apoyo del programa al desarrollo de capacidades y competencias de los operadores de los sectores cultural y creativo. En concreto, el desarrollo de capacidades y competencias está integrado en las líneas del subprograma Cultura, principalmente en los proyectos y redes de cooperación.

Europa Creativa es coherente, en líneas generales, con otros programas internacionales del sector cultural, la mayoría de los cuales proceden de fundaciones y fideicomisos, cuyos fondos suelen ser de reducido tamaño y *ad hoc*. El subprograma Cultura complementa otras ayudas internacionales al ofrecer a las obras transnacionales un nivel de financiación consistente y, comparativamente, a gran escala.

Eficacia

Europa Creativa ha supuesto una importante contribución al **objetivo de empleo de la estrategia Europa 2020 y a las prioridades de la Comisión actual**: estimular la inversión a efectos de crear empleo y un mercado interior más justo y profundo con una base industrial fortalecida. Desde 2014 hasta 2016, Europa Creativa ha canalizado 544 millones EUR en financiación destinada a 2 580 entidades de los sectores cultural y creativo. Se estima que, en este período, Europa Creativa ha creado unos 3 000 puestos de trabajo.

MEDIA apoya desde la formación y el desarrollo hasta la distribución y la exhibición. En concreto, ha sustentado un mercado interior de películas europeas no nacionales mediante el apoyo a la distribución transfronteriza de más de 400 películas por año, el equivalente al 25 % de la producción cinematográfica anual de Europa. Las películas que recibieron ayudas a la

distribución consiguieron atraer a más de 65 millones de espectadores al año⁴. Estas ayudas también han contribuido a aumentar la disponibilidad de contenidos legales en toda la Unión. De la misma manera, la red de Europa Cinemas, el mayor beneficiario individual de MEDIA, se centra en la exhibición en treinta y tres países de películas europeas no nacionales a las que, en otras circunstancias, les habría resultado más difícil viajar.

Sin embargo, si bien desde 2014 el número de espectadores en Europa ha aumentado hasta niveles récord, el público total de las películas europeas no ha aumentado significativamente. Por tanto, las películas estadounidenses han sido un impulsor del crecimiento del número de espectadores europeos⁵.

De la misma manera, hoy en día los servicios de vídeo a la carta apoyados por el programa son servicios fundamentalmente nacionales con un amplio catálogo de películas europeas, incluso no nacionales, pero con un público limitado.

MEDIA debe seguir trabajando en la demanda para conectar estas películas con un público más amplio y, en concreto, con las nuevas generaciones, los nativos digitales, que representan el futuro de los mercados audiovisuales. Asimismo, MEDIA ha ampliado su alcance a lo largo de los años sin que este haya venido acompañado de un incremento en su presupuesto, lo que ha resultado en una distribución muy diluida de la financiación entre muchos beneficiarios. Actualmente hay catorce líneas que abordan distintos segmentos del sector audiovisual. Por ello, es preciso centrarse más en el apoyo a la ampliación de las actividades y fomentar la colaboración del sector en toda Europa, especialmente en el contexto de un mercado digital más abierto y competitivo.

El subprograma **Cultura** ha apoyado de forma equilibrada la mayoría de los subsectores, pero preocupa la priorización de los objetivos económicos sobre las consideraciones artísticas y sociales. El tamaño medio de los proyectos apoyados ha aumentado más del doble, el número de operadores se ha reducido un tercio al tiempo que aumentaba la orientación del programa hacia la competitividad. En cualquier caso, el subprograma fue capaz de atraer una gama de sectores culturales distintos, incluidos aquellos con y sin una marcada dimensión industrial. Por último, las actividades apoyadas por el programa Cultura contribuyen a la creación de un «espacio cultural europeo» y de esta manera contribuyen a fomentar la diversidad cultural.

En el marco del **capítulo intersectorial**, el Instrumento de Garantía se puso en marcha en 2016, tan pronto como estuvo disponible el presupuesto. La Comisión ha complementado su presupuesto un 50 % con ayuda del Fondo Europeo para Inversiones Estratégicas a fin de responder a la contundente respuesta del mercado. Más allá del Instrumento de Garantía, en la práctica el limitado presupuesto del capítulo intersectorial ha limitado la capacidad para desarrollar más actividades intersectoriales.

Eficiencia

Teniendo en cuenta la enorme dimensión y el alcance de los sectores cultural y audiovisual en toda Europa, y las zonas geográficas que abarcan los programas evaluados, el presupuesto de Europa Creativa no es suficiente para producir un gran impacto a escala europea o sectorial.

La relación coste-beneficio de los programas ha sido satisfactoria y, en general, ha mejorado de un período de programación a otro. La eficiencia de la mayoría de los sistemas ha mejorado o se ha mantenido estable. El índice de éxito bajó de un período de programación a otro, lo que refleja que los sistemas no están lo suficientemente financiados en comparación con el potencial interés que generan; se rechaza un gran número de buenas solicitudes.

⁴ No incluye el número de espectadores del mercado nacional.

⁵ En 2016, las películas estadounidenses tenían el 67,4 % de la cuota de mercado de la taquilla europea.

En el caso de MEDIA, la eficiencia se ha mejorado mediante solicitudes en línea, la introducción de pagos a tanto alzado en tres líneas (festivales, desarrollo y distribución) y la agrupación de subvenciones en contratos únicos. Sin embargo, el crecimiento del número de pequeñas transacciones genera costes administrativos indirectos.

La eficiencia de las líneas en el marco del subprograma Cultura fue, en general, más elevada que en programas anteriores. El incremento en el coste por proyecto se compensaba habitualmente mediante un nivel más elevado de resultados y/o contribuciones a niveles superiores de efectos o impactos. Por ejemplo, las «plataformas» fueron rentables, especialmente al ser formas relativamente directas de llegar a los artistas, y los «proyectos de traducción literaria» produjeron más traducciones que aquellos apoyados en el marco del programa anterior.

En el ámbito del capítulo intersectorial, la acción más importante fue el Instrumento de Garantía que se aplicó de forma muy eficiente tras su lanzamiento a mediados de 2016. Los avances en la aplicación excedieron las expectativas ya que en 2017 se firmaron ocho acuerdos de garantía en seis territorios, mientras que el objetivo para 2020 preveía diez acuerdos de garantía en ocho territorios.

La Comisión y la Agencia Ejecutiva en el Ámbito Educativo, Audiovisual y Cultural (EACEA) han supervisado la aplicación de los sistemas de apoyo y la entrega de los productos. No obstante, no se ha llevado a cabo un análisis y una notificación sistemáticos de los resultados e impactos obtenidos a escala del programa. Esto se debe, en parte, a que en la primera fase del programa la atención se centró en la aplicación y, en parte, a la falta de indicadores de rendimiento suficientemente sólidos y vinculados a las actividades del programa. Esto da como resultado una documentación más deficiente sobre los logros del programa y dificulta la evaluación de los resultados.

Sostenibilidad

La sostenibilidad de los resultados radica principalmente en la continuidad de las asociaciones iniciadas en el marco de Europa Creativa y programas anteriores. En el marco de los programas MEDIA y Cultura, la colaboración entre socios de proyecto continúa de alguna manera más allá del ciclo de vida del proyecto. En el marco de MEDIA, la sostenibilidad también se encuentra en la intención y la capacidad de las organizaciones para continuar con la colaboración, es decir, un interés constante en (co)producir o distribuir obras con una dimensión europea.

La sostenibilidad de los efectos se materializa a través del intercambio de conocimientos durante la aplicación de los proyectos y de la divulgación de dichos conocimientos. Esto, a su vez, da como resultado la profesionalización del sector a través de una mayor capacidad de trabajo internacional y el desarrollo de nuevas habilidades y competencias o de la explotación en el sector de los resultados de los proyectos. Este fue el caso en todos los programas, especialmente en el programa Cultura y su programa anterior.

Valor añadido de la UE

Europa Creativa ha aportado valor añadido europeo, concretamente al centrarse en la cooperación transnacional a la vez que desarrollaba programas nacionales de apoyo. Solo unos pocos fondos internacionales apoyan la cooperación transnacional, y aquellos que lo hacen son de una escala significativamente menor. La mayoría de las actividades respaldadas se habrían visto significativamente reducidas en cuanto a su alcance y dimensión, o no habrían tenido lugar sin la financiación facilitada por Europa Creativa y los programas anteriores.

MEDIA ha contribuido a agrupar a distintos actores de diferentes Estados miembros, y ha creado valor para el conjunto del sector audiovisual. Las redes transnacionales especializadas, como Europa Distribution o Europa International, han permitido a los distribuidores y agentes de ventas aunar sus esfuerzos para promover y distribuir obras europeas. Gracias al apoyo de MEDIA, un significativo número de obras europeas han viajado y han sido vistas más allá de sus fronteras, y de esta manera han contribuido a la promoción de la diversidad cultural europea. MEDIA también ha contribuido a la consecución del objetivo del Mercado Único Digital de ampliar el acceso al contenido en línea. Al mismo tiempo, sigue existiendo un margen de mejora de la circulación de las obras europeas mediante un mejor proceso de selección, promoción y marketing de dichas obras.

No hay dos países que se enfrenten a los mismos retos en el desarrollo de sus sectores audiovisuales. Por tanto, MEDIA también se ha esforzado en abordar la cuestión de la igualdad de condiciones entre países con distintas capacidades a través de una serie de medidas de discriminación positiva a favor de países con una baja capacidad audiovisual, lo que ha incrementado la participación de profesionales de toda la Unión.

En cuanto a Cultura, las actividades financiadas están mucho menos integradas en los procesos existentes, si bien, como regla general, están estrechamente vinculadas a las actividades generales de la organización. Es poco probable que la mayor parte de las actividades hubieran tenido lugar sin la financiación de la UE.

En el marco del capítulo intersectorial, se espera que el Instrumento de Garantía tenga un efecto de apalancamiento de 6, lo que constituye un medio muy eficaz de incrementar el acceso a la financiación. De un presupuesto inicial de 121 millones EUR, se espera que se transfieran más de 700 millones EUR a pymes y operadores culturales de toda Europa.

PRINCIPALES RECOMENDACIONES DE LA EVALUACIÓN EXTERNA Y ACCIONES DE LA COMISIÓN PROPUESTAS

Pertinencia

El éxito de Europa Creativa se basará, en gran medida, en la capacidad de conectar un contenido culturalmente diverso con el público. Por lo tanto, la evaluación externa ha destacado la necesidad de poner más atención sobre el público.

Para conservar su diversidad, la cultura europea debe abrazar la revolución digital, pero también debe crear contenido de calidad que pueda viajar por todo el mundo. De hecho, la evaluación ha mostrado la necesidad de adaptarse al paisaje cambiante. La digitalización puede impulsar un círculo virtuoso de mayor acceso a obras culturales y creativas, emprendimiento y nuevas oportunidades de inversión.

En el contexto de sus actividades anuales de supervisión, la Comisión informará sobre la forma en la que el programa aprovecha las oportunidades que le ofrece la transformación digital, desde la creación de contenido de gran valor, a los nuevos canales de distribución.

La evaluación señala la necesidad de que el programa que reemplace a MEDIA centre aún más su apoyo en el contenido con potencial para cruzar fronteras. El futuro MEDIA podría priorizar el desarrollo y las coproducciones con potencial de éxito transfronterizo. A medida que el sector audiovisual siga cambiando, también podrá apoyarse a escala europea la experimentación con nuevos tipos de narrativa.

La distribución y la promoción desempeñarán un papel clave en la conexión con el público. El contenido debe estar disponible allí donde esté el público mediante, por ejemplo, mayores posibilidades de acceso en línea. Por tanto, el MEDIA posterior a 2020 podría considerar modelos innovadores de promoción y distribución de contenido que agrupen a autores, productores, agentes de venta, distribuidores y servicios de plataformas. Asimismo, el apoyo de MEDIA a la distribución en línea puede pasar a ser más estratégico. Por ejemplo, se podría animar a los actores que aspiren a crecer a colaborar y desarrollar verdaderas estrategias transfronterizas y modelos de negocio que les permitan competir con plataformas mundiales.

De 2018 a 2020, la Comisión iniciará un diálogo sobre el contenido, en concreto sobre cómo se podría apoyar con mayor eficacia a la televisión a la vista de los cambiantes formatos audiovisuales (series de televisión, en línea, transmedia). La Comisión también iniciará un diálogo sobre la mejor manera de apoyar la promoción y el marketing. En este contexto, pondrá en marcha una experiencia piloto a pequeña escala que utilice macrodatos para unir el contenido con el público.

Aunque el subprograma Cultura está demostrando ser pertinente en el apoyo a las necesidades de desarrollo de capacidades de las organizaciones culturales y en la contribución a la diversidad cultural de Europa, es necesario considerar de forma más adecuada las aspiraciones de los pequeños operadores culturales. A tal fin, la Comisión evaluará si los pequeños operadores tienen acceso a un apoyo financiero que se adecue al deseo de crecer más allá de sus mercados nacionales. Al mismo tiempo reconsiderará si la distinción entre pequeños y grandes proyectos de cooperación resulta pertinente a efectos del desarrollo y crecimiento de los operadores culturales.

Si bien los proyectos financiados con cargo a las redes europeas son capaces de generar efectos positivos, su diseño inicial no ha dado a los beneficiarios la flexibilidad que desearían para adaptar sus actividades a las evoluciones del sector o del mercado, aun cuando los nuevos elementos y otros ajustes similares puedan adaptarse sobre la base de los programas de trabajo que presentan anualmente. Por tanto, es necesario: - permitir a los beneficiarios de las redes europeas que modifiquen elementos de sus actividades de proyecto en respuesta a las nuevas

tendencias tecnológicas o de mercado; - garantizar la pertinencia temática continuada de los proyectos de cooperación al permitir que los beneficiarios cambien o modifiquen sus actividades más fácilmente.

A pesar de la gran relevancia de la línea de traducción literaria, esta debe apoyar aún más la diversidad lingüística mediante el fomento de la traducción de las obras literarias de pequeños países al inglés, francés, alemán y español; y también teniendo más en cuenta géneros minoritarios como la literatura infantil, las obras teatrales y la poesía.

En lo relativo al capítulo intersectorial, el programa que le suceda se basará en la experiencia y los conocimientos sobre las necesidades financieras de los operadores y las empresas culturales adquirido mediante el Instrumento de Garantía. La experiencia muestra que los instrumentos financieros potencian la inversión privada en los proyectos al repartir el riesgo e incrementar su potencial de mercado. Podrían considerarse una serie de instrumentos que combinen la financiación pública y privada e incluyan un instrumento de capital para proyectos de mayor envergadura y riesgo.

En el período hasta 2020, la iniciativa emblemática del Instrumento de Garantía responderá a una importante demanda del mercado mediante la búsqueda de acuerdos de garantía hasta el límite del complemento aportado por el Fondo Europeo para Inversiones Estratégicas (FEIE). Esto ampliará la participación geográfica de intermediarios financieros en la concesión de préstamos a los sectores cultural y creativo.

También es necesario impulsar otro tipo de proyectos intersectoriales. La Comisión intentará aumentar la colaboración y las sinergias en la aplicación de proyectos y acciones intersectoriales como, por ejemplo, los proyectos para la integración de refugiados y los módulos de los másteres en artes y ciencias.

Coherencia

Se seguirán realizando esfuerzos para mejorar la coherencia de Europa Creativa con los objetivos de las políticas de la UE, como la Agenda Europea para la Cultura y la estrategia del Mercado Único Digital, mediante la integración de dichos objetivos en el programa.

El Programa Europa Creativa complementa a otros programas de financiación de la UE, en concreto a Erasmus +, H2020 y programas en los ámbitos de la migración y la ciudadanía. La Comisión considerará cualquier solución para abordar la necesidad de más información sobre oportunidades complementarias procedentes de otras fuentes de financiación de la UE, incluida la publicación de un folleto con el que mejorar el conocimiento de las partes interesadas sobre el apoyo a las empresas y el económico general, así como la financiación de la cultura en distintos contextos (p.ej.: educación, formación, investigación e infraestructuras).

Con el fin de mejorar la coherencia con las fuentes de financiación internacionales y nacionales, la Comisión compartirá más información con los organismos del sector de los Estados miembros para fomentar la adecuación a Europa Creativa. Para facilitar la complementariedad podría promoverse el diálogo con organismos de financiación internacionales como, por ejemplo, Eurimages.

MEDIA seguirá acompañando los esfuerzos para fomentar la disponibilidad en línea de contenido europeo, tal y como se prevé en el marco reformado de derechos de autor. Apoyará la intensificación de la promoción de las obras europeas prevista por la Directiva de servicios de comunicación audiovisual.

En sus relaciones con los fondos de los Estados miembros se garantizará una mayor coherencia, adecuación y complementariedad con MEDIA. Para ello, MEDIA podría asignar fondos al diálogo político que fomente la cooperación y las sinergias entre Estados miembros para la consecución de los objetivos de las políticas de la UE en este ámbito.

Entretanto, en 2018 se impulsará el diálogo con la Asociación de Agencias Cinematográficas Europeas (EFAD). A finales de 2018, el grupo sobre la circulación de películas europeas del método abierto de coordinación, que reúne a representantes de los Estados miembros, aportará una visión útil sobre la circulación transfronteriza y la promoción de las obras europeas, así como sobre la complementariedad de la financiación nacional y de la UE.

La Comisión seguirá colaborando con las partes interesadas del sector audiovisual a través del Foro del Cine Europeo. Las principales conclusiones de este diálogo se presentarán cada dos años. Además, los estudios y evaluaciones del Observatorio Europeo del Sector Audiovisual se utilizarán de manera más sistemática en la formulación de políticas y en la dirección de la aplicación de MEDIA.

Eficacia

Europa Creativa abordará de manera equilibrada los dos objetivos generales del programa, es decir, la diversidad cultural y la competitividad, teniendo en cuenta la dimensión múltiple del programa, así como sus objetivos culturales, sociales y económicos.

La evaluación muestra que podría apoyarse más eficazmente la innovación y la experimentación para impulsar nuevas formas de colaboración y proyectos transversales entre sectores creativos (p.ej.: cine y moda, arquitectura y realidad virtual) y aprovechar la transición al entorno digital.

En cuanto a MEDIA, el programa que le suceda podría reforzar la flexibilidad para permitir una rápida adaptación a las necesidades emergentes mientras que, a su vez, se centra la atención en un número limitado de acciones y prioridades clave que incentivarán la colaboración con la que superar los silos del sector.

Entre tanto, en el período 2018-2020, MEDIA seguirá apoyando la ampliación de las empresas audiovisuales mediante la promoción de nuevos modelos de colaboración y estrategias de distribución conjunta, así como mediante una revisión del sistema de distribución selectiva que incentive una colaboración transfronteriza más duradera.

Tras la adopción por el sector, en 2017, del Plan Europeo de Animación, la Comisión contribuirá a aplicar las medidas previstas para ampliar la industria europea de la animación, sector con un gran potencial de desarrollo y de competencia a nivel internacional.

Eficiencia

En el marco del programa que le suceda, el futuro MEDIA y «Music Moves Europe» pueden buscar formas de recompensar los buenos resultados y el éxito.

La evaluación señaló la necesidad de desarrollar un marco de supervisión global que consista en una serie de indicadores estrechamente relacionados con los objetivos del programa, tanto en términos de producción y beneficios para los beneficiarios, así como de repercusiones culturales, económicas y sociales más amplias y a largo plazo.

Entre tanto, los servicios de la Comisión propondrán reforzar, durante 2018, los sistemas, procesos e indicadores del marco de supervisión del programa Europa Creativa. Adoptará indicadores de rendimiento cualitativos y cuantitativos adicionales de conformidad con el procedimiento establecido en consonancia con el artículo 20 del Reglamento por el que se establece el programa Europa Creativa (acto delegado). La Comisión abordará los retos asociados con el actual marco de supervisión, a saber, la naturaleza de los indicadores y de los datos actualmente notificados, y las funciones y responsabilidades respecto de la supervisión del programa.

De la misma manera, se seguirán racionalizando los procedimientos de presentación de candidaturas y se garantizará a los beneficiarios información puntual sobre los resultados de la selección. En el caso de MEDIA, se supervisará el sistema de cantidades fijas para garantizar su

adecuación a la evolución de los costes en los que ha incurrido el sector y así seguir ofreciendo un apoyo financiero simplificado y más rápido. Se simplificará y racionalizará la aplicación de MEDIA mediante, por ejemplo, la agrupación de beneficiarios y la reducción del número de contratos de subvención y operaciones de pago subyacentes. En concreto, en las líneas de distribución, que representan el 30 % del presupuesto de MEDIA, se pretende reducir las transacciones un 30 %, con lo cual se disminuirían los gastos generales administrativos.

Sostenibilidad

Europa Creativa llega a los ciudadanos a través de las obras y actividades apoyadas que enriquecen sus identidades europeas. Sin embargo, los ciudadanos no son siempre conscientes del papel que ha desempeñado Europa Creativa. Sobre la base de experiencias recientes, como concursos en línea, se incrementará la comunicación a través de las redes sociales para llegar a un público más amplio. Sobre el terreno, la Comisión organizará conferencias y presentaciones para difundir los resultados con un énfasis en cuestiones transectoriales y en la colaboración.

Se animará a las oficinas Europa Creativa a desarrollar su función mediante el intercambio de historias de éxito, no solo de su propio país, sino a escala paneuropea, con el fin de aumentar la visibilidad de las coproducciones y las estrategias colaborativas de distribución.

Dado que los proyectos apoyados por Europa Creativa pueden llegar a un público más amplio y tienen un buen potencial de comunicación de cara a los ciudadanos, la Comisión reforzará y supervisará estrechamente el cumplimiento de los requisitos de visibilidad apropiados. La Comisión también seguirá presentado historias de éxito y facilitará a los beneficiarios las herramientas y directrices adecuadas que les permitan compartir sus historias en línea.

Las obras creativas y culturales apoyadas por Europa Creativa constituyen una cartera de contenidos con una dimensión europea. Por otro lado, las partes interesadas reconocieron que hay un mayor potencial de explotación de los resultados del programa. La Comisión considerará un nuevo criterio de adjudicación para el desarrollo de un plan de explotación sostenible de los resultados de los proyectos. Además, debería considerarse la posibilidad de establecer nuevos mecanismos que garanticen la explotación de los resultados de los proyectos en el subprograma Cultura.

Valor añadido de la UE

Para aprovechar las actuales asociaciones y redes, la Comisión supervisará el desarrollo de nuevas asociaciones, por ejemplo, entre países con gran capacidad y países con escasa capacidad.

En cuanto a MEDIA, la Comisión ha participado activamente en debates con los Estados miembros sobre cómo ofrecer igualdad de condiciones a países con una capacidad audiovisual distinta al tiempo que se garantiza que la excelencia de los proyectos siga siendo el criterio de selección global. Por consiguiente, en el programa que le suceda se desarrollará una nueva definición de «capacidad» basada en un conjunto de indicadores ponderables.

Los recientes avances muestran la importancia de la creatividad y la cultura para la continuidad de las democracias sanas, la diversidad y para un sentimiento compartido de identidad europea. La cultura desempeña un papel único en el incremento de la sensibilización sobre retos sociales comunes y, mediante una buena narrativa, puede unir a las personas de toda Europa. Europa Creativa tiene un gran potencial, todavía inexplorado, para apoyar nuevas formas de participación ciudadana transfronteriza, que debería explotarse plenamente.

El programa que le suceda puede desempeñar un papel valioso para dar respuesta al populismo al reforzar la diversidad cultural y aumentar la tolerancia y la comprensión mutua. Por tanto, el programa intensificará la dimensión ciudadana de sus actividades.