

PT

PT

PT



COMISSÃO EUROPEIA

Bruxelas, 20.12.2010
COM(2010) 777 final

**RELATÓRIO DA COMISSÃO AO PARLAMENTO EUROPEU, AO CONSELHO, AO
COMITÉ ECONÓMICO E SOCIAL EUROPEU E AO COMITÉ DAS REGIÕES**

Relatório de avaliação intercalar do programa MEDIA 2007

RELATÓRIO DA COMISSÃO AO PARLAMENTO EUROPEU, AO CONSELHO, AO COMITÉ ECONÓMICO E SOCIAL EUROPEU E AO COMITÉ DAS REGIÕES

Relatório de avaliação intercalar do programa MEDIA 2007

1. INTRODUÇÃO

O presente relatório tem por objecto proceder a uma avaliação intercalar do programa MEDIA 2007. Em conformidade com o artigo 14.º, n.º 2, da Decisão n.º 1718/2006/CE do Parlamento Europeu e do Conselho, de 15 de Novembro de 2006, que institui um programa de apoio ao sector audiovisual europeu (MEDIA 2007)¹, o relatório apresenta a avaliação intercalar dos resultados e dos aspectos qualitativos e quantitativos da execução do programa.

Além disso, o artigo 19.º exige que o acompanhamento e a avaliação da participação da União Europeia no Observatório Europeu do Audiovisual sejam assegurados no quadro do acompanhamento e da avaliação do programa MEDIA, em conformidade com o artigo 14.º.

O presente relatório expõe os principais resultados durante os três primeiros anos de execução e as recomendações para eventuais ajustamentos. Abrange o período de 1 de Janeiro de 2007 a 31 de Dezembro de 2009 e baseia-se nas conclusões da avaliação intercalar realizada pelo consórcio Euréval - Media Consulting Group (MCG)².

2. O PROGRAMA MEDIA

Desde a adopção pelo Parlamento Europeu e pelo Conselho do programa MEDIA I, em 1991, que tem sido seguida uma política coerente de intervenção financeira, de longo prazo, para permitir à indústria audiovisual europeia beneficiar de um mercado de dimensão europeia. Esta política prosseguiu com o programa MEDIA II, seguidamente MEDIA Plus e MEDIA Formação (2001-2006).

De acordo com os princípios da subsidiariedade e da complementaridade, a acção comunitária intervém a montante e a jusante da produção, deixando às autoridades nacionais a missão de apoiar a produção. O programa intervém, por conseguinte, em apoio à formação dos profissionais, ao desenvolvimento, à distribuição e à promoção das obras.

O programa MEDIA 2007, dotado de um orçamento de 755 milhões de euros para um período de sete anos (2007-13) visa três objectivos globais:

- preservar e reforçar a diversidade cultural europeia e o seu património cinematográfico e audiovisual, garantir a sua acessibilidade ao público e promover o diálogo intercultural;
- melhorar a circulação de obras audiovisuais europeias dentro e fora da União Europeia;

¹ JO L 327 de 24.11.2006.

² O texto completo do relatório de avaliação está disponível no seguinte sítio web:
http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/evalreports/index_en.htm#cultureHeader.

- reforçar a competitividade do sector audiovisual europeu no quadro de um mercado aberto e competitivo.

Nos diferentes domínios de intervenção, foram estabelecidas as prioridades seguintes:

- incentivar a criatividade no sector audiovisual e o valor cultural do património cinematográfico e audiovisual europeu;
- reforçar a estrutura do sector audiovisual europeu, em especial das PME;
- reduzir as diferenças entre os países europeus de forte capacidade de produção audiovisual e os países de capacidade mais reduzida ou pertencentes a zonas linguísticas restritas;
- seguir e apoiar a evolução do mercado no que se refere à digitalização.

As novidades do MEDIA 2007

O programa MEDIA 2007 instituiu uma simplificação geral dos seus procedimentos administrativos, introduzindo uma cláusula de proporcionalidade nas regras financeiras e administrativas. O objectivo era reduzir os encargos administrativos, tornando-os proporcionais à subvenção e à natureza dos beneficiários. Além disso, foram celebradas parcerias de longo prazo nas linhas de acção formação, promoção e rede de salas.

A maioria das linhas de acção (exceptuando o apoio distribuição em formato VHS e DVD) foi prosseguida. A fim de se adaptar à evolução das necessidades da indústria, o programa MEDIA 2007 criou novas acções como a formação inicial, o desenvolvimento de obras interactivas, o vídeo a pedido (VOD) e a distribuição cinematográfica digital, as comunidades web e o *open media*.

Os programas MEDIA estão sujeitos a um processo contínuo de avaliação. Após uma avaliação *ex-ante* em 1998 e duas avaliações intercalares, os programas MEDIA Plus e MEDIA Formação foram sujeitos a uma avaliação final abrangendo o período 2000-2006. Essas avaliações confirmaram a pertinência e a eficácia do programa, e recomendaram a continuação das suas acções. Além disso, em 2004 tinha sido realizado um estudo de impacto incluindo os elementos de avaliação *ex-ante*, com vista à preparação do programa MEDIA 2007.

3. AVALIAÇÃO INTERCALAR DO MEDIA 2007

3.1. Apresentação

O consórcio EUREVAL - MCG foi seleccionado para realizar a avaliação no contexto do contrato-quadro que o vincula à Comissão³. O exercício só começou após dois anos de execução do programa, o que significa que foram concluídos poucos projectos e que a maioria deles estava apenas na primeira fase da sua realização.

Por conseguinte, a avaliação centrou-se essencialmente nas questões de eficiência, de eficácia e de pertinência. Assim, incide na capacidade do programa de produzir resultados com base nos recursos utilizados e a correspondência entre estes resultados e os objectivos do

³ Contrato-quadro INFSO/SMART 2007/0035 Lote 1.

programa. Além disso, aborda a pertinência dos seus objectivos iniciais em relação às necessidades do sector e propõe ajustamentos para o futuro.

Os resultados da avaliação constituirão igualmente a base da comunicação relativa à continuação do programa a apresentar antes do final de 2010, em conformidade com o artigo 14.º, n.º 2, alínea b), da Decisão MEDIA 2007, bem como do estudo de impacto a realizar na perspectiva da renovação do programa após 2013.

3.2. Objectivos da avaliação

O objectivo geral consistia em fornecer uma indicação externa e independente sobre os resultados e os aspectos qualitativos e quantitativos do programa durante o período 2007-2009. Nesta perspectiva, os objectivos específicos foram definidos do seguinte modo:

- Avaliar a pertinência dos objectivos em relação às necessidades da indústria audiovisual europeia e o valor acrescentado europeu do programa.
- Avaliar a eficiência da sua aplicação e a eficácia dos seus resultados na perspectiva dos seus objectivos gerais.
- Propor ajustamentos e formular recomendações para a continuação da execução do programa.
- Analisar a evolução das necessidades do sector e avaliar de maneira específica as novas acções introduzidas desde 2007.

3.3. Metodologia

A missão de avaliação foi lançada em Setembro de 2009 e finalizada em Maio de 2010. A recolha de dados estatísticos e documentais foi completada por entrevistas com os responsáveis do programa na Comissão e na Agência de Execução relativa à Educação, ao Audiovisual e à Cultura (EACEA). Além disso, o avaliador levou a efeito um vasto inquérito junto das organizações que têm solicitado um apoio MEDIA, bem como dos Desk MEDIA no conjunto dos Estados-Membros. Assim, foi possível sondar a opinião de mais de 550 pessoas. Seguidamente, o avaliador procedeu a uma análise detalhada destes dados a fim de responder às questões de avaliação, de acordo com um processo dito de triangulação que consiste em cruzar o conjunto dos dados recolhidos. Cada declaração apresentada no relatório é, assim, procedente de várias fontes, salvo menção em contrário.

4. CONTEXTO TECNOLÓGICO, ECONÓMICO E JURÍDICO

As políticas públicas no domínio da indústria do filme e do audiovisual estão actualmente confrontadas com desafios importantes ligados às mutações tecnológicas e às respectivas consequências para os modos de consumo, os modelos económicos e a cadeia de valor.

4.1. Mutações tecnológicas

Estas transformações devem-se, em parte, à penetração da Internet de elevado débito na Europa. A televisão, que antigamente era um meio de comunicação linear, tornou-se actualmente uma plataforma não-linear que permite ao espectador escolher os conteúdos, bem como a hora a que os deseja consumir (catch-up TV, IPTV, Web TV). A Internet intervém

também enquanto plataforma de distribuição, através do vídeo a pedido (VOD). Os telefones móveis também desempenham um papel nesta mutação, estando a tornar-se plataformas de distribuição de conteúdo audiovisual.

Em termos de suportes, o cinema, tradicionalmente ligado a um sítio geográfico (a sala) está confrontado com novas possibilidades de projecção, com a substituição progressiva das cópias de 35 mm por cópias digitais. A programação é susceptível de se tornar mais flexível e a digitalização também pode ser um factor de revitalização, graças à introdução do filme espectáculo 3-D. O DVD de alta definição fez recentemente a sua entrada no mercado europeu, apesar de ainda não se saber se poderá absorver a tecnologia emergente e transformá-la numa situação duradoura, a fim de manter a sua presença na cadeia de exploração.

4.2. Evolução dos modos de consumo

Os hábitos dos espectadores têm vindo a ser alterados progressivamente em função das inovações tecnológicas. O conteúdo audiovisual pode ser personalizado, salvaguardado e transportado facilmente. Vivemos actualmente num ambiente de distribuição multiplataformas criado pela interligação de diferentes meios de comunicação. Além disso, a portabilidade dos conteúdos transforma o ambiente físico de limitação em oportunidade. Actualmente, as obras podem circular mais facilmente: de meio de comunicação para meio de comunicação, de território para território.

4.3. Os modelos económicos

Do ponto de vista económico, as transformações são progressivas, e os efeitos nos mercados são assimétricos em função dos sectores e dos países. A mudança dos modelos económicos pode ser observada na relação entre a televisão e o cinema. A televisão hertziana nacional tem sido, desde há 30 anos, o parceiro indispensável do financiamento do cinema europeu. Actualmente, num contexto de forte diminuição das receitas publicitárias das estações de televisão, a importância do cinema nessas estações está em estagnação, ao passo que o cinema continua a migrar para as estações digitais e as estações de cinema contra pagamento.

4.4. A gestão dos direitos

A indústria audiovisual europeia está confrontada igualmente com a questão da gestão dos direitos, que se tornou prioritária devido à entrada no mercado de novos actores nos domínios da produção e da distribuição. Em termos de gestão de direitos, verificam-se efeitos de «canibalização» ao longo da cadeia de valor. A prazo, certos observadores consideram uma simplificação da cadeia de valor até ao ponto de esta última só incluir dois grandes segmentos: o consumo privado e o consumo público em sala.

5. O PROGRAMA EM ALGUNS NÚMEROS

Mais de 5 000 projectos foram apoiados pelo MEDIA 2007 durante os três primeiros anos da sua aplicação. O co-financiamento europeu destes projectos representa cerca de 296 milhões de euros, ou seja, 39 % do orçamento do programa para toda a sua duração.

Mais de 3 000 organizações recorreram ao programa MEDIA 2007 durante os três primeiros anos (em comparação com menos de 2 000 no âmbito do MEDIA Plus durante todo o período) e mais de 1 400 organizações foram seleccionadas. O número de organizações dos novos Estados-Membros que recorreram ao programa aumentou ligeiramente na vigência do

MEDIA 2007. As organizações seleccionadas pelo MEDIA 2007 são produtores (56 %), distribuidores (31 %) e promotores (11 %). Trata-se, geralmente, de empresas de dimensão muito reduzida (66 % com um volume de negócios inferior a 1,5 milhões de euros, 80 % com um volume de negócios inferior a 4 milhões de euros). Os beneficiários do MEDIA 2007 estão dispersos em toda a Europa (98 regiões num total de 105).

Os cinco maiores países (Alemanha, Espanha, França, Itália, Reino Unido) recebem cerca de dois terços dos montantes atribuídos pelo MEDIA, parte proporcional à importância relativa desses mercados na Europa. Os dez outros países UE15, bem como a Suíça, a Islândia e a Noruega, recebem, em média, 25 % dos montantes atribuídos, mas esta parte tende a diminuir. A parte dos «novos» Estados-Membros é estável, cerca de 8 %.

6. AS CONCLUSÕES DA AVALIAÇÃO

6.1. Conclusões relativas à pertinência do programa em relação às necessidades do sector

A lógica integrada do programa, a sua implantação na paisagem audiovisual europeia e a preocupação de acompanhar as evoluções do sector permitem, designadamente, que o programa MEDIA 2007 responda de maneira adequada às necessidades do sector.

Na grande maioria dos casos, o MEDIA é considerado complementar com o apoio nacional existente, na medida em que o programa apoia elementos pouco ou nada auxiliados a nível nacional. Apresenta, além disso, um valor acrescentado significativo devido à forte dimensão europeia que introduz nos projectos apoiados, o que também lhes permite apresentar uma maior ambição.

Por último, o programa parece ter efeitos de estímulo sobre as políticas nacionais. Já foram assim constatadas algumas evoluções em diversos países. Neste contexto, estão em preparação ou acabam de entrar em vigor novas disposições legislativas, por exemplo, na Hungria, Itália, Lituânia, Noruega e Eslovénia. Foram criadas instituições de tipo fundo ou instituto nacional cinematográfico ao serviço da estruturação do sector audiovisual nacional (Croácia, Eslováquia, Malta) ou registaram-se aumentos do orçamento de instituições já existentes (Áustria, Chipre, República Checa).

6.2. Conclusões relativas à coerência interna do programa

Confirma-se a coerência interna global do programa, ainda que devam ser consagrados mais esforços ao desenvolvimento da procura de obras europeias pelo público. O aumento do número de candidaturas aos diferentes apoios do programa reflecte uma boa adaptação às necessidades do sector, ainda que acompanhada de um aumento da selectividade, o que acarreta, nomeadamente, uma exclusão dos principais participantes e das microempresas⁴, um aumento dos custos de gestão e um certo desânimo dos potenciais participantes.

O objectivo de preservação/promoção da diversidade cultural das obras europeias assenta imenso em acções que se destinam a reduzir as diferenças entre «pequenos» e «grandes» países do audiovisual europeu. Para tal, o programa prevê medidas de discriminação positiva para os países de baixa capacidade de produção e/ou de área linguística restrita. A avaliação

⁴ Empresas de muito pequena dimensão.

final do programa MEDIA Plus tinha demonstrado que os critérios de discriminação positiva, que incitam os profissionais dos grandes países produtores a associar-se a parceiros de países «mais pequenos», tinham realmente favorecido a integração destes actores nas redes e das suas obras nos circuitos de distribuição europeus. Esta constatação tende a confirmar-se; as medidas de discriminação positiva contribuem largamente para o cumprimento do objectivo da diversidade, em especial nas linhas Acesso aos mercados, Desenvolvimento e Festivais.

Realizaram-se esforços de adaptação notórios no quadro do MEDIA 2007 para responder às novas necessidades, nomeadamente ligadas ao digital. As duas avaliações anteriores também tinham sido conclusivas quanto à pertinência global dos objectivos do programa, mas destacavam que a questão do uso das novas tecnologias e da passagem para o digital não era suficientemente tida em conta. Com a integração de novas linhas de acção, esta questão esbateu-se no quadro do MEDIA 2007. O sucesso registado pelos convites à apresentação de projectos testemunha a resposta dada às necessidades reais do sector.

No entanto, certos domínios e abordagens continuam por explorar tendo em vista responder o melhor possível às necessidades evolutivas do sector. As novas intervenções, contudo, limitaram-se a domínios restritos, e seria útil apreender globalmente a cadeia de valor, a questão dos direitos e dos novos modelos económicos em vias de concepção por iniciativa dos profissionais.

6.3. Conclusões relativas aos resultados do programa em relação aos três primeiros anos da sua aplicação (eficácia)

As conclusões da avaliação final do MEDIA Plus e do MEDIA Formação são confirmadas globalmente no que diz respeito às linhas de acção tradicionais.

«Os principais mecanismos do MEDIA contribuem efectivamente para o reforço das competências (Formação), o desenvolvimento da dimensão europeia das obras desde a fase de pré-produção (Desenvolvimento), a maior competitividade do sector (nomeadamente Distribuição, através da redução dos riscos e do reforço da capacidade financeira dos beneficiários) e a circulação transnacional das obras (Distribuição e Promoção)».

A participação no processo de candidatura MEDIA permite melhorar significativamente a concepção dos projectos apresentados (consolidação dos planos de financiamento, reforço das parcerias e da dimensão internacional). Outras vantagens importantes são a criação de redes profissionais e de um «rótulo de qualidade» MEDIA amplamente reconhecido.

O apoio do MEDIA 2007 à distribuição, à promoção (Acesso ao mercado e Festivais) e ao desenvolvimento é globalmente eficaz e contribui de maneira significativa para a melhoria das condições de distribuição (distribuição automática), a visibilidade das obras europeias, a criação de oportunidades profissionais (Promoção), o reforço das redes profissionais (distribuição selectiva e Promoção) e a emergência de projectos mais bem estruturados e mais competitivos a nível internacional (desenvolvimento).

No entanto, o avaliador identificou pistas para melhorar certas linhas de acção, como:

- O apoio às obras interactivas poderia ser mais eficaz, nomeadamente graças a uma maior clareza do seu âmbito de intervenção.
- O apoio do MEDIA 2007 à difusão TV é pertinente, dado que responde a uma forte necessidade do sector. Contribui de maneira significativa para proteger os direitos dos

produtores em certos países. Contudo, a sua eficácia não está totalmente garantida por diversas razões: desfasamento entre o tipo de obras apoiadas e as necessidades de programação das estações europeias; contradição entre o grande número de difusores exigido e a presença de um mínimo garantido por parte de um distribuidor; desfasamento entre a evolução dos preços de mercado e os investimentos exigidos pelo MEDIA; desequilíbrios na distribuição geográfica do apoio.

Além disso, o efeito de certas acções continua a ser marginal por razões externas ao programa e ligadas ao mercado no qual operam.

- O apoio i2i⁵ permite uma redução efectiva dos custos financeiros, mas o seu âmbito é insuficiente para gerar efeitos visíveis em matéria de acesso aos financiamentos.
- O apoio à acção vídeo a pedido (VOD) ainda não contribui suficientemente para a circulação das obras europeias, na medida em que o mercado continua a ser muito reduzido.
- No que diz respeito aos objectivos de preservação e promoção da diversidade cultural e aos mecanismos de discriminação positiva mencionados no ponto 6.2, o reduzido âmbito do programa não permite ter um impacto significativo em termos de redução das diferenças entre «pequenos» e «grandes» países de produção audiovisual. Apesar de a parte das organizações dos «novos» Estados-Membros tender a aumentar, isso acontece com um orçamento constante (cerca de 8 %). Por conseguinte, o orçamento médio por organização nestes países diminui progressivamente.

6.4. Conclusões relativas à capacidade do programa de gerar, a prazo, os impactos previstos

Ao apoiar a formação dos profissionais, a estruturação dos projectos e a ligação em rede dos actores, o apoio do MEDIA contribui para uma maior competitividade do sector audiovisual europeu. Na continuidade do MEDIA Plus, o MEDIA 2007 contribui para uma melhor circulação das obras europeias e a preservação da diversidade cultural. Os indicadores de mercado em termos de circulação transnacional das obras europeias são animadores e a avaliação demonstra que é graças ao apoio do MEDIA que uma grande parte destes filmes circula.

6.5. Conclusões relativas à eficiência da execução do programa

O orçamento e os recursos do programa são, no seu conjunto, aplicados de maneira eficiente. A eficiência dos modos de gestão do programa foi melhorada significativamente (simplificações, adaptação do calendário, parcerias de longo prazo), mas ainda existe uma margem de progresso para reduzir os encargos administrativos.

⁵ O objectivo do apoio «i2i audiovisual» é facilitar o acesso aos financiamentos bancários e financeiros.

7. CONTRIBUIÇÃO DO OBSERVATÓRIO EUROPEU DO AUDIOVISUAL (OEA)

7.1. Objectivos da avaliação aprofundada

Desde 1999 que a participação da União Europeia, representada pela Comissão Europeia, é formalizada por decisões do Parlamento Europeu e do Conselho⁶. Aquando da elaboração do programa MEDIA 2007, com o objectivo de racionalização devido à política de simplificação administrativa da Comissão, a participação da União Europeia no OEA foi inserida na base jurídica do novo programa, segundo as disposições da decisão que institui o programa. A participação financeira é imputada ao orçamento do programa MEDIA (257 577 euros em 2010, representando 11,5 % das contribuições dos 37 membros do Observatório).

A Comissão tem assento no Comité executivo, em pé de igualdade com os países membros; o referido comité adopta o orçamento do OEA, com vista à execução dos planos e programas de actividades.

No âmbito da avaliação intercalar do programa MEDIA 2007, o avaliador analisou a contribuição dos trabalhos do OEA para os objectivos e as necessidades do programa, bem como para a difusão da informação jurídica e económica do sector entre os profissionais e as instituições.

7.2. O OEA perante os objectivos do programa MEDIA 2007

O Observatório tem uma dupla missão: por um lado, assegurar uma maior transparência do sector do audiovisual na Europa e, por outro, responder às necessidades de informação dos profissionais do audiovisual. A realização desta missão passa pela elaboração, e disponibilização aos profissionais do sector e ao público em geral, de informações como bases de dados (LUMIERE, KORDA, MAVISE, IRIS, MERLIN e PERSKY), artigos jurídicos, informações sobre as convenções europeias e outros tratados internacionais, um anuário estatístico (contra pagamento) que contém os principais dados do sector.

Em termos de realização dos objectivos do programa MEDIA, verifica-se que os trabalhos do Observatório não contribuem directamente para tais objectivos. De facto, o Observatório não tem qualquer obrigação para com o programa MEDIA, a isso se juntando a constatação de que os dados disponíveis são díspares e parciais em certos casos, pelo que é difícil cruzá-los e tirar conclusões sobre os elementos necessários para um acompanhamento que corresponda às necessidades e aos objectivos específicos do programa. Com efeito, o anuário, nomeadamente, evolui ligeiramente de ano para ano e os quadros que contém (com os mesmos dados, conceitos e indicadores) não são 100 % idênticos de ano para ano. Por outro lado, o território coberto pelo OEA é diferente do território coberto pelo MEDIA. Esta relativa falta de homogeneidade, acompanhada da não disponibilidade de indicadores específicos, enquanto tais, para o programa MEDIA, podem constituir obstáculos para a sua utilização.

No entanto, o OEA continua a ser o único organismo que fornece dados quantificados à escala europeia em sentido lato, informações que os organismos nacionais não recolhem e não transmitem. Neste contexto, pode ser considerada a possibilidade de contratualizar directamente com o Observatório certas questões pontuais, para além dos planos de acção

⁶ Decisão 1999/784/CE de 22 de Novembro de 1999, JO L 307 de 2.12.1999. Decisão 2239/2004/CE de 17 de Novembro de 2004, JO L 390 de 31.12.2004.

anuais e trienais, a fim de favorecer uma melhor contribuição do Observatório para os objectivos do MEDIA.

8. PRINCIPAIS RECOMENDAÇÕES

Os avaliadores apresentam cinco recomendações estratégicas. Apesar de algumas delas não poderem ser aplicadas no contexto do MEDIA 2007 e apenas poderem ser consideradas na preparação da nova geração de programas após 2013, outras sugerem ajustamentos para a continuação do presente programa.

8.1. Prosseguir os esforços de comunicação e de partilha da informação

Uma comunicação mais clara e que reflecta melhor a realidade do programa permitiria aos profissionais identificar mais facilmente os seus objectivos e o seu campo de intervenção («Programa MEDIA» em vez de «MEDIA 2007», revisão da designação das linhas I2i, «Obras interactivas»). Além disso, é sugerido que se tire maior partido do potencial da rede de *desks* e antenas do MEDIA, por exemplo, por intermédio de uma plataforma de colaboração.

8.2. Optimizar a gestão do programa

São propostas certas pistas para simplificar e melhorar as modalidades de gestão do programa:

- Rever o procedimento de comitologia (limiar relativo ao montante da afectação de fundos comunitários abaixo do qual o procedimento de comitologia não é aplicável).
- Prever critérios de elegibilidade e/ou de selecção mais exigentes, a fim de restringir o número cada vez maior de candidaturas à linha Desenvolvimento e reforçar a qualidade dos projectos recebidos.
- Alargar o grupo de peritos, a fim de melhorar os processos de selecção.

8.3. Prosseguir os esforços em prol da redução dos encargos administrativos:

- Acelerar o sistema de candidatura em linha, alimentando directamente a base de dados MEDIA.

8.4. Alargar os modos de intervenção mobilizados pelo programa

Inovar nos modos de intervenção ou medidas de acompanhamento do programa, graças à criação de mecanismos: de escuta (redes temáticas, projectos-piloto); de criação de consensos (sobre uma abordagem comum dos direitos, por exemplo).

Favorecer a interoperabilidade, a ligação em rede e a cooperação entre territórios e criar um referencial comum das competências (para a formação inicial).

Rever as modalidades de aplicação da discriminação positiva: rever a tipologia dos países; aprofundar a reflexão sobre os alvos mais adequados.

Considerar uma intervenção mais forte no que se refere à procura a nível dos consumidores, dos operadores e difusores de TV e por intermédio de acções pedagógicas junto dos meios de comunicação.

Aumentar as capacidades de conhecimento do mercado e de análise dos efeitos do programa.

Optimizar os contributos do Observatório Europeu do Audiovisual, especialmente com vista a obter dados estatísticos e análises adequados para assegurar um melhor conhecimento do mercado e facilitar a análise dos efeitos do programa.

Realizar estudos aprofundados sobre o sector audiovisual para aumentar as capacidades de antecipação.

Realizar avaliações específicas, focadas em certos sectores e/ou linhas de acção, a fim de ter uma visão mais precisa dos resultados do programa.

8.5. Prosseguir o esforço de adaptação ao mercado

Difusão televisiva

- Considerar um apoio aos distribuidores TV e aos difusores empenhados na valorização das obras europeias não nacionais.
- Apoiar a dobragem para penetrar nos grandes mercados terceiros (Sudeste Asiático, América Latina).
- Valorizar os projectos abertos aos novos meios de comunicação.
- Acesso ao financiamento: incitar os bancos a concederem mais créditos de produção, por exemplo, por intermédio de um mecanismo de garantia.
- Cinema digital: considerar um apoio à digitalização das salas e à produção de matrizes digitais.

9. CONCLUSÕES: POSIÇÃO DA COMISSÃO

A avaliação intercalar do programa MEDIA 2007, embora realizada numa fase precoce da sua aplicação, confirma os resultados positivos das suas acções para o sector audiovisual europeu. Reafirma a pertinência dos seus objectivos e a eficácia das suas acções, em especial em matéria de reforço da competitividade do sector. Além disso, confirma o seu valor acrescentado em relação às intervenções nacionais.

Por outro lado, os dados de mercado indicam que o sector audiovisual europeu continua a padecer dos seus males tradicionais, que são a fragmentação do mercado e a fraca circulação das obras europeias fora do seu país de origem.

Convém, pois, prosseguir a acção, adaptando-a à evolução das necessidades do mercado. A Comissão prossegue os ajustamentos do programa MEDIA 2007 para o período restante, a fim de melhorar a sua eficiência e eficácia, bem como a sua adaptação às necessidades do mercado no quadro da base jurídica existente, que vão no sentido das recomendações formuladas pelo avaliador. Estão em curso outros ajustamentos, que serão instituídos durante

a segunda metade da aplicação do programa. Esses ajustamentos serão objecto da próxima comunicação sobre a continuação do programa.

Além disso, a Comissão integrará as recomendações estratégicas a mais longo prazo formuladas pelo avaliador na preparação do próximo programa, a lançar em 2013. Serão analisadas pistas de acção aquando do estudo de impacto que será realizado para preparar este programa.