



KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER

Bruxelles, den 8.5.2008  
KOM(2008) 245 endelig

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

**Rapport om den endelige evaluering af gennemførelsen og resultaterne af  
programmerne Media Plus og Media-uddannelse (2001-2006)**

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

**Rapport om den endelige evaluering af gennemførelsen og resultaterne af  
programmerne Media Plus og Media-uddannelse (2001-2006)**

**1. INDLEDNING**

Media Plus- og Media-uddannelsesprogrammerne blev iværksat ved to afgørelser:

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

Den periode, som Media Plus og Media-uddannelse oprindeligt skulle dække, blev fastsat til 2001-2005. For imidlertid at tilpasse Media-programmernes varighed til de finansielle overslag blev perioden forlænget indtil den 31. december 2006<sup>1</sup>.

Media Plus og Media-uddannelse fulgte efter Media II (1996-2000) og Media I (1991-1995). De sigter begge mod en strukturel forbedring af den europæiske audiovisuelle industris konkurrenceevne. Media Plus og Media-uddannelse sigter begge mod en strukturel forbedring af den europæiske audiovisuelle industris konkurrenceevne, mod at udligne forskellene mellem markederne og mod at fremme produktionernes distribution uden for oprindelseslandet.

I løbet af referenceperioden kom der ti nye medlemsstater i Den Europæiske Union den 1. maj 2004, og der er blevet integreret andre tiltrædende stater. Media 2007<sup>2</sup> fulgte efter Media Plus og Media-uddannelse den 1. januar 2007.

Media Plus og Media-uddannelse blev underkastet en foreløbig evaluering i 2003; resultaterne heraf blev meddelt af Kommissionen i beretningen af 24. november 2003<sup>3</sup>. Ifølge henstillingerne i denne evaluering og for at tage hensyn til udviklingen i branchefolkenes behov og ændringerne på markedet var der blevet iværksat nogle tilpasninger, der ikke krævede en ændring af retsgrundlaget.

Formålet med denne beretning er at evaluere resultaterne af programmerne Media Plus og Media-uddannelse i overensstemmelse med artikel 12, stk. 3, i afgørelse 2000/821/EF og

---

<sup>1</sup> Europa-Parlamentets og Rådets afgørelse nr. 845/2004/EF og nr. 846/2004/EF af 29. april 2004 – EUT L 195 af 2.6.2004.

<sup>2</sup> Europa-Parlamentets og Rådets afgørelse nr. 1718/2006/EF af 15. november 2006 om et støtteprogram for den europæiske audiovisuelle sektor (Media 2007).

<sup>3</sup> KOM(2003) 725 endelig.

artikel 9, stk. 4, i afgørelse 164/2001/EF. Den dækker perioden fra den 1. januar 2001 til den 31. december 2006 og er baseret på konklusionerne af den foreløbige evaluering<sup>4</sup> og den endelige evaluering af programmerne Media Plus og Media-uddannelse<sup>5</sup>.

## **2. KONJUNKTURMÆSSIGE OG STRUKTURELLE VANSKELIGHEDER**

### **2.1. Konjunkturmæssige udfordringer**

Der bør mindes om, at Media Plus og Media-uddannelse blev gennemført i en periode med foruroligende økonomiske forhold. I løbet af den evaluerede periode var programmets største udfordring tiltrædelsen af ti nye medlemsstater. Denne udvidelse forstærkede det europæiske markeds forskelligartethed. Investeringskapaciteten og den offentlige støtte er meget mere begrænset i disse lande end i resten af Europa.

En anden udfordring er udviklingen i de nye teknologier, navnlig de digitale. På dette område er forholdene omkring den europæiske filmdistribution ved at blive foruroligende. Der findes digitale filmkopier, men de europæiske film findes sjældent på den digitale formidlings platforme.

### **2.2. Strukturelle problemer**

#### *2.2.1. Et udvidet fælles marked, der stadig ikke fungerer optimalt*

Det europæiske audiovisuelle marked er kendetegnet ved en meget stor opsplitning. Opsplitningen skyldes især de forskellige landes sproglige og kulturelle mangfoldighed. Denne mangfoldighed er selvfølgelig en kilde til uafhængighed og kulturel rigdom, men den er en hindring for ikke nationale produktioners distribution og forhindrer den europæiske industri i at vinde markedsandele. Opsplitningen medfører navnlig:

- strukturelle vanskeligheder ved produktionernes bevægelse over grænserne. Utilstrækkelig bevægelse for ikke-nationale europæiske produktioner er det vigtigste tegn på strukturelle vanskeligheder i den europæiske av-sektor
- en opdeling mellem landene med ringe produktionskapacitet og/eller et sprogligt og geografisk begrænset område<sup>6</sup> og landene med større produktionskapacitet<sup>7</sup>
- en mindre konkurrencedygtig distributionssektor.

Produktionssektoren er stadigvæk også meget opsplittet. Den består af mange små og dårligt integrerede strukturer, der har svært ved at overleve.

---

<sup>4</sup> Anden foreløbige evaluering af programmerne Media Plus og Media-uddannelse (2003-2005) - Kontrakt nr. 30-CE-0041001/00-07.

<sup>5</sup> Den endelige evaluering af programmerne Media Plus og Media-uddannelse (2001-2006) - Kontrakt nr. 30-CE-0096653/00.

<sup>6</sup> Belgien, Danmark, Finland, Grækenland, Irland, Island, Liechtenstein, Luxembourg, Nederlandene, Norge, Portugal, Sverige og Østrig. Hertil kommer: Bulgarien, Cypern, Estland, Letland, Litauen, Malta, Polen, Tjekkiet, Slovakiet, Slovenien og Ungarn.

<sup>7</sup> Det Forenede Kongerige, Frankrig, Italien, Spanien og Tyskland.

### 2.2.2. *En industri, der stadig har svært ved at overvinde sine handikap*

Manglen på uddannelse af de europæiske audiovisuelle branchefolk medfører en mangel på virksomhedsstrategi på europæisk plan, som er altafgørende for at indføre ny teknologi.

Den europæiske audiovisuelle industri afsætter stadig alt for få midler til at udvikle projekter (affattelse af drejebøger, finansiering og udarbejdelse af markedsføringsstrategi). Denne etape er imidlertid bestemmende for produktionernes kvalitet og eksportpotentiel.

Med hensyn til den afsluttende fase er distributionssektoren fortsat opsplittet på nationale enheder. Derfor er sektoren mindre konkurrencedygtig, både på verdensmarkedet og på det europæiske marked.

## **3. RESULTATERNE AF EVALUERINGEN AF MEDIA PLUS OG MEDIA-UDDANNELSE I PERIODEN 2001-2006**

### **3.1. Almene konklusioner om perioden 2001-2006**

- 1) Programmet har globalt været relevant i hele perioden takket være en god diagnose fra starten og de ændrede foranstaltninger undervejs. De områder, hvor branchefolkene ikke var fuldt ud tilfredse, vedrørte en yderst ringe del af budgettet og nogle behov, hvis formulering stadig var i gang.
- 2) De konstaterede uoverensstemmelser mellem den audiovisuelle sektors administrative rytme (udvælgelse, indgåelse af kontrakter, betaling) og økonomiske rytme kan medføre potentielle farer og spændinger for virksomhederne<sup>8</sup>. Adgangsudgifterne, der ofte vejer tungt for små og mellemstore virksomheder, er dog stadig acceptable for støttemodtagerne.
- 3) Media-programmets væsentligste mekanismer bidrager effektivt til at styrke tilegnelsen af kvalifikationer (uddannelse), udbygge produktionernes europæiske dimension allerede fra præproduktionsfasen (udvikling), sektorens konkurrenceevne (navnlig distributionen ved at mindske risici og styrke støttemodtagernes finansielle kapacitet) og produktionernes bevægelse over grænserne (distribution og markedsføring).
- 4) Media-programmets immaterielle virkninger (udbygning af kompetencer, oplæring i markedet, netværker) er varige og opbyggende for hele sektoren.
- 5) Programmets virkninger for finansieringen af produktionerne og deres bevægelse ud over grænserne afhænger direkte af videreførelsen af den europæiske finansiering.

---

<sup>8</sup> Det bør bemærkes, at oprettelsen af forvaltningsorganet den 1.1.2006 har muliggjort en mere effektiv forvaltning af projekter og navnlig reduceret betalingsfristerne.

### 3.2. **Aktionslinjer, der effektivt styrker den europæiske audiovisuelle sektors konkurrenceevne**

- 1) **Media-uddannelse** bidrager reelt til udbygningen af kompetencerne i den europæiske audiovisuelle sektor. Den bidrager også til skabelsen af netværker, der kan fremme sektorens konkurrenceevne på lang sigt.
- 2) **Media-uddannelse** giver de uafhængige producenter mulighed for at styrke deres konkurrenceevne på det europæiske marked og at fremme deres produktioners bevægelse over grænserne. Fordelene fra Media er talrige: bedre udarbejdelse af projekter, bedre finansieringsplaner, begrænsning af finansieringsrisikoen, udbygget investering i udviklingen af produktioner, europæisk dimension tilføjet de støttede produktioner og hele sektoren.
- 3) **Media-distribution** styrker distributørernes finansielle kapaciteter og begrænser risikoen i forbindelse med investeringen. Distributionsdelen følges op af en stor og voksende andel af ikke nationale europæiske film og bidrager til deres bevægelse.
- 4) **Media-markedsføring** støtter med fine resultater de kommercielle fremstød og festivalerne. Det bidrager til at styrke kontakterne og til networking mellem branchefolkene i de europæiske audiovisuelle kredse.
- 5) Media styrker fremstød for og fremvisning af europæiske film til branchefolkene og offentligheden i almindelighed ved at støtte en markant tilstedeværelse på **festivalerne**.

### 3.3. **Mekanismer til at udligne forskellene og integrere de nye medlemsstater**

Media-programmet har med henblik på at integrere de nye medlemsstater støttet sig til det allerede eksisterende begreb "lande med ringe produktionskapacitet og/eller et begrænset sprogligt og geografisk område". Ordningerne til at udligne forskellene på markederne er noget specifikt ved Media-programmet.

- 1) Udvælgelseskriterierne har lettet adgangen til programmet for projekter fra "landene med ringe produktionskapacitet"; Media har således hurtigt medvirket til, at branchefolk fra disse lande har kunnet deltage.
- 2) Media-programmet gør det muligt for "lande med ringe produktionskapacitet" at få adgang til en større finansiering, end deres relative markedsandel tillader.
- 3) Media har sandsynligvis bidraget til en konstant forøgelse af udbuddet af ikke nationale film, der er konstateret i de nye medlemsstater siden deres tiltrædelse af programmet. Denne forøgelse er sket på bekostning af de amerikanske film (der udgør det store flertal) og ikke af de lokale film.
- 4) Kriterierne for positiv diskriminering, der tilskynder branchefolk fra de største produktionslande til at finde partnere i de nye medlemsstater, har reelt fremmet en bedre integrering af disse aktører og deres produktioner i de europæiske distributionsnet.

### **3.4. Et effektivt netværk af Media-kontorer, der kan udnyttes betydeligt bedre**

Media-programmets decentralisering har vist sig at være et effektivt værktøj til at udvikle kendskabet til programmet og ledsage branchefolkene; dets reelle effektivitet har vist sig i omfattende grad at afhænge af de ansvarlige personer.

- 1) Media-kontorerne spiller en dobbeltrolle: dels som informationscenter for branchefolkene, dels som ledsagere af støttemodtagerne. Den vigtigste opgave varierer fra kontor til kontor, men de ældste kontorer lægger som regel mere vægt på ledsage-funktionen.
- 2) Kontorerne kan have en betydelig virkning, for at Media-programmet anvendes godt i "landene med ringe produktionskapacitet", og navnlig i de nye medlemsstater takket være det pædagogiske arbejde, der er blevet udført.
- 3) Media-kontorerne netværk har et vist potentiale, navnlig hvad angår informationsudveksling, udveksling af god praksis og bidrag til grænseoverskridende udvekslinger. Hvis nettet og dets værktøjer ikke bliver bedre struktureret, forbliver kontakterne hovedsagelig bilaterale, som de er i dag.
- 4) Så længe der ikke findes noget ensartet system til måling af kontorerne og antennerne resultater, er det vanskeligt at vurdere deres respektive effektivitet.

### **3.5. Varige kvalitetsvirkninger, men nogle afhænger stadig af Media**

De mest markante varige virkninger af programmet er i kvalitetsmæssig rækkefølge: styrkelse af kompetencer, netværker, samarbejde, markeds-kendskab og tilstedeværelse på de internationale markeder.

Andre vigtige virkninger såsom større udbredelse over grænserne af produktionerne afhænger imidlertid stadig i høj grad af de europæiske bidrag. Afbrydes støtten, kunne det faktisk bevirke, at visse uddannelser forsvinder, at produktionernes grænseoverskridende bevægelse reduceres, og at investeringer bliver færre i produktionerne fra lande med ringe produktionskapacitet, hvor Media virkelig er et afgørende element i finansieringen af produktionerne.

## **4. HENSTILLINGER OG OPFØLGNINGSTILTAG**

### **4.1. Vigtigste anbefalinger**

#### *4.1.1. Videreføre indsatsen for tilpasning til markedet*

Det er nødvendigt at:

- 1) bevare programmets og dets aktionsmuligheders kapacitet til at tilpasse sig til sektorens behov
- 2) råde over midler til at forudsige sektorens udvikling (sektorundersøgelser, regelmæssig direkte kontakt med branchefolk, ekspertrådgivning)
- 3) råde over et indikatorsystem til opfølgning af programresultater og markedsovervågning

#### 4.1.2. *Tilpasse ordningen til brugernes behov*

- 1) nytænke og forenkle de nærmere regler for adgangen til programmet
- 2) tilpasse indsatsmåderne til sektorens rytme
- 3) koncentrere Medias menneskelige og organisatoriske ressourcer om at ledsage støttemodtagerne og følge op på projekterne.

#### 4.1.3. *Bedre udnytte potentialet i netværket af Media-kontorer og -antenner*

Det er nødvendigt at:

- 1) udvikle et redskab til måling af resultater
- 2) give Media-kontorerne og –antenneerne effektive værktøjer og midler.

#### 4.1.4. *Genoverveje målsætningerne og de nærmere regler for de mekanismer, der skal genoprette balancen på markederne og gøre dem mere relevante og effektive*

Det er nødvendigt at:

- 1) bevare den hidtidige indsats for at genoprette balancen på markederne
- 2) uddybe den strategiske planlægning af målsætningerne for den politik, der skal genoprette balancen på markederne, og de resultater, der skal opnås efter Media-programmets afslutning i 2007
- 3) genoverveje det relevante geografiske plan (ikke længere noget regionalt plan, nye landekategorier) for visse aktionslinjer (f.eks. selektiv distribution, automatisk distribution, salgsagenter).

## 4.2. **Væsentligste foranstaltninger**

### 4.2.1. *Allerede indførte foranstaltninger*

Der er allerede blevet gennemført nogle operationelle henstillinger efter den anden foreløbige evaluering, navnlig hvad angår forenklingen af bestemte procedurer og integreringen af det teknologiske aspekt i hele programmet. Det nye Media-program 2007 tager således fuldt ud hensyn til integreringen af de nye teknologier og gør det muligt at gennemføre specifikke støtteforanstaltninger til fordel for onlinedistributionen af europæiske audiovisuelle produktioner og digital visning. Tilsvarende er mekanismerne til at bringe markederne i balance blevet integreret på alle indsatsområder.

Når det drejer sig om at tilpasse ordningen til brugernes behov og om koncentrationen af ressourcerne omkring ledsageforanstaltninger for støttemodtagerne og opfølgning af projekter, har oprettelsen af forvaltningsorganet givet konkrete forbedringer takket være bl.a. den meget mere effektive forvaltning. Der er navnlig konstateret fremskridt i udvælgelsesprocessen for projekter, forvaltningen af kontrakter, betalingsfristerne og kontakten med støttemodtagerne.

De nye retningslinjer, der blev offentliggjort i 2007 for visse aktionslinjer i programmet, forenkler i øvrigt allerede nogle af de nærmere bestemmelser for adgang til programmet i tråd med de nye retningslinjer for aktionsdelen "udvikling". Disse ændringer forenkler

udvælgelseskriterierne for projekter og gør dokumenterne mere læsevenlige (retningslinjer og formular) og letter derved branchefolkenes adgang til udviklingsstøtte.

For så vidt angår kapaciteten til at forudsige sektorens udvikling, blev der nedsat et Media-udvalg til at arbejde med udviklingen af et indikatorsystem.

For yderligere at forbedre programmets tilpasning til markedets behov er der blevet iværksat nye aktioner i Media 2007:

- Med henblik på at tilpasse grunduddannelserne til hinanden er der blevet offentliggjort en ny indkaldelse af forslag til "grunduddannelse" for at tilskynde til samarbejde mellem filmskolerne og de andre højere læreanstalter for at oprette uddannelser til de unge europæiske studerende.
- Den digitale teknologi har gjort de europæiske audiovisuelle produktioner lettere tilgængelige uden for deres oprindelsesland takket være de nye måder til formidling af audiovisuelt indhold. Eftersom den europæiske audiovisuelle industris konkurrenceevne i høj grad vil afhænge af dens kapacitet til at tilpasse sig ny teknologi, navnlig i distributionsleddet, er der blevet indført en ny aktionslinje til at støtte onlinedistribution af europæiske audiovisuelle produktioner. Linjen "Video on demand og digital filmdistribution" tilsigter at bevare og øge den europæiske kulturelle og sproglige diversitet og dens filmkunst og audiovisuelle kulturskat, garantere offentlighedens adgang hertil og fremme det tværkulturelle samspil, øge produktionernes bevægelighed og synlighed og styrke den audiovisuelle sektors konkurrenceevne på et åbent og konkurrencedygtigt europæisk marked, der også er beskæftigelsesfremmende.
- En specifik indkaldelse af forslag med henblik på udvikling af interaktive produktioner på online- eller offlinemedier, der er tilpasset denne nye kreative udtryksforms specifikke behov.
- Støtteordninger i distributionsleddet er blevet tilpasset for at være bedre målrettet mod produktioner med middelstort budget og højt kommercielt potentiale, som er mere afhængige af Media-støtten til tværnational formidling end film lavet med stort budget. Andelen af automatisk støtte til distribution baseret på billetsalget er blevet forøget for de første solgte billetter, eftersom der er større omkostninger forbundet med distribution i forbindelse med lanceringen af en film på det nationale marked. Denne reform sigter mod at puste nyt liv i markedet og tilskynde til risikovillig adfærd.

#### 4.2.2. *Foranstaltninger under udarbejdelse*

Det overvejes for tiden i Kommissionen, hvordan man bedre kan udnytte Media-kontorenes og –antennernes netværkspotentiel ved at indføre mere effektive værktøjer og midler og ved at oprette en enkelt internetportal pr. land.

Med hensyn til adgang til finansiering og som supplement til i2i-aktionen for bedre at opfylde industriens behov er der ved at blive udarbejdet en ordning, der skal virke som løftestang for producenternes adgang til finansiering. Denne ordning vil give producenter og distributører bedre adgang til privat kapital.

## 5. KONKLUSION

De foreløbige evalueringer og den endelige evaluering af programmerne Media Plus og Media-uddannelse bekræfter de positive resultater af aktionerne for den europæiske audiovisuelle sektor. De bekræfter programmålsætningernes relevans og effektivitet med hensyn til at styrke sektorens konkurrenceevne og fremme den kulturelle diversitet. De bekræfter desuden, at fællesskabsaktionen giver en reel merværdi i forhold til nationale foranstaltninger. Media-programmets virkninger er reelle; de er også varige i de fleste tilfælde, navnlig når det drejer sig om at styrke konkurrenceevnen.

En række af de mest markante virkninger af Media (f.eks. opbygningen af kompetencer og produktionernes bevægelse over grænserne) afhænger imidlertid stadig i stort omfang af den europæiske støtte. Markedsoplysningerne viser i øvrigt, at den europæiske audiovisuelle sektor fortsat lider under de sædvanlige svaghedspunkter, nemlig det opsplittede marked og de europæiske produktioners ringe bevægelse uden for oprindelseslandet.

Aktionen skal derfor videreføres og tilpasses udviklingen i markedets behov. Det er målet for det nye program Media 2007, der blev lanceret den 1. januar 2007.