



COMMISSIONE DELLE COMUNITÀ EUROPEE

Bruxelles, 14.12.1999
COM(1999) 658 definitivo

1999/ 0275 (COD)
1999/ 0276 (CNS)

**COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE
AL CONSIGLIO, AL PARLAMENTO EUROPEO, AL COMITATO ECONOMICO E
SOCIALE E AL COMITATO DELLE REGIONI**

**relativa a una proposta di programma a sostegno
dell'industria audiovisiva europea
(MEDIA Plus – 2001-2005)**

Proposta di

DECISIONE DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO

**relativa all'attuazione di un programma di formazione per gli operatori dell'industria
europea dei programmi audiovisivi
(MEDIA - Formazione) (2001-2005)**

Proposta di

DECISIONE DEL CONSIGLIO

**relativa all'attuazione di un programma di sostegno allo sviluppo, alla distribuzione e
alla promozione delle opere audiovisive europee
(MEDIA Plus – Sviluppo, distribuzione e promozione) (2001-2005)**

(presentate dalla Commissione)

**COMUNICAZIONE DELLA COMMISSIONE
AL CONSIGLIO, AL PARLAMENTO EUROPEO, AL COMITATO ECONOMICO E
SOCIALE E AL COMITATO DELLE REGIONI**

**relativa a una proposta di programma a sostegno
dell'industria audiovisiva europea
(MEDIA Plus – 2001-2005)**

1. Introduzione.

Lo sviluppo delle tecnologie digitali rappresenta una rivoluzione che oltre a modificare profondamente l'economia del settore audiovisivo, comporta nuovi modi di creare che coinvolgono nuovi attori e sfociano in nuovi contenuti e servizi.

In questo proliferare di sistemi di diffusione, tutti gli attori sono concordi nell'affermare che nel ventunesimo secolo la produzione di contenuti, in particolare di contenuti audiovisivi, costituirà un importante settore a valore aggiunto, in grado di consolidare la crescita economica e sostenere la diversità culturale dell'Unione europea¹.

L'avvento dell'era digitale da un lato offre nuove opportunità ai produttori e ai distributori per le molteplici possibilità d'uso diretto e indiretto delle opere e dall'altro costituisce una vera e propria sfida a causa della diminuzione e della frammentazione delle entrate possibili per ogni diffusione. Per questo è indispensabile sviluppare strategie di finanziamento e di commercializzazione a livello internazionale.

In questo quadro è essenziale che i poteri pubblici, ivi compresi quelli europei, appoggino queste iniziative mediante misure di sostegno finanziario specifiche e complementari, tendenti a rafforzare la presenza dei produttori europei di contenuti e la loro percentuale di utili.

La proposta del programma MEDIA PLUS della Commissione nasce proprio da questa impostazione. L'industria audiovisiva europea, posta di fronte ad un nuovo contesto caratterizzato dall'internazionalizzazione effettiva dei modi di gestione, a causa della sua frammentazione, non è ancora in grado di affrontare la concorrenza crescente a livello mondiale. Lo scopo delle proposte della Commissione è la creazione di condizioni ideali basate su una strategia coerente e su obiettivi chiari affinché, mitigate le difficoltà, gli operatori europei possano riuscire a conquistare questi nuovi mercati, valorizzando la diversità culturale europea.

2. Un settore strategico: l'industria dei contenuti audiovisivi.

Forte potenziale di crescita e fonte di occupazione altamente qualificata.

Le industrie della società dell'informazione e, tra esse, l'industria dei contenuti audiovisivi, sono uno dei principali settori dell'economia dell'Unione europea in più rapida espansione. Nel 1995 nell'Unione europea le persone impiegate nel settore dell'audiovisivo erano circa

¹ 1999 *Telecoms Review* (Commission Communication on the Review of the Regulatory Framework for Electronic Communications Services: Infrastructure, Transmission and Access Services), citare il riferimento non appena adottata. COM(1999) 539 def.

950 000, mentre nel 1997 erano 1 030 000². Secondo le previsioni, il settore dovrebbe crescere del 70% entro il 2005, il che potrebbe portare alla creazione di 300 000 nuovi posti di lavoro altamente qualificati.³

Questa crescita dipenderà in particolare dai gruppi di canali digitali che propongono al consumatore prodotti diversificati. Già tra il 1990 e il 1998 il numero di canali televisivi accessibili in Europa si sono sestuplicati, passando da 104 a 659; si calcola che nel 2000 ne ve ne saranno più di 1 000 diffusi sul territorio europeo⁴.

L'introduzione, nel 1994, del primo motore di ricerca per il World Wide Web ha reso Internet un mezzo di comunicazione di massa. Nessuno tuttavia poteva prevedere, allora, lo sviluppo folgorante di questo medium informativo che oggi trova spazio in 180 milioni di famiglie nel mondo, di cui 43 milioni in Europa. Gli attuali sviluppi tecnologici lasciano intravedere numerose applicazioni possibili: creazione di nuovi servizi in linea di televisione interattiva, Video on demand (VOD), diffusione elettronica nelle sale cinematografiche. Tuttavia, oggi, è impossibile prevedere quando queste tecnologie potranno radicarsi nel mercato e quale sarà l'impatto reale di questa mutazione sulle abitudini e sulle scelte dei consumatori.

L'analisi di mercato e gli studi in prospettiva dimostrano, comunque, che questi nuovi metodi di diffusione rappresentano un reale ampliamento del mercato audiovisivo e non un fenomeno di sostituzione.

Le previsioni indicano che i mezzi di diffusione esistenti, quali il cinema e il video, sono in netta ripresa, anzi, in espansione e ciò nonostante l'aumento di servizi in concorrenza (Pay TV, video on demand). Così, la frequenza delle sale cinematografiche, con 814 milioni d'ingressi nel 1998, ha ritrovato un livello paragonabile a quello dell'inizio degli anni '80, prima dell'introduzione delle televisioni private; altrettanto vale per il numero di film per il cinema prodotti in Europa e quello di film distribuiti.

Parallelamente il mercato del video, in particolare la vendita, è in continua espansione malgrado la concorrenza crescente delle emittenti televisive, ivi comprese quelle a pagamento.

Un'economia in cambiamento.

Lo sviluppo dei metodi di diffusione digitale (gruppi di canali, Internet, DVD) fanno ben sperare, dato il considerevole aumento della domanda di contenuti. Tale espansione si traduce in diversificazione dei metodi di gestione, aumento della vita commerciale delle produzioni, emergere di nuovi prodotti derivati e internazionalizzazione del mercato.

Esso suscita anche alcuni timori a causa della frammentazione dei fruitori dei nuovi canali e servizi audiovisivi, infatti il numero di canali televisivi accessibili in Europa tra il 1995 e il 1998 si è triplicato e il tempo medio passato dagli europei davanti alla televisione nel 1998 è stato di 205 minuti al giorno⁵. Questa frammentazione riduce la capacità di finanziamento delle emittenti e dilata il ciclo di utilizzazione delle opere, perciò una produzione televisiva

² *Le prospettive d'impiego nella società dell'informazione, Valorizzare il potenziale della rivoluzione dell'informazione.* COM(1998) 590 def.

³ Studio realizzato per conto della Commissione da Norcontel Ltd, *Economic Implications of New Communications Technologies on the Audiovisual Markets*, relazione finale, 15 aprile 1997.

⁴ Screen Digest, maggio 1999

⁵ Studio IP (CLT-UFA), 1998.

che nel passato poteva essere ammortizzata con la diffusione tramite uno o due emittenti nazionali, ora richiede l'intervento di più emittenti a livello internazionale, con tempi di ammortamento più lunghi.

Uno degli effetti dell'incremento dei mezzi elettronici di diffusione è l'eliminazione delle strozzature causate soprattutto dai costi d'investimento necessari alla distribuzione fisica dei prodotti (stampa, immagazzinamento e trasporto delle copie dei film per il cinema o delle video cassette, per esempio) che favorirà l'accesso al mercato di prodotti maggiormente diversificati. D'altra parte in questo contesto di elevata concorrenza tesa a catturare l'attenzione del consumatore finale, è molto probabile che gli investimenti verranno indirizzati sempre più sulla pubblicità e sul marketing, creando nuove barriere all'accesso al mercato.

Attualmente si sta constatando anche un fenomeno di crescente concentrazione delle risorse su alcuni tipi di programma (per esempio le trasmissioni di eventi sportivi) che comportano una diminuzione delle risorse disponibili per la produzione e dell'acquisto di contenuti creativi (documentari, film e fiction, animazione).

In questo contesto la chiave d'accesso al mercato per produttori e artisti europei starà sempre più nella definizione di strategie di commercializzazione sviluppate su scala internazionale su tutta la gamma dei mezzi di diffusione.

Un'industria europea di programmi preparati male.

Di fronte a questa nuova economia del digitale, l'industria di programmi europei appare insufficientemente preparata e soffre di debolezze strutturali:

- Alla parcellizzazione degli utili individuali dovuti all'aumento dei canali di diffusione, si aggiunge la frammentazione dei mercati nazionali o regionali che comporta l'indebolimento della circolazione transnazionale dei programmi entro lo spazio europeo.
- Questa frammentazione provoca un circolo vizioso di sotto investimenti, dalla fase di concezione delle opere audiovisive, fino alla produzione e alla distribuzione, con scarso rendimento delle opere e quindi una minor capacità d'investimento.
- Infine, questa frammentazione si traduce in sotto capitalizzazione delle imprese e ciò rende fragile la loro strategia industriale di sviluppo su scala internazionale, in particolare, per quanto riguarda la costituzione di cataloghi di diritti abbastanza attraenti che permettano di trovare diverse possibilità di utilizzazione su tutti i tipi di supporto.

La posta in gioco: valorizzare le opere su scala internazionale.

Nel contesto dello sviluppo dei sistemi di diffusione digitale, la considerazione da parte dei produttori e dei distributori europei di programmi, della dimensione internazionale del mercato, non è più un'opzione, bensì una necessità vitale.

In particolare la perfetta conoscenza di sistemi di distribuzione diversificati a livello internazionale costituisce la spina dorsale di qualunque strategia di sviluppo di questo settore industriale.

3. Un approccio rinnovato: la politica audiovisiva di sostegno nell'era digitale.

La crescente importanza economica di programmi audiovisivi impone lo sviluppo di un'industria europea competitiva, in grado di trarre profitto dall'espansione della domanda di contenuti.

Dal 1997 la Commissione ha svolto un processo di analisi approfondita della sua politica in materia audiovisiva, in particolare per quanto riguarda gli effetti attuali e futuri dell'avvento dell'era digitale. Questo processo si è basato soprattutto sui pareri richiesti ad operatori del settore, sia nell'ambito delle conferenze organizzate a Birmingham (aprile 1998) e a Helsinki (settembre 1999), sia con consultazioni pubbliche condotte nel 1998 sul Libro Verde sulla convergenza tra i settori delle telecomunicazioni, dei mezzi di comunicazione di massa e delle tecnologie dell'informazione⁶.

Queste consultazioni assieme alle riflessioni e ai contributi raccolti in base alla relazione del Gruppo di alto livello sulla Politica audiovisiva⁷ hanno consentito di formulare una nuova impostazione della politica di sostegno a livello europeo, basato sui principi seguenti:

- i meccanismi di sostegno attuati a livello europeo devono tenere in considerazione la diversità delle situazioni nazionali, agendo in modo complementare alle politiche nazionali e regionali e apportando il valore aggiunto della dimensione europea.
- di conseguenza l'aiuto comunitario deve concentrarsi sulla realizzazione di obiettivi industriali e strutturali, tenendo conto, tuttavia, dei bisogni specifici dei paesi e delle regioni con minore capacità produttiva nel settore audiovisivo e/o delle zone geografiche o linguistiche limitate;
- l'Unione europea deve privilegiare l'attuazione di meccanismi automatici o di sostegno alle società in base alle prestazioni sul mercato al fine di generare effetti strutturali nel settore;
- le nuove possibilità offerte dal digitale costituiscono spazi creativi e di distribuzione nuovi che è necessario tenere in considerazione. Tuttavia è difficile attualmente valutare le conseguenze reali di questo sviluppo a medio e lungo termine. La metodologia dei sistemi di sostegno sviluppata per rafforzare gli attori europei deve essere pragmatica, in linea con il mercato audiovisivo e riflettere l'evoluzione del settore (neutralità tecnologica). In tal senso è necessario:
 - creare e sviluppare un sistema d'informazione e di controllo sugli sviluppi del mercato in funzione degli sviluppi tecnologici (progetti pilota);
 - valutare regolarmente i meccanismi di sostegno apportando gli adeguamenti necessari;
 - creare un sistema d'informazione e di scambi d'esperienza tra gli Stati membri per lo sviluppo di sinergie.

⁶ COM(97) 623 def. e COM(1999) 108 def. Le conclusioni delle conferenze di Birmingham e di Helsinki sono disponibili nei seguenti siti: <http://europa.eu.int/eac> e <http://presidency.finland.fi>

⁷ *L'Era digitale e la politica audiovisiva europea*, relazione del Gruppo di alto livello sulla Politica audiovisiva, Lussemburgo, 1998.

Considerando questo nuovo scenario, i risultati della valutazione del programma MEDIA II e le consultazioni condotte dalla Commissione, appare necessario aumentare le risorse del programma. Tale aumento, in particolare, è giustificato:

- da una maggiore considerazione dei bisogni specifici delle industrie dei paesi a scarsa capacità produttiva nel settore audiovisivo e/o la cui area geografica e linguistica è limitata;
- dal maggior ricorso a meccanismi di sostegno automatico basati sulle prestazioni sul mercato;
- dall'emergere di nuovi bisogni e nuovi progetti connessi allo sviluppo delle tecnologie digitali;
- dalla prevalenza da accordare alla circolazione transnazionale delle opere audiovisive europee, all'interno e all'esterno dell'Unione europea.

4. Principi d'intervento del programma MEDIA PLUS.

Come in MEDIA II anche nel programma MEDIA PLUS, le azioni previste riguardano due ambiti differenti: istruzione e formazione professionale (articolo 150 del trattato) e industria (articolo 157 del trattato)⁸. Le due proposte di Decisione del Consiglio presentate in allegato a questa comunicazione concretizzano la nuova impostazione appena definita e considerano gli elementi seguenti:

- la valutazione effettuata a metà dello svolgimento del programma MEDIA II⁹ hanno posto in evidenza l'efficacia di vari meccanismi e i risultati ottenuti dal programma MEDIA II, proponendo contemporaneamente dei percorsi volti ad adattare gli obiettivi e gli strumenti di sostegno alle nuove sfide dell'era digitale; tale valutazione d'altra parte ha convalidato la scelta della circolazione transnazionale delle opere audiovisive e la concentrazione degli aiuti in tre settori strategici (formazione professionale, sviluppi di progetti e di società di produzione, distribuzione e promozione), come priorità del programma;
- la complementarità e la coerenza con gli altri interventi della Comunità, parte di una strategia comune, come i programmi in materia d'istruzione e formazione e i programmi di sostegno alle PMI e alle tecnologie della società dell'informazione. L'esame di strumenti finanziari realizzati per stimolare il finanziamento iniziale in tutta l'Unione europea, come definito nell'iniziativa e-Europa lanciata dal Presidente Prodi l'8 dicembre 1999, dovrebbe aprire nuove opportunità per l'avviamento di società che sviluppano e producono contenuti audiovisivi di alta qualità ricorrendo alle nuove tecnologie. Si dovrebbe consolidare uno stretto collegamento con le azioni interessate del programma Una società dell'informazione di facile uso, nell'ambito del V programma quadro per la ricerca e lo sviluppo tecnologico. Le azioni chiave

⁸ Il programma MEDIA II si basava anche su due decisioni del Consiglio: per quanto riguarda la formazione (articolo 127 del trattato) il programma è stato attuato con decisione 95/564/CE del Consiglio, del 22 dicembre 1995, GU L 321 del 30.12.1995, pag. 33; per quanto riguarda sviluppo e distribuzione (articolo 130 del trattato) il programma è stato attuato con decisione 95/563/CE del Consiglio, del 10 luglio 1995, GU L 321 del 30.12.1995, pag. 25.

⁹ *Relazione della Commissione sui risultati ottenuti nell'ambito del programma MEDIA II (1996-2000) nel periodo 1° 1.1.1996 – 30.6.1999*, COM(1999) 91 def.

interessate di questo programma sviluppino tecnologie, test-bed, dimostrazioni e servizi che potranno essere oggetto di un sostegno da parte del programma MEDIA Plus, per la loro immissione nel mercato. Inoltre è necessaria una coerenza con le proposte attese per il seguito dei programmi INFO2000 e MLIS.

- la ricerca di complementarità con la politica attuata a livello nazionale e regionale. In particolare l'azione comunitaria deve concentrarsi sulle fasi della catena audiovisiva in cui l'intervento rappresenta il maggior valore aggiunto: a monte e a valle del processo di produzione;
- l'apertura del programma: nel prolungamento delle cooperazione avviate con i paesi SEE e con Cipro, le proposte indicano chiaramente la volontà di aprire il programma alla partecipazione di Malta, dei paesi associati dell'Europa centrale e orientale, della Turchia e agli Stati che siano parti della Convenzione del Consiglio d'Europa sulla televisione transfrontaliera, con riserva d'un sostanziale livello di allineamento della loro legislazione nazionale a l'“acquis” comunitario, in particolare alla direttiva “Televisione senza frontiere”¹⁰. Sarà inoltre presa in considerazione l'esistenza di un quadro adeguato in materia di diritto d'autore, in particolare rispetto alle direttive comunitarie pertinenti¹¹. Lo sviluppo e il rafforzamento dell'industria dei contenuti audiovisivi offre un terreno positivo e concreto su cui poggiare il processo di ampliamento. Inoltre il programma, a certe condizioni, sarà aperto alla partecipazione di paesi terzi europei. Infine le due proposte offrono la possibilità di una cooperazione con i paesi terzi che condividano gli obiettivi dell'Unione europea in materia di politica audiovisiva.
- Nell'ottica di un regolare adattamento dei meccanismi di sostegno all'effettiva evoluzione del mercato dei contenuti audiovisivi, le proposte prevedono l'attuazione di progetti pilota che possano, sulla base dei risultati conclusivi, dar luogo all'immediato adattamento dei principali meccanismi di sostegno del programma.

4.1 Formazione (base legale: articolo 150 del trattato)

In complementarità con le azioni attuate sia dagli Stati membri sia nel quadro di altri programmi comunitari (quali Socrates e Leonardo), le azioni proposte nel quadro di MEDIA Formazione riguardano i seguenti ambiti:

- applicazione di nuove tecnologie alla produzione e alla distribuzione dei programmi audiovisivi ad alto valore artistico e a forte potenziale commerciale;
- considerazione delle potenzialità di sviluppo offerte dal mercato europeo e internazionale;
- gestione economica e commerciale, ivi compresi gli aspetti giuridici, finanziamento della produzione, commercializzazione e distribuzione;

¹⁰ Direttiva 89/552/CEE e successiva modifica con direttiva 97/36/CE.

¹¹ Direttiva 93/98/CEE del Consiglio, del 29 ottobre 1993, relativa all'armonizzazione della durata di protezione del diritto d'autore e di alcuni diritti connessi; direttiva 93/83/CEE del Consiglio, del 27 settembre 1993, relativa al coordinamento di alcune norme in materia di diritto d'autore e diritti connessi applicabili alla radiodiffusione via satellite e alla ritrasmissione via cavo; direttiva 92/100/CEE del Consiglio, del 19 novembre 1992, concernente il diritto di noleggio, il diritto di prestito e taluni diritti connessi al diritto di autore in materia di proprietà intellettuale.

- tecniche di scrittura, in particolare di programmi interattivi destinati ai nuovi mezzi di diffusione elettronici.

Il programma, allo stesso tempo, incoraggerà:

- la cooperazione e lo scambio di know-how tramite la creazione di una rete di soggetti operanti nella formazione (istituti di formazione, associazioni professionali, imprese);
- la formazione dei formatori.

In questi diversi ambiti, un'attenzione particolare verrà rivolta ai progetti di formazione che si avvalgono delle nuove tecnologie come strumenti o vettori di formazione e ai progetti provenienti da paesi con scarsa capacità produttiva nel settore audiovisivo o la cui area geografica e/o linguistica è limitata.

Le azioni di formazioni che otterranno il sostegno devono assicurare che i partecipanti siano in maggioranza cittadini di un paese diverso da quello in cui si svolge la formazione. Esse dovranno essere conformi alle norme stabilite nell'“l'inquadramento degli aiuti alla formazione” adottato dalla Commissione nel 1998¹²..

4.2 Sviluppo (base legale: articolo 157 del trattato)

La produzione di programmi audiovisivi di qualità, su diversi supporti, che possano produrre entrate sostanziali, esige un investimento considerevole.

Questo investimento deve iniziare sin dalla fase di preparazione dei progetti mediante uno sviluppo adeguato che stabilisca la fattibilità del progetto, la rendita prevista rispetto al costo di produzione dell'opera e al suo potenziale commerciale.

Questo processo, normale in altri settori industriali, resta troppo limitato nella produzione di materiali audiovisivi conducendo troppo spesso alla realizzazione di progetti che hanno scarsa validità economica.

In questo settore, e nel rispetto della necessaria complementarità tra politica comunitaria e politiche nazionali, le azioni saranno volte a:

- incoraggiare l'investimento di risorse nello sviluppo di progetti (scrittura e finalizzazione della sceneggiatura, creazione di un piano di finanziamento, ecc.) ponendo l'accento particolarmente, fin dalla fase di sviluppo, sulla strategia di commercializzazione internazionale tesa all'utilizzazione dell'opera su un vasto assortimento di supporti (utilizzo diretta e derivata);
- indurre i produttori indipendenti più dinamici ad attuare effettive strategie di sviluppo commerciale sulla base di pacchetti di progetti;

Le linee d'azione attuate si rivolgono alle case di produzione di fiction, di documentari, di animazione e di prodotti interattivi (“on-line”, off-line e ibridi).

¹² GUC 343 dell'11.11.1998, pagg. 10-16.

4.3 Distribuzione e commercializzazione (base legale: articolo 157 del trattato)

Per assicurare un posizionamento forte sul mercato dei contenuti audiovisivi europei è indispensabile avere il controllo di tecniche e reti di distribuzione che consentano di ammortizzare e rendere redditizi gli investimenti. Ciò implica in particolare la costituzione, e soprattutto la valorizzazione, di cataloghi di programmi, quali film per il cinema, fiction, documentari, film d'animazione, che possano essere utilizzati e riutilizzati in formati differenti.

Di conseguenza, nel quadro della proposta per un programma MEDIA Plus, l'aspetto preponderante sarà quello relativo al sostegno, alla distribuzione e alla commercializzazione.

L'intervento della Comunità avrà lo scopo di migliorare la circolazione transnazionale delle opere cinematografiche e televisive e di stimolare le imprese europee ad utilizzare nuove forme di utilizzazione dei programmi (diffusione "on-line", digitalizzazione dei programmi, DVD).

Le azioni proposte devono permettere di:

- migliorare la circolazione e la redditività delle opere europee sul mercato europeo e mondiale, su tutti i supporti accessibili ai consumatori;
- rafforzare la competitività delle società di distribuzione (cinema, video, TV) e incentivare la costituzione e la valorizzazione di cataloghi di diritti sulle opere europee;
- sviluppare la messa in rete e le strategie comuni a livello europeo sviluppando i legami tra distribuzione e produzione;
- aumentare la produzione di opere destinate al mercato europeo (distribution-led production), nel rispetto della diversità linguistica e culturale;
- sviluppare la conoscenza e le preferenze del pubblico europeo per le opere di altri paesi europei, rafforzando così l'identità culturale europea nella sua diversità d'espressione (multilinguismo);
- facilitare, mediante progetti pilota, un legame costante tra il programma e l'evoluzione tecnologica, in particolare incoraggiando la programmazione delle opere audiovisive europee sui canali tematici digitali.

4.4 Promozione e accesso al mercato, festival (base legale: articolo 157 del trattato)

Gli obiettivi specifici degli aiuti alla promozione si ricongiungono in modo generale a quelli degli aiuti alla distribuzione; tuttavia alcuni meccanismi, complementari a quelli attuati nel quadro della distribuzione, hanno l'obiettivo di migliorare l'accesso ai mercati europei e internazionali delle opere e dei programmi europei.

Tali obiettivi devono permettere:

- d'incoraggiare la presenza di professionisti e di programmi audiovisivi europei sia sui mercati tradizionali sia sui mercati emergenti europei e internazionali;

- d'incoraggiare la partecipazione di professionisti e di programmi audiovisivi europei a qualunque azione volta a promuovere la circolazione, lo scambio e la vendita di programmi europei all'interno e all'esterno dell'Europa;
- d'incoraggiare la programmazione di opere audiovisive europee in eventi e/o festival europei e internazionali;
- d'incoraggiare la messa in rete a livello europeo tra organismi nazionali di promozione dell'esportazione dei programmi audiovisivi.
- di sostenere la diffusione transnazionale di film europei nell'ambito di festival organizzati all'interno e all'esterno dell'Unione europea;
- di rafforzare la comunicazione in rete tra festival, sostenendo le attività di cooperazione per la promozione di film europei.

4.5 Le azioni attuate nell'ambito dello sviluppo, distribuzione e promozione dovranno essere conformi alle disposizioni del trattato riguardanti la concorrenza, in particolare alla disciplina in materia di aiuti statali.

5. Strumenti d'attuazione.

Tenuto conto delle disposizioni del trattato si propongono due strumenti per attuare le azioni previste in MEDIA Plus: uno per la formazione (articolo 150 del trattato) e uno per lo sviluppo, la distribuzione e la promozione (articolo 157 del trattato).

L'obiettivo di questi due strumenti è la definizione di una politica in linea con il mercato e decisamente rivolta all'ottimizzazione dei vantaggi che l'industria europea dei contenuti audiovisivi può trarre dagli sviluppi tecnologici. In tal senso le modalità del sostegno finanziario saranno regolarmente sottoposte a valutazione ed adeguamento.

Sulla base di queste valutazioni, la Commissione potrà eventualmente proporre delle azioni complementari a questi due strumenti.

MOTIVAZIONI

Programma di formazione per gli operatori dell'industria europea dei programmi audiovisivi.

1. Introduzione

Un'opportunità per l'occupazione

La moltiplicazione e la diversificazione dei mezzi di produzione e di distribuzione comportano una rapida crescita dell'offerta di servizi e, di conseguenza, un aumento della domanda di nuovi programmi audiovisivi.

Questo rapido sviluppo, tuttavia, per trasformarsi in occupazione, necessita di un ambiente dinamico e di operatori qualificati per i quali la formazione riveste un ruolo determinante.

Il rafforzamento qualitativo della formazione continua offerta ai professionisti europei dell'industria audiovisiva è, quindi, un preliminare indispensabile per rafforzare la competitività di questo settore, in particolare nel campo di applicazione delle nuove tecnologie.

Una formazione vicina all'industria stessa

Le rapide modificazioni proprie dell'ambiente economico e i continui cambiamenti che caratterizzano le nuove tecnologie dell'audiovisivo rendono necessaria, oltre ad una formazione di base, una formazione permanente che risponda ai bisogni del mercato. Per questo è di capitale importanza che l'industria stessa partecipi allo studio dello sviluppo della formazione e allo svolgimento dell'attività formativa.

Motivazioni di un'azione comunitaria

È vocazione dei poteri pubblici incoraggiare e sostenere la formazione professionale, nell'ottica di un'azione a medio e lungo termine. Il Consiglio europeo sull'occupazione (Lussemburgo 20-21.11.1997) ha sottolineato che la formazione continua può dare un contributo importante alle politiche sull'occupazione degli Stati membri.

L'importanza della politica di formazione dell'Unione europea è riconosciuta dal trattato (art. 150).

La formazione iniziale nel settore dell'audiovisivo è oggetto di numerose iniziative in ogni Stato membro. Un'azione a livello comunitario, di sostegno agli sforzi nazionali, è giustificata:

- dalla necessità di incoraggiare i professionisti ad aumentare la loro esperienza a livello europeo. Ciò è tanto più vero in un ambiente nel quale le tecnologie digitali eliminano, sempre più, le barriere nazionali;
- dal bisogno di assicurare una rete efficace e duratura tra i centri di formazione e le imprese interessate da questo tipo di formazione su scala europea.

2. La situazione esistente

I percorsi formativi nel settore del cinema e dell'audiovisivo negli Stati membri dell'Unione europea sono numerosi e coprono tutti gli aspetti della formazione iniziale.

Tali percorsi sono:

- scuole superiori professionali che forniscono una formazione tecnica (realizzazione, direzione fotografia, tecnica del suono);
- università ed altri istituti superiori di formazione che forniscono una formazione generale in materia di comunicazione e di media (essenzialmente teorica).

Soprattutto a seguito della creazione del programma MEDIA nel 1991, è nata una serie di centri specifici per l'industria dei contenuti, nell'ambito della formazione professionale continua. Spesso però non vi è molta possibilità di scambio tra questi vari centri che, grazie al loro rapporto diretto con l'industria, potrebbero trarre profitto dalla comunicazione in rete tra i vari Stati membri e tra ambiti formativi.

Livelli di formazione

Iniziale: l'Europa conta un gran numero di scuole e di centri di formazione per le professioni del cinema e della televisione che offrono una formazione iniziale di buon livello alla quale però spesso non fa seguito l'avviamento pratico diretto al funzionamento degli aspetti economici e commerciali dei mercati dell'audiovisivo.

Continua: all'inizio degli anni '90 la formazione continua nel settore dell'audiovisivo era quasi assente. Il programma MEDIA ha sostenuto la creazione di attività specifiche strettamente connesse con l'industria. Lo sviluppo di tali iniziative è necessario per permettere ai professionisti, agli autori, ai produttori e ai distributori di migliorare le loro competenze professionali nel quadro di un mercato allargato. Ciò è ancor più necessario se si tiene conto dell'internazionalizzazione dei nuovi mezzi di diffusione digitale.

Tipi di formazione

Poiché gli insegnamenti esistenti per vari aspetti sono ancora carenti, si rendono necessarie le azioni seguenti:

- rafforzare a livello europeo la formazione di produttori in grado di gestire una società dal punto di vista economico, finanziario e giuridico in un mercato di scala mondiale;
- sviluppare la formazione nell'ambito della distribuzione, diffusione, promozione e marketing del contenuto audiovisivo;
- proseguire la formazione nelle tecniche di scrittura di sceneggiature che possa permettere agli sceneggiatori e ai produttori di allargare il loro pubblico salvaguardando la propria specificità culturale;

- rafforzare in modo considerevole la formazione professionale a livello europeo nell'ambito dell'utilizzo delle nuove tecnologie per la creazione, la produzione e la distribuzione.

3. Elementi principali di un'azione su scala europea

3.1 Obiettivi

L'azione dell'Unione europea si prefigge in generale di rispondere ai bisogni dell'industria e agevolarne la competitività contribuendo allo sviluppo della formazione permanente dei professionisti dell'audiovisivo.

Tale formazione deve essere affrontata in una prospettiva europea e deve concentrarsi in particolare su:

- la gestione economica e finanziaria a livello europeo per permettere ai professionisti europei già attivi sul mercato di usufruire al meglio della dimensione globale del mercato del contenuto audiovisivo stimolandoli a sviluppare progetti e contenuti che rispondano ai bisogni di questo mercato;
- le tecniche di scrittura di sceneggiature (cinema, televisione, multimedia) che permettano di rivolgersi a un pubblico più vasto, rispondendo così ai bisogni del mercato internazionale dei contenuti audiovisivi;
- l'utilizzo delle nuove tecnologie e la loro applicazione alla produzione di opere audiovisive destinate al mercato europeo e internazionale.

Questi tre fulcri della formazione dovranno inoltre avvantaggiarsi delle opportunità dell'insegnamento a distanza e delle innovazioni pedagogiche offerte dalle nuove tecnologie "on-line".

Le iniziative dovranno tendere ad assicurare il rafforzamento della collaborazione tra i vari soggetti interessati (istituti e centri di formazione, imprese).

Le iniziative dovranno assicurare la partecipazione diretta dei soggetti provenienti dal settore professionale.

Nell'organizzazione di un'azione di formazione i beneficiari del contributo comunitario dovranno assicurare che i partecipanti siano in maggioranza cittadini di un paese diverso da quello in cui si svolge la formazione.

Le iniziative dovranno tener conto degli obiettivi strutturali, quali lo sviluppo delle PMI e lo sviluppo del potenziale delle aree geografiche e linguistiche limitate.

La Commissione controllerà che le azioni proposte siano coerenti con le altre misure comunitarie nell'ambito della formazione, in particolare nel quadro del programma Leonardo e degli obiettivi dei Fondi Strutturali Europei.

In misura minore, l'Unione europea deve anche favorire lo sviluppo di un certo numero di attività di formazione iniziale a condizione che esse siano sviluppate in stretto collegamento con l'industria, che dimostrino una reale dimensione europea e valore aggiunto europeo, che non possano essere finanziate da altri programmi comunitari esistenti, quali il programma Leonardo.

3.2 Azioni prioritarie:

Formazione a distanza

Promuovere l'utilizzo delle nuove tecnologie nell'organizzazione e nello svolgimento dei corsi di formazione per consentire la formazione a distanza.

Le attività della distribuzione

Mettere l'accento sulla formazione nell'ambito della distribuzione, della promozione e del marketing delle opere audiovisive europee traendo vantaggio dalle opportunità offerte dallo sviluppo delle nuove tecnologie digitali.

Le attività multimediali

Sviluppare i programmi di formazione continua nell'ambito dell'utilizzo di tecniche digitali, della creazione e della diffusione di contenuti audiovisivi “on-line” e off-line, in particolare nell'area della sceneggiatura, dell'infografica, dello sviluppo di programmi Internet e della gestione di siti web.

La messa in rete di organismi che si occupano di formazione

Perché le azioni proposte abbiano un effetto strutturale sarà opportuno assicurare la cooperazione e lo scambio di know-how transnazionale tra i vari soggetti.

Valorizzare i tirocini

Organizzazione di tirocini in imprese operanti in altri Stati membri come complemento della formazione iniziale.

Promuovere la formazione dei formatori

Organizzazione di seminari per la formazione di formatori per assicurare il riciclo permanente dei formatori in funzione dei bisogni e degli sviluppi dell'industria e delle nuove tecnologie

Proposta di

DECISIONE DEL PARLAMENTO EUROPEO E DEL CONSIGLIO

**relativa all'attuazione di un programma di formazione per gli operatori dell'industria europea dei programmi audiovisivi
(MEDIA - Formazione) (2001-2005)**

IL PARLAMENTO EUROPEO E IL CONSIGLIO DELL'UNIONE,

visto il trattato che istituisce la Comunità europea, in particolare l'articolo 150, paragrafo 4,

vista la proposta della Commissione¹,

visto il parere del Comitato economico e sociale²,

visto il parere del Comitato delle regioni,

deliberando secondo la procedura di cui all'articolo 251 del trattato³,

considerando quanto segue:

- (1) La Commissione ha organizzato a Birmingham, dal 6 all'8 aprile 1998, in collaborazione con la Presidenza britannica la conferenza sull'audiovisivo “Sfide ed opportunità dell'era digitale”. Da tale consultazione è emersa l'esigenza di disporre di un programma migliorato nel settore dell'audiovisivo, incentrato su tutti i nuovi aspetti dell'era digitale.
- (2) Il Consiglio “Cultura e Audiovisivo” del 28 maggio 1998, ha preso nota delle conclusioni finali della conferenza europea sull'audiovisivo “Sfide ed opportunità dell'era digitale” ed ha auspicato lo sviluppo di nuovi strumenti per incoraggiare un'industria forte e competitiva.
- (3) La Relazione del Gruppo di Alto Livello sulla Politica Audiovisiva del 26 ottobre 1998 intitolata “L'Era Digitale e la Politica Audiovisiva Europea” conclude che, in questa situazione, è necessario rafforzare sia l'apprendistato che la formazione permanente nel settore dell'audiovisivo.
- (4) La Commissione, nella comunicazione al Parlamento europeo e al Consiglio intitolata “La politica audiovisiva: le prossime tappe”, riconosce la notevole influenza che l'era digitale avrà sull'occupazione nell'industria audiovisiva⁴.

¹ GUC ...

² GUC ...

³ GUC ...

⁴ COM(1998) 446 def. del 14 luglio 1998.

- (5) Il Libro Verde sulla “Convergenza dei settori di telecomunicazione, dei media e delle tecnologie d'informazione e le sue implicazioni per la regolamentazione” riconosce che l'emergere di nuovi servizi comporterà la creazione di nuovi posti di lavoro. L'adattamento ai nuovi mercati necessita di personale formato all'uso delle nuove tecnologie⁵.
- (6) La consultazione pubblica sul Libro Verde condotta dalla Commissione ha confermato la domanda di una formazione professionale specializzata adattata ai bisogni del mercato⁶.
- (7) Nelle conclusioni del 27 settembre 1999 riguardanti i risultati della consultazione pubblica relativa al Libro Verde⁷, il Consiglio ha invitato la Commissione a tenere in considerazione i risultati della consultazione al momento di elaborare proposte riguardanti le misure per il rafforzamento del settore europeo dell'audiovisivo, ivi compreso il settore multimediale.
- (8) Il Consiglio straordinario europeo sull'occupazione tenuto a Lussemburgo il 20 e 21 novembre 1997 ha riconosciuto che l'educazione permanente e la formazione professionale possono contribuire in maniera importante alle politiche dell'occupazione degli Stati membri per migliorare l'idoneità all'occupazione, l'adattabilità e lo spirito d'impresa e per promuovere la parità delle opportunità.
- (9) Nella sua Relazione al Consiglio europeo sulle Prospettive dell'occupazione nella Società dell'Informazione⁸, la Commissione rileva un forte potenziale di creazione di posti di lavoro connesso ai nuovi servizi audiovisivi.
- (10) La Commissione ha attuato il programma d'azione volto a promuovere lo sviluppo dell'industria audiovisiva europea (MEDIA) (1991-1995), adottato con decisione 90/685/CEE del Consiglio⁹, che comporta in particolare una serie di azioni di formazione intese ad accrescere le competenze degli operatori dell'industria dei programmi audiovisivi.
- (11) La strategia comunitaria di sviluppo e rafforzamento dell'industria audiovisiva europea è stata confermata nel quadro del programma MEDIA II (1996-2000), adottato con decisione 95/563/CE del Consiglio¹⁰ e con decisione 95/564/CE del Consiglio¹¹. È opportuno, basandosi sulle esperienze di questo programma, assicurarne il prolungamento tenendo conto dei risultati ottenuti.
- (12) La Relazione della Commissione, sui risultati ottenuti nel quadro del programma MEDIA II (1996-2000), dal 1° gennaio 1996 al 30 giugno 1998, mette in evidenza che detto programma rispetta il principio di sussidiarietà dei fondi comunitari, in rapporto ai fondi nazionali, poiché il suo settore di intervento completa il ruolo tradizionalmente preponderante degli strumenti nazionali¹².

⁵ COM(1997) 623 def. del 3 dicembre 1997.

⁶ SEC(1998) 1284 def. del 29 luglio 1998.

⁷ GU C 283 del 6.10.1999, pag. 1.

⁸ COM(1998) 590 def.

⁹ GU L 380 del 31.12.1990, pag. 37.

¹⁰ GU L 321 del 30.12.1995, pag. 25.

¹¹ GU L 321 del 30.12.1995, pag. 33.

¹² COM(1999) 91 def. del 16 marzo 1999.

- (13) La Commissione, nella comunicazione sulle Politiche Comunitarie a favore dell'occupazione¹³, ha riconosciuto l'impatto positivo del programma MEDIA II sulla creazione di nuovi posti di lavoro nel settore dell'audiovisivo.
- (14) L'emergere di un mercato audiovisivo europeo richiede competenze professionali adeguate alle nuove dimensioni che questo mercato ha assunto, con particolare riferimento alla gestione economica, finanziaria e commerciale dell'audiovisivo e all'impiego delle nuove tecnologie nelle fasi della concezione, dello sviluppo, della produzione, della distribuzione, della commercializzazione e della trasmissione delle opere audiovisive.
- (15) È opportuno dotare gli operatori delle competenze necessarie a valorizzare la dimensione del mercato europeo e internazionale dei programmi audiovisivi e incoraggiarli a sviluppare progetti rispondenti alle esigenze di tale mercato.
- (16) Le pari opportunità sono un principio fondamentale della politica comunitaria che deve essere considerato nell'applicazione del presente programma.
- (17) La formazione iniziale degli operatori deve comprendere insegnamenti indispensabili in materia economica, giuridica e tecnica, la cui rapida evoluzione rende necessarie azioni di formazione permanente.
- (18) È opportuno incoraggiare la creazione di reti dei centri di formazione professionale in modo da facilitare gli scambi di conoscenze.
- (19) Il sostegno alla formazione professionale deve tener conto degli obiettivi strutturali quali lo sviluppo del potenziale per la creazione, la produzione, la commercializzazione e la distribuzione nei paesi o regioni con scarsa capacità di produzione audiovisiva e/o con un'area linguistica e geografica limitata.
- (20) In base ai principî di sussidiarietà e di proporzionalità enunciati all'articolo 5 del trattato, considerati gli obiettivi della presente decisione, riguardante l'attuazione di una politica di formazione professionale, che non possono essere realizzati dagli Stati membri, soprattutto per il carattere transnazionale delle collaborazioni da realizzare tra i centri di formazione, le azioni necessarie alla realizzazione di tali obiettivi devono essere attuate dalla Comunità le cui azioni e misure hanno dimensione transnazionale. La presente decisione si limita a quanto è necessario per conseguire tali scopi.
- (21) Le misure contemplate dal presente programma sono tutte finalizzate a un obiettivo di cooperazione transnazionale che apporti un valore aggiunto alle iniziative attuate negli Stati membri, in osservanza del suddetto principio di sussidiarietà.
- (22) I paesi associati dell'Europa centrale e orientale e gli Stati EFTA, membri dell'accordo SEE, nonché Cipro, Malta e la Turchia possono partecipare ai programmi comunitari, sulla base di stanziamenti supplementari e secondo le procedure da concordare con tali paesi. I paesi europei parti della convenzione del Consiglio d'Europa sulla televisione transfrontaliera appartengono allo spazio audiovisivo europeo e possono quindi, se lo desiderano, in funzione delle considerazioni di bilancio o di altre priorità della loro industria audiovisiva, partecipare al programma o

¹³ COM(1999) 167 def.

beneficiare di una formula di cooperazione limitata, sulla base di stanziamenti supplementari, secondo le procedure da concordare con le parti interessate.

- (23) L'apertura del programma ai paesi terzi europei potrà essere soggetta ad un esame preliminare della compatibilità della loro legislazione nazionale con l'“acquis” comunitario, in particolare con l'articolo 6, paragrafo 1, secondo comma della direttiva 89/552/CEE del Consiglio, del 3 ottobre 1989, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive¹⁴, modificata dalla direttiva 97/36/CE del Parlamento europeo e del Consiglio¹⁵.
- (24) La cooperazione nel settore della formazione professionale tra gli istituti europei di formazione e quelli esistenti nei paesi terzi, sulla base di interessi comuni, può permettere la creazione di un valore aggiunto per l'industria audiovisiva europea. La cooperazione sarà sviluppata sulla base di stanziamenti supplementari e secondo le condizioni da concordare con le parti interessate.
- (25) È necessario, per rafforzare il valore aggiunto dell'azione comunitaria, garantire, a tutti i livelli, la coerenza e la complementarità tra le azioni realizzate a norma della presente decisione e altri interventi comunitari. È auspicabile coordinare le attività previste dal programma con quelle svolte da organizzazioni internazionali come il Consiglio d'Europa.
- (26) La presente decisione fissa, per l'intera durata del programma, una dotazione finanziaria di massimo che costituisce il riferimento principale per l'autorità di bilancio nell'ambito della procedura di bilancio annuale, ai sensi del punto 1 della dichiarazione del Parlamento europeo, del Consiglio e della Commissione del 6 marzo 1995¹⁶.
- (27) Alla luce dell'articolo 2 della decisione 1999/468/CE del Consiglio, del 28 giugno 1999, recante modalità per l'esercizio delle competenze di esecuzione conferite alla Commissione¹⁷, è opportuno che le misure necessarie per l'applicazione della presente decisione siano adottate secondo la procedura consultiva di cui all'articolo 3 della stessa,

¹⁴ GUL 298 del 17.10.1989, pag. 23.

¹⁵ GUL 202 del 30.7.1997, pag. 60.

¹⁶ GUC 102 del 4.4.1996, pag. 4.

¹⁷ GUL 184 del 17.7.1999, pag. 23.

DECIDONO:

Articolo 1

A decorrere dal 1° gennaio 2001 e fino al 31 dicembre 2005, è istituito un programma di formazione professionale (in prosieguo: “il programma”). Tale programma intende attribuire agli operatori dell'industria audiovisiva le competenze necessarie affinché possano valersi pienamente della dimensione europea e internazionale del mercato e dell'utilizzazione delle nuove tecnologie.

Articolo 2

1. Il programma si prefigge gli obiettivi seguenti:

- a) rispondere alle esigenze dell'industria e favorirne la competitività migliorando la formazione professionale permanente degli operatori dell'audiovisivo con l'apporto delle conoscenze e competenze necessarie per tener conto del mercato europeo e degli altri mercati, in particolare nei settori:
 - dell'impiego delle nuove tecnologie, in particolare quelle digitali, per la produzione di programmi audiovisivi ad alto valore aggiunto commerciale ed artistico;
 - della gestione economica, finanziaria, commerciale, comprese le norme giuridiche e le tecniche di finanziamento della produzione e della distribuzione di programmi audiovisivi;
 - delle tecniche di scrittura di sceneggiature.

Un'attenzione particolare sarà rivolta alle opportunità di formazione a distanza e d'innovazione pedagogica offerte dallo sviluppo di tecnologie “on-line”.

Possono essere altresì sostenute certe iniziative di formazione iniziale nelle quali il settore industriale sia direttamente coinvolto, per esempio i “master”, nel caso in cui non sia disponibile nessun altro sostegno comunitario e nel caso si svolgano in ambiti che non rientrano in misure di sostegno a livello nazionale.

- b) Incoraggiare la cooperazione e gli scambi di “know how” attraverso la creazione di reti fra i soggetti che operano nel campo della formazione: gli istituti di formazione, il settore professionale e le imprese, e attraverso lo sviluppo della formazione dei formatori.

In particolare si dovrà incoraggiare la progressiva costituzione di reti tra le attività e gli istituti di formazione esistenti.

2. Per la realizzazione degli obiettivi definiti al paragrafo 1, lettere a) e b), si deve riservare una particolare attenzione alle specifiche esigenze dei paesi con scarsa capacità di produzione e/o con un'area linguistica e geografica limitata, nonché allo sviluppo di un settore di produzione e di distribuzione europeo indipendente, specialmente delle piccole e medie imprese.
3. Gli obiettivi di cui al paragrafo 1 sono realizzati secondo le modalità di cui all'allegato.

Articolo 3

Allo scopo di ottenere il massimo coordinamento, la Commissione prevede ad istituire una collaborazione tra le attività di formazione e i progetti di sviluppo sostenuti nel quadro del programma MEDIA Plus. In tale contesto, agli operatori partecipanti alle attività di formazione permanente sono trasmesse le informazioni relative ai meccanismi di sostegno offerti dal programma.

Articolo 4

1. I beneficiari di un sostegno comunitario che partecipano alla realizzazione delle azioni definite nell'allegato devono assicurare una parte sostanziale del finanziamento, pari almeno al 50 %, con riserva delle disposizioni specifiche di cui all'allegato stesso.
2. I beneficiari del sostegno comunitario devono assicurare che la maggioranza dei partecipanti non siano cittadini del paese in cui si svolge la formazione.
3. La Commissione si accerta che, per quanto possibile, almeno il 10% dei fondi disponibili annualmente, siano riservati ad attività nuove.
4. Il finanziamento comunitario è determinato in funzione dei costi e della natura di ciascuna delle azioni previste.
5. La dotazione finanziaria di massimo per l'esecuzione del programma, per il periodo di cui all'articolo 1, è di 50 milioni di euro.
6. Gli stanziamenti annuali sono autorizzati dall'autorità di bilancio nei limiti delle prospettive finanziarie.

Articolo 5

La Commissione è responsabile dell'attuazione del programma, in conformità alla procedura di cui all'articolo 6, paragrafo 2 e secondo le modalità previste nell'allegato.

Articolo 6

1. La Commissione è assistita da un comitato (Comitato MEDIA) composto di rappresentanti degli Stati membri e presieduto dal rappresentante della Commissione.
2. Quando sia fatto riferimento al presente articolo, si applica la procedura consultiva di cui all'articolo 3 della decisione 199/468/CE, salvo il disposto dell'articolo 7, paragrafo 3 e dell'articolo 8 della stessa.

Articolo 7

1. Il presente programma è aperto alla partecipazione dei paesi associati dell'Europa centrale e orientale, in base alle condizioni stabilite negli accordi di associazione o nei loro protocolli addizionali relativi alla partecipazione a programmi comunitari già conclusi o da concludere con tali paesi.
2. Il programma è aperto alla partecipazione di Cipro, di Malta, della Turchia e degli Stati EFTA membri dell'accordo SEE, sulla base di stanziamenti supplementari, secondo le procedure da concordare con tali paesi.
3. Il programma è aperto alla partecipazione dei paesi parti della Convenzione del Consiglio d'Europa sulla televisione transfrontaliera, oltre a quelli di cui ai paragrafi 1 e 2, sulla base di stanziamenti supplementari, secondo le condizioni da concordare con le parti interessate.
4. L'apertura del programma ai paesi terzi europei di cui ai paragrafi 1, 2 e 3 può essere subordinata ad un esame preliminare della compatibilità della loro legislazione nazionale con l'“acquis” comunitario, ivi compreso l'articolo 6, paragrafo 1, secondo comma della direttiva 89/552/CEE.
5. Il programma è altresì aperto alla cooperazione con altri paesi terzi sulla base di stanziamenti supplementari e modalità specifiche da concordare tra le parti interessate. I paesi terzi europei di cui al paragrafo 3 che non desiderino beneficiare di una piena partecipazione al programma possono beneficiare della cooperazione alle condizioni previste nel presente paragrafo.

Articolo 8

1. La Commissione assicura la valutazione a priori, il controllo dell'esecuzione e la valutazione a posteriori delle azioni previste dalla presente decisione.
2. I beneficiari selezionati presentano annualmente una relazione alla Commissione.
3. Al termine della realizzazione dei progetti, la Commissione valuta il modo in cui sono stati attuati e l'impatto della loro realizzazione, onde misurare se siano stati raggiunti gli obiettivi fissati all'origine.

4. Dopo due anni di attuazione del programma, la Commissione presenta al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale e al Comitato delle regioni un rapporto di valutazione sull'impatto e l'efficacia del programma in base ai risultati ottenuti, eventualmente corredato di proposte di adeguamento, anche di bilancio.
5. Al termine dell'esecuzione del programma, la Commissione presenta al Parlamento europeo, al Consiglio, al Comitato economico e sociale e al Comitato delle regioni una relazione sull'attuazione e sui risultati del programma.

Articolo 9

La presente decisione entra in vigore il 1° gennaio 2001.

Fatto a Bruxelles, il

Per il Parlamento europeo

La Presidente

Per il Consiglio

Il Presidente

ALLEGATO

1. AZIONI DA REALIZZARE

Il programma, sostenendo e completando le azioni degli Stati membri, mira a consentire agli operatori del settore di adeguarsi alla dimensione del mercato dell'audiovisivo, soprattutto europeo, promuovendo la formazione professionale nel settore della gestione economica e commerciale, comprese le norme giuridiche, la distribuzione e il marketing, nonché in quello delle nuove tecnologie (compresa la salvaguardia e la valorizzazione del patrimonio filmico e audiovisivo europeo) e le tecniche di scrittura di sceneggiature.

1.1. Formazione nelle nuove tecnologie

Questa formazione intende sviluppare negli operatori del settore la capacità di utilizzare tecniche avanzate di creazione audiovisiva, in particolare nell'area dell'animazione, dell'infografica, delle applicazioni multimediali e dell'interattività.

Le azioni proposte hanno gli obiettivi indicati in appresso:

- promuovere l'elaborazione e l'aggiornamento di moduli di formazione nelle nuove tecnologie audiovisive, a complemento delle azioni degli Stati membri;
- mettere in rete le azioni di formazione, facilitare gli scambi di formatori e di operatori del settore concedendo borse di studio, organizzando tirocini in imprese operanti in altri Stati membri, contribuendo alla formazione dei formatori e in particolare all'insegnamento a distanza, favorendo gli scambi e le partecipazioni con i paesi e le regioni con scarsa capacità di produzione e/o con un'area linguistica o geografica limitata.

1.2. Formazione nella gestione economica, finanziaria e commerciale

Questa formazione intende sviluppare la capacità degli operatori di cogliere e valorizzare la dimensione europea nei settori dello sviluppo, della produzione, del marketing e della distribuzione/diffusione dei programmi audiovisivi.

Le azioni proposte si prefiggono gli obiettivi seguenti:

- promuovere l'elaborazione e l'aggiornamento di moduli di formazione in materia di gestione, a complemento delle azioni degli Stati membri e sottolineando la dimensione europea,
- mettere in rete le azioni di formazione, facilitare gli scambi di operatori del settore concedendo borse di studio, organizzando tirocini in imprese operanti in altri Stati membri, contribuendo alla formazione dei formatori e in particolare all'insegnamento a distanza, favorendo gli scambi e le partecipazioni con i paesi e le regioni con scarsa capacità di produzione e/o con un'area linguistica e geografica limitata.

1.3. Tecniche di scrittura di sceneggiature

Questa formazione intende migliorare la capacità di sceneggiatori esperti di sviluppare tecniche di scrittura basate su metodi tradizionali e, al tempo stesso, interattivi.

Le azioni proposte si prefiggono gli obiettivi seguenti:

- promuovere l'elaborazione e l'aggiornamento di moduli di formazione che vertano sull'individuazione del pubblico obiettivo; la redazione e lo sviluppo di sceneggiature per un pubblico internazionale; i rapporti tra lo sceneggiatore, il direttore della scrittura, il produttore e il distributore;
- favorire gli scambi e le compartecipazioni con i paesi e le regioni con scarsa capacità di produzione e/o con un'area linguistica e geografica limitata.

1.4. Reti di attività di formazione

L'obiettivo è incoraggiare le istituzioni e/o le attività esistenti nel settore della formazione ad intensificare il coordinamento delle loro attività in modo da realizzare reti europee.

1.5. Attività di formazione iniziale

Possono usufruire del sostegno nell'ambito di questo programma certe attività di formazione iniziale che non possono essere sostenute con nessun altro contributo finanziario comunitario o nazionale. Tali attività, in particolare, possono essere “master” che abbiano un legame con l'industria sotto forma di partecipazione e/o tirocini.

2. PROCEDURA DI ATTUAZIONE

2.1. Metodologia

Per la realizzazione del programma, la Commissione opererà in stretta collaborazione con gli Stati membri. Essa consulterà altresì i partner interessati. Garantirà che la partecipazione degli operatori del settore rispecchi in modo equilibrato la diversità culturale europea.

Incoraggerà la collaborazione degli istituti di formazione, del settore professionale e delle imprese con gli ideatori di moduli fin dalla fase di elaborazione.

Faciliterà l'accoglienza dei tirocinanti, in particolare di quelli provenienti da paesi e regioni con scarsa capacità di produzione e/o con un'area linguistica o geografica limitata.

2.2. Contributo comunitario

Il finanziamento comunitario dei costi totali di formazione si iscrive nel quadro di un finanziamento comune con partner pubblici e/o privati, in generale nel limite del 50%. Tale proporzione potrà essere aumentata al 60% per le azioni di formazione svolte in paesi o regioni con scarsa capacità di produzione audiovisiva e/o con un'area linguistica o geografica limitata.

La procedura di cui all'articolo 6, paragrafo 2 si applica per determinare la destinazione dei finanziamenti a ciascun tipo di azioni di cui al punto 1.

In conformità alle norme di finanziamento comunitario e in applicazione della procedura di cui all'articolo 6, paragrafo 2 la Commissione stabilisce un insieme di regole per fissare il tetto d'intervento per ogni attività di formazione continua e per ogni operatore formato.

Gli ideatori di moduli e i centri di formazione che li integrano verranno scelti mediante inviti a presentare proposte.

La Commissione garantisce, nei limiti del possibile, che almeno il 10% dei fondi annuali disponibili, sia destinato a nuove attività.

2.3. Applicazione

2.3.1 La Commissione attua il programma. A tal fine essa può ricorrere alla collaborazione di consulenti e di uffici di assistenza tecnica che saranno scelti mediante gare d'appalto, sulla base della loro esperienza nel settore. L'assistenza tecnica sarà finanziata dal bilancio del programma. La Commissione potrà altresì concludere delle partecipazioni seguendo la procedura di cui all'articolo 6, paragrafo 2 su operazioni ad hoc con organismi specializzati come Eureka Audiovisivi, per attuare azioni congiunte conformi agli obiettivi del programma nel campo della formazione.

La Commissione provvede alla selezione definitiva dei beneficiari di finanziamenti del programma in base a quanto dispone l'articolo 5.

Per la realizzazione del programma, soprattutto per la valutazione dei progetti che beneficiano di finanziamenti del programma e per le azioni di messa in rete, la Commissione farà in modo di disporre delle competenze di esperti riconosciuti del settore audiovisivo nel campo della formazione professionale, dello sviluppo, della produzione e della promozione

2.3.2 La Commissione organizza con azioni appropriate la comunicazione delle informazioni sulle possibilità offerte dal programma e provvede alla sua promozione.

In particolare, la Commissione e gli Stati membri adottano le disposizioni necessarie, per la prosecuzione delle attività dei MEDIA-desk e delle Antenne MEDIA e provvedendo al rafforzamento delle loro competenze professionali, per:

- assicurare l'informazione e la promozione del programma;
- incoraggiare la massima partecipazione di operatori del settore alle azioni del programma;
- assistere gli operatori nella presentazione di progetti che partecipano agli inviti a presentare proposte;
- favorire la cooperazione transfrontaliera tra operatori;
- assicurare un contatto permanente con i vari organismi di sostegno degli Stati membri, ai fini della complementarità delle azioni del presente programma con le misure nazionali di sostegno.

SCHEDA FINANZIARIA

1. DENOMINAZIONE DELL'AZIONE

programma di formazione per gli operatori dell'industria europea dei programmi audiovisivi (Media II - Formazione) (2001 – 2005)

2. LINEA(E) DI BILANCIO

B 3 2010

3. BASE GIURIDICA

Articolo 150 CE del trattato che costituisce la Comunità europea

4. DESCRIZIONE DELL'AZIONE

4.1 Obiettivo generale dell'azione

Lo sviluppo delle tecnologie digitali comportano una rapida crescita dell'offerta di programmi audiovisivi. Questo rapido sviluppo dell'industria dei contenuti, tuttavia, non potrà trasformarsi in occupazione se gli operatori del settore non avranno la qualificazione professionale adeguata ai bisogni del mercato. Parimenti, i meccanismi di sostegno all'industria audiovisiva non potranno essere pienamente efficaci se non poggeranno su competenze all'altezza delle nuove sfide.

La formazione professionale al giorno d'oggi supera le strutture scolastiche e accademiche tradizionali. La rapida modificazione del mondo economico e tecnologico rende necessario il rafforzamento della formazione continua in ogni fase della vita professionale.

L'importanza della politica nell'ambito della formazione dell'Unione europea è stata riconosciuta tra gli obiettivi del trattato (articolo 150).

4.2 Periodo previsto per l'azione e modalità di rinnovo o proroga.

Il programma MEDIA Plus Formazione dura dal 1° gennaio 2001 al 31 dicembre 2005. Il suo eventuale rinnovo sarà soggetto alla procedura decisionale in base alle disposizioni del trattato.

5. CLASSIFICAZIONE DELLE SPESE/ENTRATE

5.1 SNO

5.2 SD

5.3 Tipi di entrate previste: nessuna

6. NATURA DELLE SPESE/ENTRATE

- Sovvenzione nel quadro di un cofinanziamento con altre fonti del settore pubblico o privato.
- Non sono previsti rimborsi o spese complementari.

La Comunità erogherà un contributo finanziario per le attività di formazione per una quota pari al 50% (60% per azioni di formazione che si svolgono in paesi con minore capacità produttiva nel settore audiovisivo e/o in zone geografiche o linguistiche limitate) del costo reale dei progetti e a concorrenza massima di un milione di euro all'anno per centro di formazione. Il contributo finanziario sarà concesso in base a contratti di durata non superiore ai tre anni.

7. INCIDENZA FINANZIARIA

7.1 Metodo di calcolo del costo totale dell'azione

Gli importi sono stati stabiliti in base a due fonti d'informazione:

- (1) I dati disponibili nel quadro dell'attuazione del programma MEDIA II (basi di dati quantificati per settore di attività e per linea d'azione). Tali cifre si basano sui fascicoli inviati dai partecipanti (che rappresentano almeno il 50% degli operatori del settore).
- (2) I dati ricavati dai seguenti documenti: Atti delle conferenze dell'audiovisivo (Conferenza europea dell'audiovisivo di Birmingham, Forum sulla politica audiovisiva di Helsinki), Relazione del Gruppo di Alto Livello sulla Politica audiovisiva (Gruppo Oreja), Relazione sulla valutazione intermedia del programma MEDIA II (BIPE), Documenti della Commissione (Libro Verde sulla convergenza, Comunicazione sulle prossime tappe della politica audiovisiva), ecc. Questi documenti, che contengono analisi di tipo macro economico, forniscono i dati economici relativi ai bisogni dell'industria audiovisiva europea.

Per attuare il programma nell'arco dei 5 anni complessivi previsti e poter finanziare i progetti di durata di due o tre anni, la spesa necessaria per il primo e il quarto anno è più elevata. Le spese previste per i restanti tre anni permetteranno di finanziare progetti di più breve durata.

La parte di bilancio dedicata alle parti “gestione”, “nuove tecnologie” e “tecniche di scrittura di sceneggiature” dipenderà per ogni elemento dal costo dell'azione e dalle proposte ricevute in seguito agli inviti a presentare proposte. Gli importi indicati

nella presente scheda finanziaria si riferiscono al totale dei costi d'intervento della Comunità, cioè al massimo il 60% del costo reale dell'operazione.

7.2 Ripartizione per elementi del costo dell'azione

SI in milioni di euro (valori a prezzi correnti)

Ripartizione	2001	2002	2003	2004	2005	Totale
<i>N. di inviti a presentare proposte previsto</i>	1	1	1	1	1	5
	90	40	55	65	40	290
N. di domande di finanziamento previsto	30	12	15	17	12	86
N. di domande accettate (previsione)						
Totale	14,3	7,3	9,3	8,8	6,8	46,5

Al fine di poter sostenere iniziative di formazione della durata di due o tre anni, per gli anni 2001 e 2004 sono stati stanziati importi maggiori rispetto agli altri anni in cui verranno selezionati progetti di durata inferiore.

Azioni rispetto al settore

SI in milioni di euro (valori a prezzi correnti)

Ripartizione	2001	2002	2003	2004	2005	Totale
– Studi	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,35
– Riunioni di esperti ¹	0,03	0,03	0,03	0,03	0,03	0,15
– Informazioni e pubblicazioni	0,10	0,10	0,10	0,10	0,10	0,50
Totale	0,20	0,20	0,20	0,20	0,20	1,00

¹ Spese che soddisfano i criteri previsti nella Comunicazione della Commissione del 22 aprile 1992 (SEC(1992) 769). Le riunioni di esperti sono convocate dalla Commissione per la consulenza nella selezione dei progetti ad ogni invito a presentare proposte.

7.3 Spese operative per assistenza tecnica incluse nella parte B del bilancio

SI in milioni di euro (valori a prezzi correnti)

	2001	2002	2003	2004	2005	Totale
– Ufficio di assistenza tecnica ²	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	2,50
Totale	0,50	0,50	0,50	0,50	0,50	2,50

La Commissione prevede di far ricorso ad un'assistenza tecnica e/o amministrativa esterna per effettuare una selezione tra le proposte e per essere coadiuvata nel controllo dei fascicoli. Nel quadro del programma MEDIA I e MEDIA II, la Commissione è stata assistita da Uffici di assistenza tecnica che possedevano esperienza nel settore oggetto del programma. La forma di assistenza tecnica e/o amministrativa esterna utilizzata per l'attuazione del presente programma sarà determinata in base agli orientamenti in materia definiti dalla Commissione. Se per l'attuazione del presente programma si dovesse ricorrere alla formula degli Uffici di assistenza tecnica, il Collegio ne sarà debitamente informato secondo il Vademecum relativo agli uffici di assistenza tecnica.

7.4 Scadenario degli stanziamenti di impegno / stanziamenti di pagamento

SI in milioni di euro

	2001	2002	2003	2004	2005	Totale
Stanziamenti d'impegno	15,00	8,00	10,00	9,50	7,50	50,0
Stanziamenti di pagamento						
2001	7,50	-	-	-	-	7,50
2002	5,50	3,60	-	-	-	9,10
2003	2,00	3,00	4,50	-	-	9,50
2004	-	1,40	3,50	4,20	-	9,10
2005	-	-	2,00	3,50	3,50	9,00
2006	-	-	-	1,80	2,50	4,30
2007	-	-	-	-	1,50	1,50
Totale	15,00	8,00	10,00	9,50	7,50	50,0

² L'ufficio di assistenza tecnica fornirà alla Commissione assistenza tecnica e amministrativa per l'istruzione dei progetti presentati e il controllo della realizzazione di quelli selezionati. L'utilizzazione dell'ufficio di assistenza tecnica non comporta alcuna delega di poteri pubblici da parte della Commissione la quale conserva integralmente il proprio potere decisionale.

8. DISPOSIZIONI ANTIFRODE PREVISTE

La selezione dei beneficiari del programma avviene secondo la procedura di invito a presentare proposte, pubblicata più volte all'anno sulla Gazzetta ufficiale delle Comunità europee. Il contributo comunitario viene accordato in seguito ad un'attenta valutazione della domanda da parte della Commissione che ne giudica la conformità alle Decisioni del Consiglio e alle condizioni esposte nel bando.

Le domande per il contributo comunitario devono comprendere:

- un piano finanziario che enumera tutte le componenti del finanziamento dei progetti, ivi compreso il sostegno finanziario chiesto alla Commissione;
- un calendario provvisorio dei lavori;
- qualunque altra informazione utile, richiesta dalla Commissione nel capitolato d'onori dell'invito a presentare proposte.

Nella scelta delle proposte, la Commissione è coadiuvata da esperti dei settori oggetto del programma. Prima che la Commissione europea prenda la decisione finale, i progetti ritenuti eleggibili sono sottoposti agli esperti indipendenti e sono quindi comunicati al Comitato MEDIA, composto dai rappresentanti degli Stati che partecipano al programma. Oltre certi limiti precisati nelle decisioni che istituiscono il programma, i progetti sono sottoposti al parere del Comitato.

Il pagamento dei contributi finanziari è soggetto alla presentazione di stati giustificativi dettagliati precedenti il versamento e di relazioni sull'attività. Esso, inoltre, dipende da controlli in situ (audit) e da un monitoraggio centrale.

I vari organismi (Corte dei Conti, Controllo Finanziario e Ordinatore) eseguono controlli presso gli organi di gestione delle azioni condotte e presso i beneficiari.

9. ELEMENTI D'ANALISI COSTO-EFFICACIA

9.1 Obiettivi specifici e quantificabili; beneficiari

L'obiettivo principale è rappresentato dal rafforzamento delle competenze degli operatori europei dell'industria audiovisiva, mediante una maggior conoscenza degli strumenti di gestione, una maggior considerazione del mercato globale e della dimensione europea delle varie attività e, infine, mediante una formazione specifica nell'utilizzo delle nuove tecnologie. Il risultato atteso è una maggiore competitività delle imprese europee del settore dell'audiovisivo.

In particolare, le azioni MEDIA intendono porre rimedio a:

- la carenza di formazione commerciale e giuridica dei manager e alla carenza di considerazione di mercati che da tempo caratterizzano una parte del tessuto industriale europeo;
- l'insufficienza di considerazione della dimensione europea nello sviluppo dei progetti e delle imprese;

- la frammentazione delle imprese che non permette di produrre bilanci sufficienti per azioni di formazione;
- la formazione insufficiente rispetto alle nuove tecnologie digitali.

Beneficiari:

I beneficiari delle azioni intraprese sono varie categorie: operatori, formatori e imprese. Le azioni proposte riguardano la gestione, la scrittura di sceneggiature e le nuove tecnologie. Le azioni condotte dovranno trasformarsi, a livello del mercato europeo, in posti di lavoro altamente qualificati, mantenimento di un tessuto imprenditoriale efficiente a livello europeo e nella sistematizzazione di una dimensione europea nei programmi di formazione iniziale.

9.2 Giustificazione dell'azione

Necessità dell'intervento finanziario comunitario, in particolare con riguardo al principio della sussidiarietà:

Il programma di sostegno proposto rientra nella politica audiovisiva seguita dall'Unione europea.

Esso opera secondo il principio di sussidiarietà in modo complementare rispetto alle iniziative esistenti a livello nazionale. Risponde agli obiettivi espressi nel trattato, in particolare nell'articolo 150 poiché è volto a:

- facilitare l'adattamento ai mutamenti industriali;
- migliorare la formazione professionale iniziale e la formazione continua;
- stimolare la cooperazione in materia di formazione fra centri di insegnamento o di formazione professionale e imprese.
- Scelta delle modalità di intervento

I contributi comunitari erogati sotto forma di sovvenzioni limitate al massimale del 50% (60% per azioni di formazione svolte in paesi o regioni con minore capacità produttiva nel settore audiovisivo e/o delle zone geografiche o linguistiche limitate) delle azioni condotte, sono volti ad incentivare i partner nazionali/regionali spingendoli a concludere le formazioni in corso.

La Relazione della Commissione sui risultati ottenuti nel quadro del programma MEDIA II nel periodo 1° gennaio 1996 – 30 giugno 1998 sottolinea che le azioni di formazione condotte nel quadro del programma MEDIA “rispondono al bisogno reale dell'industria audiovisiva europea, sia per il loro contenuto sia per il loro carattere internazionale (...). Esse hanno infine permesso di tessere una vera e propria rete di operatori europei che facilita le coproduzioni e le vendite che in alcuni casi sfociano in compartecipazioni durature”.

9.3 Controllo e valutazione dell'azione

Indicatori di esecuzione:

Formazione iniziale:

- Numero di partecipanti ai corsi;
- Numero di partecipanti non nazionali;
- Numero di organismi di formazione coinvolti nella rete (per progetto di formazione).

Formazione continua:

- Numero di partecipanti ai corsi;
- Numero di partecipanti non nazionali;;
- Numero di progetti in sviluppo trattati durante la formazione;
- Numero di progetti sviluppati dopo la formazione (e che erano in corso durante la formazione);
- Numero di corsi itineranti.

Durante l'attuazione del programma la Commissione segue gli indicatori più pertinenti. Per quanto concerne i contratti conclusi con la Commissione, i beneficiari di un sostegno finanziario sono tenuti a fornire le informazioni necessarie per la valutazione continua, intermedia e a posteriori.

Modalità e periodicità della valutazione prevista:

La Commissione stenderà due relazioni di valutazione del programma.

Relazione intermedia: la prima relazione sarà stesa dopo due anni dall'attuazione del programma. Questa relazione è volta a dare una prima valutazione dei risultati intermedi ottenuti, allo scopo di apportare eventuali modifiche e gli adeguamenti necessari per la seconda parte del programma. A tal fine, la Commissione potrà ricorrere a consulenti esterni che saranno scelti in base alla loro esperienza nel settore, con la procedura della gara d'appalto. La relazione della Commissione sarà presentata al Parlamento europeo, al Consiglio e al Comitato economico e sociale.

Relazione finale: la seconda relazione sarà stesa alla scadenza dei cinque anni di esecuzione del programma. Questa relazione è volta a valutare i risultati comparati dei sistemi di sostegno rispetto agli obiettivi del programma. Come per la relazione intermedia, la Commissione potrà ricorrere alla collaborazione di consulenti esterni. La relazione della Commissione sarà presentata al Parlamento europeo, al Consiglio e al Comitato economico e sociale

In oltre sulla base dell'esperienza acquisita nel quadro del programma MEDIA II, la Commissione prevede di continuare gli audit presso i beneficiari (circa 30 all'anno)

per verificare la buona utilizzazione dei fondi comunitari. I risultati degli audit saranno oggetto di una relazione scritta.

Valutazione dei risultati ottenuti:

Le informazioni che permettono di misurare l'esecuzione, i risultati e gli effetti del programma provverranno dalle fonti seguenti:

- dati statistici elaborati sulla base delle informazioni contenute nei fascicoli di candidatura e nei controlli dei contratti con i beneficiari;
- relazione degli audit su un campione di beneficiari del programma (30 all'anno);
- colloqui con i MEDIA Desk e le Antenne e nei mercati nazionali;
- colloqui con esperti e organismi istituzionali (associazioni professionali nazionali e internazionali);
- colloqui con operatori del settore audiovisivo e con gli organismi di formazione specializzati.

10. SPESE AMMINISTRATIVE (SEZIONE III, PARTE A DEL BILANCIO)

Questa parte deve essere trasmessa contemporaneamente alla DG BUDG e alla DG ADM la quale la ritrasmetterà alla DG BUDG con il proprio parere.

La mobilitazione effettiva delle risorse amministrative necessarie dipenderà dalla decisione annuale della Commissione in materia di stanziamento delle risorse, che terrà conto del personale e degli importi supplementari autorizzati dall'autorità di bilancio.

10.1 Incidenza sull'organico

Tipo di occupazione		Organico da assegnare alla gestione dell'azione		di cui		durata
		Posti permanenti	Posti temporanei	utilizzo delle risorse esistenti nella DG o nel servizio in questione	ricorso a risorse supplementari	
Funzionari o agenti temporanei	A B C	1A; 1B; 1C		1A	1B; 1C	2001-2005
Altre risorse						
Totale		1A; 1B; 1C		1A	1B; 1C	5 anni

Le risorse amministrative necessarie potranno essere mobilitate nel quadro della decisione annuale della Commissione relativa all'assegnazione delle risorse, considerando in particolare le risorse supplementari autorizzate dall'autorità di bilancio.

Di conseguenza la DG EAC dovrà tener conto del rischio che, dopo l'approvazione della presente proposta legislativa, l'autorità di bilancio non conceda alla Commissione le risorse supplementari necessarie. In tal caso, e se non è possibile alcuna redistribuzione da altri servizi della Commissione, la DG EAC dovrà provvedere ai bisogni supplementari di risorse umane esclusivamente tramite una redistribuzione interna.

10.2 Incidenza finanziaria globale delle risorse umane supplementari

Per anno in euro

	Importo	Metodo di calcolo
Funzionari	1 620 000	3 persone/anno x 108 000 x 5 anni = 1 620 000. Titoli A1, A2, A4, A5 e A7.
Agenti temporanei	-	
Altre risorse (Linea A 0 7002)	-	
Totale	1 620 000	

Gli importi rappresentano il costo totale dei posti supplementari per la durata totale dell'azione, se questa è a durata determinata, e per 12 mesi se la durata è indeterminata.

10.3 Aumento delle altre spese di funzionamento inerenti all'azione, in particolare spese per riunioni di comitati e gruppi di esperti

(euro)

Linea di bilancio (N. e denominazione)	Importo	Metodo di calcolo
A-7031 Comitati obbligatori	407 000	COMITATO MEDIA: 30 esperti nazionali (2 esperti per delegazione 650 euro per esperto) + 2 esperti per l'Islanda (900 euro per esperto – base di calcolo: spese di missione Commissione 1998) + 2 esperti per la Norvegia (650 per esperto – base di calcolo: spese di missione Commissione 1998). Totale per riunione del comitato: 22 600. Il Comitato si riunisce una volta al mese x 5 anni = 1 356 000. Percentuale di stanziamento per la Decisione MEDIA Formazione del funzionamento del Comitato MEDIA: 30%.
Totale	407 000	

Le spese riferite ai titoli A-7 presenti nei punti 10 saranno coperte dai crediti del pacchetto globale corrispondente alla DG EAC.

MOTIVAZIONI

Programma di incoraggiamento allo sviluppo, alla distribuzione ed alla promozione delle opere audiovisive europee

1. Introduzione

Lo sviluppo dei sistemi di diffusione, in particolare quelli legati alle tecnologie digitali, lancia una nuova sfida al settore della produzione e della distribuzione di programmi audiovisivi europei, modificando progressivamente l'economia del settore. La quota delle entrate realizzate dai servizi della televisione a pagamento e "pay-per-view" fra il 1988 ed il 1998 è aumentata più del 200%, anche se la quota delle entrate realizzate con la diffusione "tradizionale" (cinema, video, TV) rappresenta sempre l'87% delle entrate globali realizzate dal settore audiovisivo.

Si deve sottolineare tuttavia il fatto che lo sviluppo dei canali televisivi digitali non ha ancora comportato una sostituzione significativa con gli altri sistemi di diffusione audiovisiva. In effetti nei settori del cinema e del video è stato perfino osservato il fenomeno inverso (in particolare per quanto riguarda la vendita). Così la frequenza delle sale cinematografiche fra il 1988 ed il 1998 è aumentata del 38% circa, di cui quasi il 7% fra il 1997 e il 1998. Nello stesso periodo il mercato del video ha segnalato un aumento del 34% a partire dal 1992, di cui il 10% fra il 1997 ed il 1998.

Il moltiplicarsi ed il diversificarsi dei sistemi di diffusione comportano un incremento considerevole della domanda di programmi audiovisivi, aumentando in tal modo il potenziale commerciale di ogni opera considerata isolatamente. Tuttavia la frammentazione del pubblico di ogni canale riduce le capacità relative di finanziamento. Non solo, in un contesto di maggiore concorrenza, per catturare l'attenzione degli spettatori/consumatori/acquirenti, le risorse dei nuovi canali si concentrano soprattutto sull'acquisto di prodotti attraenti, ma di breve durata in fatto di utilizzazione, quali gli eventi sportivi, i giochi e i programmi di intrattenimento, rendendo più difficile il montaggio finanziario di opere creative, ossia i film, le fiction, i documentari creativi e l'animazione. Queste opere, però, rivestono un'importanza strategica, data la loro possibilità di diffusioni diversificate sul lungo periodo. Ed è appunto basandosi su queste opere, chiamate "di stock" che si può sviluppare un'economia di commercializzazione e di utilizzazione a medio e lungo termine.

Il settore audiovisivo si evolve da una economia a breve termine, centrata sui mercati nazionali, ad una economia a medio e lungo termine imperniata sui mercati internazionali.

L'industria europea dei programmi deve poter cogliere le opportunità offerte dallo sviluppo dei canali e dei sistemi di utilizzazione digitale considerando, nella totalità della sua strategia, la dimensione internazionale del mercato. Sussiste, infatti, il grande rischio che l'egemonia, nel mercato europeo, dei programmi importati, soprattutto quelli americani, possa estendersi ed amplificarsi ai nuovi sistemi di diffusione.

Data tale situazione è essenziale permettere agli operatori di adottare una strategia di sviluppo internazionale in tutta la catena produzione – distribuzione. La Comunità interverrà, nel rispetto del principio di sussidiarietà, solo se e nei limiti in cui gli obiettivi dell'azione prevista non possano essere realizzati in modo soddisfacente dagli Stati membri e possano, invece, per le dimensioni o gli effetti dell'azione considerata, essere meglio realizzati a livello comunitario. Considerando i risultati delle consultazioni condotte a partire dal 1997, in particolare le conclusioni della conferenza di Birmingham, le modalità d'azione fissate per

l'intervento della Comunità (sviluppo, distribuzione, promozione) consistono nel sostenere ed integrare l'azione degli Stati membri che si dedicano particolarmente al sostegno alla produzione.

2. Costatazione

2.1 L'insufficienza degli investimenti in fase di sviluppo

Lo sviluppo di un'opera audiovisiva rappresenta una fase chiave, determinante ai fini della decisione di produrre o meno un'opera. Esso comprende tre elementi essenziali: il concepimento dell'opera (e in particolare la scrittura della sceneggiature) la ricerca dei partner (industriali, tecnici, artistici e finanziari) e l'elaborazione del piano di commercializzazione (marketing).

La fase di sviluppo consiste nel precisare il progetto per valutare meglio:

- La fattibilità della produzione;
- Il potenziale commerciale del prodotto;
- Il costo e il profitto dell'investimento

In Europa troppi sono i progetti che entrano in produzione dopo una fase di sviluppo insufficiente cioè senza aver beneficiato di un sufficiente investimento in fase di sviluppo. Questo ostacola il loro accesso sul mercato e la loro validità economica. L'investimento medio dell'industria europea nello sviluppo dei progetti, rappresenta meno del 5% degli investimenti in produzione, contro il 10% degli Stati Uniti.

Questo sotto-investimento a monte genera, in fase di produzione, uno scarso interesse dei potenziali distributori e diffusori delle opere, una carenza di investimenti nella sua produzione e distribuzione ed un rendimento ridotto: questo circolo vizioso, accentuato dalla sotto capitalizzazione delle società, alimenta la mediocrità nella strategia industriale di sviluppo delle società.

Per i produttori diventa essenziale tener presente una chiara strategia di commercializzazione e di distribuzione nel maggior numero di territori e sul più alto numero di supporti possibile, fin dall'inizio dello sviluppo. Inoltre questa strategia deve essere supportata da sforzi importanti nella distribuzione e nella promozione, per poter conferire alle opere una forte visibilità sul mercato, che possa generare il loro massimo utilizzo ed elevati livelli di entrate.

2.2 Ostacoli alla distribuzione transnazionale delle opere

Attualmente la maggior parte dei mercati europei è caratterizzata da una doppia "bipolarizzazione":

- La programmazione televisiva comporta essenzialmente opere di origine nazionale o americana; di norma prevalgono le opere di origine nazionale. Fra le importazioni di opere fiction, quelle americane rappresentano il 74% del volume dei programmi importati, contro il 14% delle opere originarie di altri paesi europei.
- Il cinema è dominato, a diversi gradi (dal 60 al 95%), dalle opere di origine americana, mentre le quote di mercato residue sono occupate principalmente da film di origine nazionale. Delle 550 pellicole cinematografiche, prodotte ogni anno in Europa, solo il

20% è oggetto di una distribuzione all'esterno del paese principale di produzione, uguale appena al 7% del mercato.

Le consultazioni, condotte in tal senso a partire dal 1997 nel quadro del processo d'esame della politica audiovisiva europea, sottolineano all'unanimità che il tallone di Achille dell'Europa si colloca nella scarsa circolazione di film e programmi audiovisivi diversi da quelli nazionali, ostacolando in tal modo il rendimento di queste opere e la generazione di redditi che possano essere reinvestiti nella produzione di nuove opere.

Questa situazione può essere spiegata da vari fattori. In primo luogo la chiusura tradizionale del mercato europeo attorno ai mercati nazionali / linguistici. In effetti la distribuzione delle opere nazionali ed europee avviene tramite numerose società operanti a livello solamente nazionale, su un mercato spesso limitato. D'altra parte queste società sono sotto capitalizzate e difficilmente sono in grado di far fronte all'aumento costante degli investimenti necessari per la promozione e la pubblicità delle opere che essi distribuiscono. Infine, poche di queste società dispongono della capacità di investire a monte della distribuzione, sotto forma di preacquisto di diritti di distribuzione / diffusione, e, così, di partecipare attivamente, al finanziamento di produzioni che abbiano un potenziale commerciale rilevante.

Gli accordi di cooperazione e le strategie di distribuzione, coordinate a livello europeo, sono ancora rari. Essi, tuttavia, costituiscono una necessità per fronteggiare la concorrenza di operatori meglio strutturati (major companies) e l'internazionalizzazione crescente dei sistemi di diffusione di tipo "transnazionale" come i video DVD e i canali televisivi internazionali. Questo adattamento necessario deve tuttavia tener conto del ruolo fondamentale dei contenuti audiovisivi in termini culturali e sociali. Questi contenuti devono essere accessibili a tutti i cittadini, nel rispetto delle diversità culturali e linguistiche, che costituiscono la ricchezza dello spazio europeo.

2.3 Assenza di una immagine europea

La frammentazione del settore della produzione e della distribuzione in un gran numero di piccole società, spesso sotto capitalizzate e operanti principalmente a livello nazionale, si traduce anche nella difficoltà di accesso, di queste società, alle principali manifestazioni commerciali internazionali del settore (in Europa e all'esterno dell'Europa), dati i costi elevati di partecipazione a questi mercati. Negli Stati membri esistono pure iniziative o associazioni professionali, che, in occasione di questi mercati, svolgono azioni di sostegno logistico o promozionali nei confronti delle opere nazionali. La visibilità e l'effetto di queste azioni dovrebbero tuttavia essere rafforzati da una migliore cooperazione, in grado di permettere la valorizzazione delle opere nel loro insieme.

3. Linee direttive di un'azione europea

3.1 Principi generali

L'esperienza acquisita nel quadro dei programmi MEDIA I e MEDIA II, come pure le valutazioni effettuate sulla base dei risultati conseguiti con questi programmi, hanno permesso di derivare dei principi generali, atti a regolare l'attuazione di meccanismi di sostegno finanziario a livello europeo:

- Rafforzamento dei meccanismi di sostegno più orientati agli aiuti alle strutture, in funzione degli impegni degli operatori su obiettivi a medio termine;

- Creazione di nuovi meccanismi complementari che favoriscano lo sviluppo di progetti che utilizzino le tecnologie digitali allo stadio della produzione o della diffusione;
- metodologia integrata che consideri, per mezzo di meccanismi di “discriminazione positiva”, gli svantaggi strutturali dei paesi con scarsa capacità produttiva e con un'area linguistica e geografica limitata.

Nelle modalità di intervento l'accento è messo sui meccanismi di intervento diretto sul mercato e sui meccanismi di sostegno in linea con esso:

1. Il sostegno ai progetti avviene principalmente sulla base di meccanismi d'incentivazione finanziaria che privilegiano la corresponsabilità finanziaria del settore professionale (anticipi rimborsabili in modo condizionato);
2. Rafforzamento del sostegno destinato alle società, volto a consolidare la loro strategia a medio e lungo termine: sostegni automatici o basati sulla prestazione delle società sul mercato, sostegno alle imprese o sostegno ai pacchetti di progetti (slate-funding).

3.2 Nel settore dello sviluppo

Tenendo conto delle caratteristiche e delle necessità del mercato, conviene incentivare il rafforzamento dei mezzi investiti dall'industria nella fase di sviluppo dei contenuti audiovisivi, favorendo quei progetti, orientati al mercato europeo ed internazionale, che presentano le migliori possibilità di successo commerciale.

Inoltre è opportuno incentivare le società di produzione maggiormente dinamiche a attuare strategie a medio termine per lo sviluppo delle loro produzioni.

Deve essere accordata un'attenzione del tutto particolare a quei progetti di produzione che si rivolgono alle nuove tecnologie creative, ma che tengono in considerazione anche tutte i sistemi di diffusione in cui l'opera potrebbe essere utilizzata, sin dalla fase di sviluppo

I meccanismi attuati dovranno riguardare tutti i generi delle opere di creazione audiovisiva: fiction, film, documentari, animazione, prodotti interattivi (“on-line”, off-line, ibridi).

Azioni prioritarie:

I tipi di azione considerati sono due:

- Cofinanziamento dello sviluppo di progetti singoli (scritture di sceneggiature, ricerca di partner finanziari ed artistici, valutazione e studi di commercializzazione) presentati dai produttori europei;
- Cofinanziamento della strategia di sviluppo per “pacchetti di progetti” a medio termine da parte di società affermate (slate-funding).

3.3 Nel settore della distribuzione

Lo sviluppo dei nuovi sistemi di diffusione, prodotti dalle tecnologie digitali, sicuramente modificherà, a medio e lungo termine, le strutture della distribuzione di contenuti audiovisivi, soprattutto riducendo le strozzature causate dai costi d'investimento necessari alla distribuzione fisica dei prodotti (stampa, immagazzinamento e trasporto delle copie dei film

per il cinema o delle video cassette, per esempio) che favorirà l'accesso al mercato di prodotti maggiormente diversificati.

Tuttavia in un contesto di forte competizione, finalizzata a richiamare l'attenzione dello spettatore / consumatore, gli investimenti necessari riguarderanno sempre più la pubblicità e il marketing.

Un'utilizzazione ottimale delle opere su tutti i supporti presuppone investimenti importanti sin dall'inizio, allo scopo di suscitare l'interesse del pubblico per tutta la durata del ciclo di utilizzazione delle opere stesse. In particolar modo si rendono necessari sforzi notevoli all'uscita dei film: la visibilità ed il successo di un film nelle sale cinematografiche determinano le entrate dell'utilizzazione del film su altri supporti (video, DVD, vendita alla televisione).

Il prolungamento del ciclo di utilizzazione delle opere, la frammentazione delle entrate su un numerosi sistemi di diffusione e la necessità di investimenti sostanziali nella promozione e nella pubblicità, esigono lo sviluppo di un settore di distribuzione in grado:

- di sostenere gli investimenti necessari alla promozione ed al successo sul mercato delle opere europee, su diversi supporti;
- di formare e valorizzare cataloghi di opere europee competitivi sul mercato internazionale;
- di contribuire al finanziamento della produzione di nuove opere.

In questa prospettiva è consigliabile incoraggiare gli investimenti relativi alla distribuzione e promozione su diversi tipi di supporti, dalla sala cinematografica alla distribuzione in linea, e sollecitare lo sviluppo della cooperazione e la strutturazione della distribuzione a livello europeo.

È necessario rafforzare le strutture economiche delle imprese di distribuzione dando la priorità a quelle società che abbiano un potenziale di sviluppo sul mercato europeo ed internazionale e che presentino strategie a lungo termine.

Azioni prioritarie:

(a) Distribuzione cinematografica:

Sostegno selettivo: un sistema di sostegno sotto forma di anticipo rimborsabile in modo condizionato per i distributori cinematografici di opere cinematografiche europee al di fuori del loro territorio di produzione.

Questo sistema permette:

- la messa in rete di distributori europei, in cooperazione con i produttori ed i distributori internazionali, al fine di favorire strategie comuni sul mercato europeo;
- d'incoraggiare i distributori ad investire nei costi di promozione e di distribuzione adeguati ai film europei, qualunque sia il loro bilancio di produzione;
- di sostenere il multilinguismo delle opere europee (doppiaggio, sottotitolaggio e produzione multilingue).

Sostegno alla produzione di colonne sonore internazionali (musica ed effetti) di film europei: un sostegno adeguato alla produzione della colonna sonora internazionale (musica ed effetti) di film europei che abbiano un forte potenziale di diffusione, al fine di facilitare l'utilizzazione dell'opera in diversi territori e la produzione di versioni linguistiche di qualità.

Sostegno automatico: un sostegno “automatico” per i distributori europei, proporzionale agli ingressi nelle sale che programmino film europei non nazionali negli Stati partecipanti al programma nei limiti di un importo massimo per film, modulato a seconda dei paesi (meccanismo di correzione a favore dei territori più piccoli).

Tale sostegno potrà essere utilizzato dai distributori solo per essere investito:

- nell'acquisto di film europei non nazionali;
- nei costi di edizione (copie, doppiaggio e sottotitolaggio), di promozione e di pubblicità per i film europei non nazionali.

Sostegno agli agenti di vendita: un sistema di sostegno per le società europee di distribuzione internazionale di film cinematografici (agenti di vendita), fissato in funzione della loro prestazione sul mercato, per un determinato periodo di tempo. Tale sostegno potrà essere utilizzato dai distributori solo per essere investito nelle spese di promozione o per l'investimento, anche in fase di produzione, in nuove opere europee sui mercati europei ed internazionali.

Sostegno alle sale cinematografiche: un sostegno adeguato, destinato ad incoraggiare la programmazione di un numero significativo di film europei non nazionali nelle sale commerciali di prima visione per una durata di programmazione minima. Il sostegno concesso ad ogni sala potrà essere determinato, in particolare, in funzione del numero di ingressi realizzati nelle sale per film europei non nazionali per un certo periodo di riferimento. Potrà essere concesso un sostegno anche per favorire la creazione ed il consolidamento di reti di gestori europei, che sviluppino azioni comuni in favore di questa programmazione. Infine, saranno oggetto di particolare attenzione, le sale cinematografiche che sviluppino attività di sensibilizzazione e di educazione del pubblico giovane.

(b) Distribuzione off-line:

Con questo termine si designa la distribuzione di opere europee su supporti destinati all'uso privato.

Sostegno automatico: un sistema di sostegno per gli editori e per i distributori europei, stabilito in funzione della loro prestazione sul mercato per un determinato periodo di tempo. Tale sostegno potrà essere utilizzato dai distributori solo per essere investito:

- nelle spese di edizione, di distribuzione e di promozione di opere europee non nazionali su formati che usano nuove tecnologie (quali il video DVD), soprattutto a livello europeo;
- nelle spese di pubblicità e promozione di nuove opere europee non nazionali;

(c) Diffusione televisiva:

Incoraggiare i produttori indipendenti a realizzare opere (fiction, documentari e cartoni animati) che implicino la partecipazione di almeno tre diffusori di più Stati membri

appartenenti di preferenza a zone linguistiche diverse. I criteri di scelta dei beneficiari possono comprendere disposizioni volte a distinguere i progetti a seconda della loro categoria di bilancio. Un sostegno particolare è accordato alle opere audiovisive che presentino un interesse per la valorizzazione del patrimonio e della diversità culturale europea.

(d) Distribuzione “on-line”:

Con questo termine si designa la distribuzione di opere europee “on-line” tramite i servizi di distribuzione avanzati ed i nuovi media (Internet, video a richiesta, pay-per-view). Il fine è favorire l'accesso del consumatore alle opere ed al patrimonio audiovisivo europeo per mezzo delle nuove tecnologie e dei servizi di distribuzione avanzati.

Sostegno ai cataloghi: incoraggiare le società europee (editori, distributori) a creare e a valorizzare cataloghi di opere europee in formato digitale, destinate all'utilizzazione attraverso i nuovi sistemi di diffusione, incentivando la commercializzazione dei diritti sulle opere e il doppiaggio/sottotitolaggio

3.4 Nel settore della promozione e dell'accesso al mercato

Gli obiettivi specifici degli aiuti alla promozione si ricongiungono in modo generale a quelli degli aiuti alla distribuzione; tuttavia i meccanismi complementari a quelli attuati nel quadro della distribuzione, devono permettere, per mezzo di sovvenzioni concesse agli organismi di servizio intermedi (organizzatori di mercati, di festival, ecc.), di migliorare l'accesso delle opere e dei programmi europei ai mercati europei ed internazionali.

Questi meccanismi devono permettere:

- d'incoraggiare la presenza dei professionisti e di programmi audiovisivi sui mercati tradizionali, come pure sui mercati europei ed internazionali emergenti;
- d'incoraggiare la partecipazione dei professionisti e di programmi audiovisivi europei ad ogni azione volta alla promozione della circolazione, dello scambio e della vendita di programmi europei all'interno e all'esterno dell'Europa;
- d'incoraggiare la programmazione di opere audiovisive europee in eventi e/o festival europei ed internazionali;
- d'incoraggiare la messa in rete dei professionisti e di associazioni nazionali a livello europeo per ottimizzare le risorse.

Parallelamente alle azioni di promozione e di accesso al mercato, è prevista un'azione specifica a favore dei festival del cinema. I festival sono al contempo una vetrina per i film europei rivolta ai cittadini (manifestazioni aperte al pubblico) e un vettore di promozione delle opere presso i distributori potenziali nel paese considerato. D'altra parte il sostegno europeo deve anche mirare alla messa in rete e allo scambio di informazioni e di esperienze, come pure all'attuazione di azioni comuni fra questi festival.

Azioni prioritarie:

1. Migliorare le condizioni di accesso dei professionisti ai mercati europeo ed internazionale attraverso azioni specifiche di assistenza tecnica e finanziaria nel quadro di manifestazioni, quali:

- i principali mercati europei ed internazionali di film e di programmi audiovisivi;
 - i mercati tematici, particolarmente i mercati del film di animazione, del film documentario, del multimedia e delle nuove tecnologie.
2. Favorire l'utilizzazione delle banche dati e qualsiasi altro mezzo di informazione e di scambio di esperienza relativo alla valorizzazione di cataloghi di programmi europei.
3. Per quanto concerne i festival:
- Sostenere i festival dell'audiovisivo, realizzati in partenariato, la cui programmazione preveda un numero significativo di opere europee;
 - incoraggiare i progetti di cooperazione di dimensione europea, tra manifestazioni audiovisive originarie almeno di otto Stati membri, che presentino un piano d'azione comune, a favore della promozione delle opere audiovisive europee e della loro circolazione;
 - incoraggiare gli operatori del settore a realizzare, in stretta collaborazione con gli Stati membri, un evento rilevante a favore della creazione cinematografica ed audiovisiva.

3.5 Progetto pilota

Lo sviluppo delle tecnologie digitali ha imposto ed imporrà cambiamenti che richiedono l'attuazione di una politica flessibile, al passo con l'evoluzione del mercato e che tenga conto della crescente necessità di contenuti per i canali televisivi, diffusi nell'ambito di gruppi di trasmissioni digitali.

Per garantire l'equilibrio fra le necessità dell'industria, l'evoluzione tecnologica e i meccanismi del programma, nel corso del programma saranno realizzati dei progetti pilota affinché le imprese del settore dei contenuti audiovisivi utilizzino le migliori opportunità offerte dai nuovi servizi di produzione e di diffusione.

Azioni prioritarie:

- Progetti pilota, in particolare nei settori della valorizzazione del patrimonio cinematografico, della digitalizzazione degli archivi di programmi audiovisivi europei, della messa in rete dei titolari di diritti su cataloghi di opere audiovisive europee.
- Progetto pilota per favorire la diffusione di opere europee tramite canali e servizi audiovisivi digitali tematici. Questo progetto, nel primo anno del programma, sarà sottoposto ad uno studio di fattibilità che dovrà stabilire le modalità possibili di questo meccanismo di sostegno, allo scopo di definire le condizioni della sua attuazione a partire dal secondo anno del programma.

Proposta di

DECISIONE DEL CONSIGLIO

**relativa all'attuazione di un programma di sostegno allo sviluppo, alla distribuzione e alla promozione delle opere audiovisive europee
(MEDIA Plus – Sviluppo, distribuzione e promozione) (2001-2005)**

IL CONSIGLIO DELL'UNIONE EUROPEA,

visto il trattato che istituisce la Comunità europea, in particolare l'articolo 157, paragrafo 3,

vista la proposta della Commissione¹,

visto il parere del Parlamento europeo²,

visto il parere del Comitato economico e sociale³,

considerando quanto segue:

- (1) La Commissione ha organizzato a Birmingham, dal 6 all'8 aprile 1998, in collaborazione con la Presidenza britannica la conferenza europea dell'audiovisivo “Sfide ed opportunità dell'era digitale”. Da tale consultazione è emersa la necessità di un programma rafforzato di sostegno all'industria europea dell'audiovisivo, in particolare nel settore dello sviluppo, della distribuzione e della promozione di opere audiovisive europee. Nell'era digitale le attività nel settore dell'audiovisivo contribuiscono alla creazione di nuovi posti di lavoro, in particolare nella produzione e nella diffusione di contenuti audiovisivi.
- (2) Il Consiglio “Cultura e Audiovisivo” del 28 maggio 1998, approvando i risultati della conferenza europea dell'audiovisivo di Birmingham, sottolinea l'opportunità d'incoraggiare lo sviluppo di un'industria europea di programmi audiovisivi forte e competitiva, in particolare prendendo in considerazione la diversità culturale europea e le condizioni particolari delle aree linguistiche limitate.
- (3) La Relazione del 26 ottobre 1998 del Gruppo di Alto Livello sulla Politica Audiovisiva intitolata “L'Era Digitale e la Politica Audiovisiva Europea” riconosce la necessità di rafforzare le misure di sostegno a favore dell'industria cinematografica e audiovisiva, in particolare dotando il programma MEDIA di risorse adeguate all'ampiezza e all'importanza strategica dell'industria.

¹ GUC ...

² GUC ...

³ GUC ...

- (4) La Comunicazione della Commissione al Parlamento europeo e al Consiglio dei Ministri intitolata “La politica audiovisiva: le prossime tappe” riconosce la necessità di un aumento del sostegno pubblico, in particolare a livello comunitario, per rafforzare la competitività del settore audiovisivo europeo⁴.
- (5) Il Libro Verde sulla “Convergenza dei settori di telecomunicazione, dei media e delle tecnologie d'informazione e le implicazioni per la regolamentazione” sottolinea il rischio di una carenza di contenuti di qualità per il mercato della televisione digitale e analogica⁵.
- (6) La consultazione pubblica sul Libro Verde condotta dalla Commissione⁶ ha rivelato la necessità di creare un ambiente favorevole alla distribuzione e alla promozione di contenuti audiovisivi europei per i media tradizionali e nuovi in un contesto digitale.
- (7) Nelle conclusioni del 27 settembre 1999 riguardanti i risultati della consultazione pubblica relativa al Libro Verde sulla convergenza, il Consiglio ha invitato la Commissione a tener in considerazione i risultati della consultazione al momento di elaborare proposte riguardanti le misure per il rafforzamento del settore europeo dell'audiovisivo, ivi compreso il settore multimediale⁷.
- (8) La Commissione ha attuato un “programma d'azione volto a promuovere lo sviluppo dell'industria audiovisiva europea (MEDIA) (1991-1995)”, adottato con decisione 90/685/CEE del Consiglio⁸, che comporta in particolare azioni destinate a sostenere lo sviluppo e la distribuzione di opere audiovisive europee.
- (9) La strategia comunitaria di sviluppo e rafforzamento dell'industria audiovisiva europea è stata confermata nel quadro del programma MEDIA II (1996-2000), adottato con decisione 95/563/CE del Consiglio⁹ e con decisione 95/564/CE del Consiglio¹⁰. In base alle esperienze di questo programma, è opportuno assicurarne il prolungamento, tenendo conto dei risultati ottenuti.
- (10) La Relazione della Commissione, sui risultati ottenuti nel quadro del programma MEDIA II (1996-2000), dal 1° gennaio 1996 al 30 giugno 1998¹¹, mette in evidenza che il programma risponde alla necessaria sussidiarietà degli aiuti comunitari in rapporto agli aiuti nazionali, essendo gli assi di intervento del programma MEDIA complementari agli assi tradizionali dei meccanismi nazionali.
- (11) È necessario tener conto degli aspetti culturali del settore dell'audiovisivo, in conformità dell'articolo 151 del trattato.
- (12) L'emergere di un mercato audiovisivo europeo richiede lo sviluppo e la produzione di opere europee, vale a dire di opere originali degli Stati membri nonché di opere originarie di paesi terzi europei partecipanti al programma MEDIA Plus o che, rispettando le condizioni di cui all'articolo 6 della direttiva 89/552/CEE del Consiglio,

⁴ COM(1998) 446 def. del 14 luglio 1998.

⁵ COM(97) 623 def. del 3 dicembre 1997.

⁶ SEC(1998) 1284 def. del 29 luglio 1998.

⁷ GU C 283 del 6.10.1990, pag. 1.

⁸ GU L 380 del 31.12.1990, pag. 37.

⁹ GU L 321 del 30.12.1995, pag. 25.

¹⁰ GU L 321 del 30.12.1995, pag. 33.

¹¹ COM(1999) 91 def. del 16 marzo 1999.

del 3 ottobre 1999, relativa al coordinamento di determinate disposizioni legislative, regolamentari e amministrative degli Stati membri concernenti l'esercizio delle attività televisive¹², modificata dalla direttiva 97/36/CE del Parlamento europeo e del Consiglio¹³, dispongono di un quadro di cooperazione con esso.

- (13) La competitività dell'industria dei programmi audiovisivi richiede l'utilizzo di nuove tecnologie nelle fasi dello sviluppo, della produzione e della distribuzione dei programmi. Di conseguenza, è opportuno assicurare una coordinazione appropriata ed efficace con le azioni intraprese nei settori delle nuove tecnologie, in particolare il Quinto programma Quadro della Comunità europea per delle azioni di ricerca, di sviluppo tecnologico e di dimostrazione (1998-2002), adottato con decisione 182/1999/CE del Parlamento europeo e del Consiglio¹⁴.
- (14) Nella sua Relazione al Consiglio europeo sulle Prospettive dell'occupazione nella Società dell'Informazione¹⁵, la Commissione rileva un forte potenziale di creazione di posti di lavoro connesso ai nuovi servizi audiovisivi.
- (15) La Commissione, in occasione della sua comunicazione sulle Politiche Comunitarie a favore dell'occupazione¹⁶, ha riconosciuto l'impatto positivo del programma MEDIA II sulla creazione di nuovi posti di lavoro nel settore dell'audiovisivo.
- (16) È opportuno migliorare le condizioni di distribuzione delle opere cinematografiche europee sul mercato europeo e internazionale. È necessario incentivare la cooperazione tra distributori internazionali, distributori nazionali, gestori delle sale cinematografiche e produttori, e sostenere iniziative concertate che consentano azioni comuni per una programmazione europea.
- (17) È opportuno migliorare le condizioni della diffusione televisiva delle opere europee sul mercato europeo e internazionale ed è necessario incentivare la cooperazione tra emittenti come definite nell'articolo 2 della direttiva 59/552/CE modificata dalla direttiva 97/36/CE, distributori internazionali e produttori.
- (18) È opportuno agevolare l'accesso ai mercati delle imprese di produzione e di distribuzione indipendenti europee nonché la promozione sia delle opere che delle imprese di produzione europee del settore audiovisivo.
- (19) È opportuno facilitare l'accesso del pubblico al patrimonio audiovisivo europeo, in particolare attraverso la sua digitalizzazione e messa in rete a livello europeo.
- (20) I paesi associati dell'Europa centrale e orientale, Cipro, Malta, la Turchia e gli Stati EFTA membri dell'accordo SEE, hanno una propensione riconosciuta a partecipare ai programmi comunitari, sulla base di stanziamenti supplementari, secondo le procedure da concordare con tali paesi.

¹² GUL 298 del 17.10.1989, pag. 23.

¹³ GUL 202 del 30.7.1997, pag. 60.

¹⁴ GUL 26 dell'1.2.1999, pag. 1.

¹⁵ COM(1998) 590 def.

¹⁶ COM(1999) 167 def.

- (21) Gli altri paesi europei che sono parti della Convenzione del Consiglio d'Europa sulla televisione transfrontaliera, sono parte integrante dello spazio audiovisivo europeo e dunque hanno ugualmente propensione a partecipare al presente programma, sulla base di stanziamenti supplementari, alle condizioni da concordare con le parti interessate. Questi paesi devono, se lo desiderano, in funzione delle considerazioni di bilancio o delle priorità della loro industria audiovisiva, poter partecipare al programma o beneficiare di una formula di cooperazione più limitata, sulla base di stanziamenti supplementari e di modalità specifiche da concordare tra le parti interessate.
- (22) La cooperazione con paesi terzi non europei basata su mutui ed equilibrati interessi può permettere la creazione di un plus valore per l'industria audiovisiva europea in materia di promozione, d'accesso al mercato, di distribuzione, di diffusione e di sfruttamento delle opere europee in questi paesi. Tale cooperazione deve essere sviluppata sulla base di stanziamenti supplementari e di modalità specifiche da concordare tra le parti interessate.
- (23) Nella presente decisione, a norma del punto 2 della dichiarazione del Parlamento europeo, del Consiglio e della Commissione del 6 marzo 1995¹⁷, è inserito un importo di riferimento per tutta la durata del programma, lasciando peraltro impregiudicate le competenze dell'autorità di bilancio definite dal trattato.
- (24) È necessario, in conformità all'articolo 2 della decisione 1999/468/CE del Consiglio del 28 giugno 1999 che stabilisce le modalità e l'esercizio delle competenze di esecuzione conferite alla Commissione¹⁸, che le misure necessarie per l'applicazione della presente decisione siano adottate secondo la procedura consultiva di cui all'articolo 3 della stessa,

DECIDE:

Articolo 1

1. La presente decisione istituisce, per il periodo dal 1° gennaio 2001 e fino al 31 dicembre 2005, un programma di incentivazione dello sviluppo, della distribuzione e della promozione, all'interno e all'esterno della Comunità, delle opere audiovisive europee, in prosieguo "il programma", volto a rafforzare l'industria audiovisiva europea.
2. Gli obiettivi del programma sono i seguenti:
 - a) miglioramento della competitività dell'industria audiovisiva europea sul mercato europeo e internazionale, mediante sostegno allo sviluppo, alla distribuzione e alla promozione di opere audiovisive europee, tenendo conto dello sviluppo delle nuove tecnologie;
 - b) rispetto della diversità linguistica e culturale europea;

¹⁷ GUC 102 del 4.4.1996, pag. 4.

¹⁸ GUL 184 del 17.7.1999, pag. 23.

- c) valorizzazione del patrimonio audiovisivo europeo, in particolare la sua digitalizzazione e messa in rete;
- d) sviluppo del settore audiovisivo dei paesi o regioni con scarsa capacità di produzione audiovisiva e/o con un'area geografica e linguistica limitata;
- e) rafforzamento di un settore di produzione e di distribuzione in particolare delle piccole e medie imprese.

Tali obiettivi sono realizzati secondo le modalità previste nell'allegato.

Articolo 2

Nel settore dello sviluppo gli obiettivi specifici del programma sono:

- a) promuovere, apportando assistenza finanziaria e tecnica, lo sviluppo di progetti di produzione (fiction cinema o televisione, documentari creativi, animazione per la televisione o il cinema, opere che valorizzino il patrimonio audiovisivo e cinematografico) presentati da imprese, destinati al mercato europeo e internazionale;
- b) promuovere, apportando assistenza finanziaria, lo sviluppo di progetti di produzione che ricorrono alle nuove tecnologie di creazione, produzione e diffusione.

Articolo 3

Nel settore della diffusione e della distribuzione, gli obiettivi specifici del programma sono:

- a) rafforzare il settore della distribuzione europea nel settore cinematografico incoraggiando i distributori ad investire nell'acquisizione e promozione di film cinematografici europei non nazionali;
- b) favorire una maggiore diffusione transnazionale dei film europei non nazionali, sul mercato europeo e internazionale, mediante incentivi alla loro distribuzione e programmazione nelle sale;
- c) rafforzare la distribuzione di opere europee su supporti destinati all'uso privato incoraggiando i distributori ad investire in tecnologia digitale e in produzioni di opere europee non nazionali;
- d) promuovere la circolazione all'interno e all'esterno della Comunità, di programmi televisivi europei, destinati ad un pubblico europeo e mondiale incoraggiando la cooperazione tra emittenti da un lato e distributori e produttori indipendenti europei dall'altro fin dalla fase della produzione;
- e) incoraggiare la creazione di cataloghi d'opere europee in formato digitale destinate all'uso con i nuovi media;
- f) sostenere il multilinguismo delle opere audiovisive e cinematografiche.

Articolo 4

Nel settore della promozione e dell'accesso al mercato, il programma si prefigge di:

- a) facilitare e incoraggiare la promozione e la circolazione di opere audiovisive e cinematografiche europee nel quadro dei mercati professionali in Europa e nel mondo nonché di festival di programmi audiovisivi;
- b) incoraggiare la messa in rete degli operatori a livello europeo, soprattutto sostenendo azioni comuni tra organismi nazionali di promozione.

Articolo 5

1. I beneficiari di un sostegno comunitario devono assicurare una parte sostanziale del finanziamento. Il finanziamento comunitario non supera il 50 % dei costi delle operazioni. Nei casi espressamente previsti in allegato, tale percentuale potrà tuttavia raggiungere il 60% dei costi delle operazioni.
2. L'importo di riferimento finanziario per l'esecuzione del programma, per il periodo di cui all'articolo 1, paragrafo 1 è di 350 milioni di euro. Gli stanziamenti annuali sono autorizzati dall'autorità di bilancio entro i limiti delle prospettive finanziarie.
3. Fatti salvi gli accordi e le convenzioni di cui la Comunità è parte contraente, le imprese beneficiarie del programma devono essere detenute e continuare ad esserlo, sia direttamente sia mediante partecipazione maggioritaria, da Stati membri e/o cittadini di Stati membri.

Articolo 6

Gli aiuti finanziari assegnati nel quadro del programma sono concessi sotto forma di prestiti, di anticipi rimborsabili, o di sovvenzioni quali definiti in allegato. I rimborsi delle somme erogate nel quadro del programma, al pari di quelli provenienti dalle azioni condotte nel quadro dei programmi MEDIA (1991-1995) e MEDIA II (1996-2000), saranno destinati al programma Media Plus.

Articolo 7

La Commissione è responsabile dell'attuazione del programma, in conformità alle procedure di cui all'articolo 8, paragrafo 2 e secondo le modalità previste nell'allegato.

Articolo 8

1. La Commissione è assistita dal comitato a carattere consultivo istituito all'articolo 5 della decisione xx/xxx/CE del Parlamento europeo e del Consiglio¹⁹ (comitato MEDIA).

¹⁹ V. pag. ... della presente Gazzetta ufficiale.

2. Quando sia fatto riferimento al presente articolo si applica la procedura consultiva di cui all'articolo 3 della decisione 1999/468/CE, salvo il disposto dell'articolo 7, paragrafo 3 della stessa.

Articolo 9

1. Onde assicurare l'adattamento flessibile del programma all'evoluzione tecnologica, sono attuati dei progetti pilota nei settori definiti in allegato.
2. In tale compito la Commissione può consultare gruppi di consulenza tecnica, composti da professionisti di differenti settori audiovisivi, nominati dagli Stati membri al programma e presieduti da un rappresentante della Commissione. I Gruppi di consultazione tecnica sottopongono i loro rapporti alla Commissione che li terrà in massimo conto.

Articolo 10

1. Il presente programma è aperto alla partecipazione dei paesi associati dell'Europa centrale e orientale, conformemente alle condizioni stabilite negli accordi di associazione o dai loro protocolli addizionali relativi alla partecipazione a programmi comunitari già conclusi o da concludere con tali paesi.
2. Tale programma è aperto alla partecipazione di Cipro, di Malta, della Turchia e degli Stati EFTA membri dell'accordo SEE, sulla base di stanziamenti supplementari, conformemente alle procedure da convenire con tali paesi.
3. Esso è inoltre aperto alla partecipazione dei paesi parti della Convenzione del Consiglio d'Europa sulla televisione transfrontaliera oltre ai paesi di cui ai paragrafi 1 e 2, sulla base di stanziamenti supplementari, conformemente alle condizioni da convenire con le parti interessate.
4. L'apertura del programma ai paesi terzi europei di cui ai paragrafi 1, 2 e 3 potrà essere soggetta ad un esame preliminare della compatibilità della loro legislazione nazionale con l'“acquis” comunitario, in particolare l'articolo 6, paragrafo 1, secondo comma della direttiva 89/552/CEE.
5. Il programma è altresì aperto alla cooperazione con altri paesi terzi sulla base di stanziamenti supplementari e modalità specifiche secondo le procedure da concordare con tali paesi. I paesi terzi europei di cui al paragrafo 3 che non desiderano beneficiare di una piena partecipazione al programma possono beneficiare della cooperazione alle condizioni di cui al presente paragrafo.

Articolo 11

1. La Commissione garantisce la valutazione a priori, il controllo dell'esecuzione e la valutazione a posteriori delle azioni previste dalla presente decisione.
2. Al termine delle realizzazioni dei progetti, la Commissione valuta il modo in cui sono stati attuati e l'impatto della loro realizzazione, onde misurare se siano stati raggiunti gli obiettivi fissati all'origine.

3. Dopo due anni dall'attuazione del programma la Commissione, presenta al Parlamento europeo, al Consiglio e al Comitato economico e sociale un rapporto di valutazione sull'impatto e l'efficacia del programma, in base ai risultati ottenuti, eventualmente corredato di misure di adeguamento, anche di bilancio.
4. Al termine dell'esecuzione del programma, la Commissione presenta al Parlamento europeo, al Consiglio e al Comitato economico e sociale una relazione sull'attuazione e sui risultati del programma.

Articolo 12

La presente decisione ha effetto dal 1° gennaio 2001.

Fatto a Bruxelles, addì

Per il Consiglio

Il Presidente

ALLEGATO

1. AZIONI DA REALIZZARE

1.1 Nel settore dello sviluppo delle opere audiovisive

Le azioni del programma si prefiggono di accordare sostegni finanziari alle imprese del settore audiovisivo che presentano:

- proposte di sostegno allo sviluppo di opere audiovisive presentate progetto per progetto;
- proposte di sostegno allo sviluppo di cataloghi di progetti (pacchetti) nel quadro di una strategia imprenditoriale a medio termine;

I criteri di selezione terranno conto principalmente della propensione europea ed internazionale dei progetti ed in particolare:

- dell'interesse dimostrato per il progetto dai coproduttori;
- dalla possibilità di programmazione transnazionale del progetto (dimostrata dalla manifestazione d'interesse dei distributori, dalla possibilità di produrre il progetto, dalle produzioni in attivo dell'impresa che presenta il progetto o delle persone che la costituiscono);
- dalla qualità e dall'originalità dell'idea, della sceneggiatura e della narrazione;
- dal potenziale di utilizzo delle nuove tecnologie (effetti speciali, immagini di sintesi, interattività, ecc.).

In linea generale il sostegno allo sviluppo avverrà sotto forma di anticipi rimborsabili per i progetti singoli e di sovvenzioni a fondo perduto per cataloghi di progetti. Il contributo si limiterà, in via generale, al 50% dei costi dei progetti, ma potrà raggiungere il 60% per progetti che presentino un interesse per la valorizzazione della diversità culturale europea.

1.2 Nel settore della distribuzione e promozione

1.2.1 Distribuzione cinematografica:

Per rispondere agli obiettivi di cui all'articolo 3, sono attuate le seguenti linee d'azione:

- a) un sistema di sostegno sotto forma di anticipo con condizioni di rimborso per distributori cinematografici di opere cinematografiche europee all'esterno del loro territorio di produzione. Questo sistema è destinato a:
 - incoraggiare la messa in rete dei distributori europei, in cooperazione con i produttori e i distributori internazionali, onde favorire strategie comuni sul mercato europeo,

- incoraggiare in particolare i distributori ad investire nei costi di promozione e distribuzione, adeguati per i film europei, indipendentemente dal loro bilancio di produzione,
- sostenere il multilinguismo delle opere europee (doppiaggio, sottotitolaggio e produzione multilingue).

I criteri di scelta dei beneficiari possono comprendere delle disposizioni volte a distinguere i progetti secondo la loro categoria di bilancio. Un sostegno particolare è concesso ai film che presentano un interesse per la valorizzazione della diversità culturale europea.

- b) un sistema di sostegno “automatico” ai distributori europei, proporzionale agli ingressi in sala, totalizzati dai film europei non nazionali, nei paesi partecipanti al programma, nei limiti di un importo a) massimo per film, modulato a seconda dei paesi. Tale sostegno può essere utilizzato dai distributori solo per essere investito:

- nell'acquisto di film europei non nazionali;
- nelle spese di edizione (copie, doppiaggio, sottotitolaggio), di promozione e di pubblicità per i film europei non nazionali.

Le modalità di reinvestimento potranno prevedere un contributo comunitario superiore al 50% (ma limitato al 60%) del costo dei progetti, in particolare per gli investimenti in fase di produzione e per film che presentino un interesse per la valorizzazione della diversità culturale europea.

- c) un sistema di sostegno alle società europee di distribuzione internazionale di film cinematografici (agenti di vendita), determinato in funzione della loro prestazione sul mercato in un periodo dato. Tale sostegno può essere utilizzato dai distributori internazionali solo per essere investito nelle spese di promozione di nuove opere europee sul mercato europeo e internazionale.
- d) un sostegno adeguato destinato ad incoraggiare gli esercenti a proporre una programmazione significativa di film europei nelle sale commerciali di prima visione con una durata minima di programmazione. Il sostegno concesso ad ogni sala potrà essere determinato in funzione del numero di ingressi nella sala che programma film europei non nazionali per un periodo di tempo di riferimento. Tale sostegno dovrà, in particolare, contribuire allo sviluppo, nelle sale, di azioni educative e di sensibilizzazione del pubblico giovane. Inoltre potrà essere concesso un sostegno per favorire la creazione e il consolidamento di reti di gestori europei che sviluppano azioni comuni a favore di questa programmazione.
- e) un sistema di sostegno per la produzione di colonne sonore internazionali (musica ed effetti) per le opere cinematografiche europee. Il sostegno sarà concesso in funzione del bilancio della produzione.

1.2.2 Distribuzione di opere europee off-line:

Con questo termine si designa la distribuzione di opere europee su supporti destinati all'utilizzo privato.

Sostegno automatico: un sistema di sostegno automatico agli editori e distributori di opere cinematografiche e audiovisive registrate su supporti destinati all'utilizzo privato (videocassette, DVD, DVD-Rom), determinato in funzione della loro prestazione sul mercato per un periodo dato. Tale sostegno può essere utilizzato dai distributori internazionali solo per essere investito:

- nelle spese di edizione e distribuzione di nuove opere europee non nazionali su supporto digitale; o
- spese di promozione di nuove opere non nazionali su supporto non digitale.

Tale sistema è destinato:

- a favorire l'utilizzo di nuove tecnologie nell'edizione di opere europee destinate all'uso privato (realizzazione di “master” digitale riproducibile da tutti i distributori europei);
- ad incoraggiare in particolare i distributori ad investire nei costi di promozione e distribuzione adeguati per le opere audiovisive e i film europei non nazionali;
- a sostenere il multilinguismo delle opere europee (doppiaggio, sottotitolaggio e produzione multilingue).

1.2.3 Diffusione televisiva:

Incoraggiare i produttori indipendenti a realizzare opere (di fantasia, documentari, animazione) che implicino la partecipazione di almeno tre diffusori di diversi Stati membri appartenenti di preferenza a zone linguistiche diverse.

I criteri di scelta dei beneficiari possono comprendere disposizioni volte a distinguere i progetti a seconda della loro categoria di bilancio. Un sostegno particolare è accordato alle opere audiovisive che presentino un interesse per la valorizzazione del patrimonio e della diversità culturale europea.

1.2.4 Distribuzione di opere europee “on-line”:

Con questo termine si designa la distribuzione di opere europee messe in linea tramite servizi avanzati di distribuzione e tramite i nuovi media (Internet, video-on-demand, pay-per-view). Lo scopo è favorire l'adeguamento dell'industria europea dei programmi audiovisivi agli sviluppi della tecnologia digitale soprattutto per quanto riguarda i servizi avanzati di distribuzione in linea.

Mediante l'incentivazione alla digitalizzazione delle opere e la creazione di materiale promozionale e pubblicitario su supporto digitale, incoraggiare le società europee (fornitori di accesso in linea, canali tematici ecc.) a creare cataloghi d'opere europee in formato digitale destinati alla diffusione tramite i nuovi mezzi.

1.3 Promozione

1.3.1 Nel settore della promozione e accesso al mercato:

Le azioni del programma si prefiggono:

- a) di migliorare le condizioni di accesso dei professionisti al mercato europeo e internazionale attraverso azioni specifiche di assistenza tecnica e finanziaria nel quadro di manifestazioni quali:
 - principali mercati europei e internazionali del cinema;
 - principali mercati europei e internazionali della televisione;
 - mercati tematici, in particolare mercati del film di animazione, dei film documentari, di multimedia e di nuove tecnologie.
- b) favorire la realizzazione di una banca dati relativa ai cataloghi di programmi europei.

A tal fine la Commissione incoraggia la messa in rete a livello europeo degli operatori, in particolare sostenendo le azioni comuni tra organismi nazionali di promozione.

I criteri di selezione dei progetti comprenderanno principalmente:

- la dimensione europea;
- la qualità dei servizi proposti agli operatori (produttori, distributori, diffusori, agenti di vendita),
- l'esperienza di beneficiari e operatori nel settore della promozione.

Il contributo sarà generalmente limitato al 50% dei costi dei progetti.

1.3.2 Nel settore dei festival:

Le azioni del programma si prefiggono:

- di sostenere i festival dell'audiovisivo realizzati in partenariato che abbiano in programmazione un numero significativo di opere europee,
- di incoraggiare i progetti di cooperazione di dimensione europea, tra manifestazioni audiovisive originarie almeno di otto Stati membri, che presentino un piano d'azione comune a favore della promozione delle opere audiovisive europee e della loro circolazione.

Un'attenzione particolare verrà accordata ai festival che contribuiscano alla promozione di opere di Stati membri o di regioni scarsa capacità produttiva nel settore audiovisivo nonché alle opere di giovani artisti europei che attuino una politica di controllo della distribuzione delle opere europee programmate.

La priorità verrà data ai progetti di reti che attuino una cooperazione duratura tra manifestazioni.

Il contributo non supererà, generalmente, il 50% dei costi dei progetti.

1.3.3 Attività promozionali a favore della creazione europea:

Favorire la realizzazione di attività promozionali a favore della creazione cinematografica e audiovisiva europea destinata al grande pubblico, ad opera degli operatori del settore in stretta collaborazione con gli Stati membri.

1.4 Progetti pilota

La Commissione realizzerà dei progetti pilota nei settori seguenti:

- conservazione e valorizzazione del patrimonio cinematografico, incoraggiando il partenariato tra operatori del settore cinematografico ed enti pubblici o privati;
- trasferimento su supporto digitale (digitalizzazione) degli archivi di programmi audiovisivi;
- messa in rete dei titolari di diritti su cataloghi di opere audiovisive europee;
- programmazione di opere audiovisive europee in canali tematici, diffusi in formato digitale;
- creazione di ambienti adeguati allo sviluppo e alla diffusione di nuovi servizi avanzati di distribuzione in linea.

Ove necessario, la Commissione potrà ricorrere alla collaborazione di Gruppi di consulenza tecnica.

2. PROCEDURA DI ATTUAZIONE

2.1 Metodologia

Per la realizzazione del programma, la Commissione opererà in stretta collaborazione con gli Stati membri. Essa consulterà altresì i partner interessati. La Commissione garantirà che la partecipazione dei professionisti al programma sia equilibrata sul piano geografico e rispecchi la diversità culturale europea.

2.2 Finanziamento

2.2.1 Contributo comunitario

Il finanziamento comunitario non supererà il 50 % del costo delle azioni previste (salvo nei casi espressamente definiti nel presente allegato in cui si prevede un tetto massimo) e sarà concesso sotto forma di anticipi o prestiti con condizioni di rimborso o di sovvenzioni. Per quanto riguarda il sostegno al multilinguismo delle opere il contributo comunitario avverrà sotto forma di sovvenzioni.

2.2.2 Valutazione a priori, controllo e valutazione a posteriori

Prima di approvare una richiesta di sostegno comunitario, la Commissione la valuta attentamente per giudicarne la conformità con la presente decisione e con le condizioni di cui ai punti 2 e 3 del presente allegato.

Le richieste di sostegno comunitario devono comportare:

- un piano finanziario che enumeri tutti i componenti del finanziamento dei progetti, compreso il sostegno finanziario chiesto alla Commissione,
- un calendario provvisorio dei lavori,
- qualsiasi altra informazione utile richiesta dalla Commissione.

2.2.3 Disposizioni finanziarie e controllo finanziario

La Commissione determina le norme per gli impegni e i pagamenti relativi alle azioni avviate in conformità con la presente decisione, in base alle disposizioni appropriate della normativa finanziaria.

2.3 Applicazione

2.3.1 La Commissione attua il programma. A tal fine può ricorrere alla collaborazione di consulenti e tecnici scelti secondo la procedura di gara d'appalto, sulla base dell'esperienza settoriale. L'assistenza tecnica sarà finanziata dal bilancio del programma. Inoltre la Commissione potrà concludere dei partenariati secondo la procedura di cui all'articolo 8, paragrafo 2 per operazioni ad hoc con organismi specializzati, come Eureka Audiovisivi, per attuare azioni congiunte che rispondano agli obiettivi del programma nel settore della Promozione.

La Commissione provvede alla selezione definitiva dei beneficiari di finanziamenti del programma e decide i contributi da concedere, nell'ambito delle disposizioni dell'articolo 8, paragrafo 2.

Per la realizzazione del programma, soprattutto per la valutazione dei progetti che beneficiano di finanziamenti del programma e le azioni di messa in rete, la Commissione farà in modo di disporre delle competenze di esperti riconosciuti del settore audiovisivo nel campo dello sviluppo, della produzione, della distribuzione e della promozione.

2.3.2 La Commissione, mediante azioni adeguate, informa sulle possibilità offerte da programma e ne garantisce la promozione.

In particolare, la Commissione e gli Stati membri adottano le disposizioni necessarie per la prosecuzione delle attività dei MEDIA-desk e delle Antenne MEDIA, garantendone il rafforzamento delle competenze professionali per:

- assicurare l'informazione e la promozione del programma;
- incoraggiare la massima partecipazione di professionisti alle azioni del programma;

- assistere i professionisti nella presentazione dei progetti che partecipano all'invito a presentare proposte;
- favorire la cooperazione transfrontaliera tra professionisti;
- garantire un permanente avvicendamento con le varie istituzioni di sostegno degli Stati membri in vista della complementarità delle azioni di tale programma con le misure nazionali di sostegno.

SCHEDA FINANZIARIA

1. DENOMINAZIONE DELL'AZIONE

Programma d'incoraggiamento allo sviluppo, alla distribuzione e alla promozione delle opere audiovisive europee

2. LINEA DI BILANCIO

B 3 2010

3. BASE GIURIDICA

Articolo 157 del trattato che costituisce la Comunità europea

4. DESCRIZIONE DELL'AZIONE

4.1 Obiettivo generale dell'azione

Il programma si prefigge di ridurre la carenza delle industrie europee dei contenuti audiovisivi e multimediali, ossia di ridurre la scarsa circolazione delle opere europee diverse da quelle nazionali e l'insufficienza cronica di investimenti a monte (nello sviluppo dei progetti, nella formazione professionale continua) e a valle (nella distribuzione e nella promozione) rispetto al volume della produzione e alla concorrenza delle opere americane.

Gli obiettivi generali sono:

- rafforzare la competitività dell'industria audiovisiva europea sul mercato, soprattutto europeo, sostenendo lo sviluppo di progetti con un reale potenziale di distribuzione e/o diffusione,
- rafforzare le imprese europee di produzione e distribuzione indipendenti (in maggioranza PMI) favorendo la loro messa in rete,
- assicurare il posizionamento delle industrie europee di contenuto sul mercato dei nuovi media audiovisivi,
- favorire la circolazione delle opere audiovisive all'interno del mercato europeo e la loro promozione all'esterno dell'Unione europea,
- aumentare il potenziale dei paesi e delle regioni con scarsa capacità di produzione e/o con un'area linguistica e geografica limitata,
- garantire il rispetto della diversità linguistica e culturale europea,
- valorizzare il patrimonio audiovisivo europeo.

4.2 Periodo previsto per l'azione e modalità di rinnovo o proroga.

Il programma MEDIA Plus Formazione dura dal 1° gennaio 2001 al 31 dicembre 2005. Il suo eventuale rinnovo sarà soggetto alla procedura di decisione in base alle disposizioni del trattato.

5. CLASSIFICAZIONE DELLE SPESE/ENTRATE

5.1 SNO

5.2 SD

5.3 Tipi di entrate previste: nessuna

6. NATURA DELLE SPESE/ENTRATE

I contributi finanziari stanziati per lo sviluppo avranno generalmente la forma di prestiti rimborsabili in modo condizionato per i progetti singoli e di sovvenzioni a fondo perduto per i cataloghi di progetti. Il contributo non supererà, generalmente, il 50 % dei costi dei progetti, ma potrà elevarsi al 60% per i progetti che presentano un interesse per la valorizzazione della diversità culturale europea.

I contributi finanziari stanziati per la distribuzione avranno generalmente la forma di prestiti rimborsabili in modo condizionato per i sistemi selettivi (cinema e televisione) e di sovvenzioni a fondo perduto per i sistemi automatici (cinema e televisione). Anche i contributi agli agenti di vendita, alle sale cinematografiche, per la produzione di colonne sonore internazionali e per i cataloghi di opere in formato digitale, saranno sotto forma di sovvenzioni a fondo perduto. Il contributo non supererà, generalmente, il 50 % dei costi dei progetti, ma potrà elevarsi al 60% per i progetti che presentano un interesse per la valorizzazione della diversità culturale europea.

I contributi finanziari stanziati per la promozione avranno generalmente la forma di sovvenzioni a fondo perduto.

7. INCIDENZA FINANZIARIA

7.1 Metodo di calcolo del costo totale dell'azione

Gli importi sono stati stabiliti in base a due fonti d'informazione:

- I dati disponibili nel quadro dell'attuazione del programma MEDIA II (basi di dati quantificati per settore di attività e per linea d'azione). Tali cifre si basano sui fascicoli inviati dai partecipanti (che rappresentano almeno il 50% degli operatori del settore).
- I dati ricavati dai seguenti documenti: Atti delle conferenze dell'audiovisivo (Conferenza europea dell'audiovisivo di Birmingham, Forum sulla politica audiovisiva di Helsinki), Relazione del Gruppo di Alto Livello sulla Politica audiovisiva (Gruppo Oreja), Relazione sulla valutazione intermedia del programma MEDIA II (BIPE), Documenti della Commissione (Libro verde sulla convergenza, Comunicazione sulle prossime tappe della politica audiovisiva), ecc. Questi documenti, che contengono analisi di tipo macro

economico, forniscono i dati economici relativi ai bisogni dell'industria audiovisiva europea.

I rimborsi delle somme erogate nel quadro del programma, al pari di quelli provenienti dalle azioni condotte nel quadro del programma MEDIA (1991-1995) e MEDIA II (1996-2000), saranno destinati al programma Media Plus.

Sviluppo

Ripartizione e previsione per il settore sviluppo (in milioni di euro)

SVILUPPO	2001	2002	2003	2004	2005	TOT	% selez. - Contrib. per contratt o
Sviluppo dei progetti							
Sviluppo progetti singoli							
<i>N. di inviti a presentare proposte previsto</i>	2	2	2	2	2	10	17%
<i>N. di domande di finanziamento previsto</i>	1 000	1 000	1 000	1 000	1 000	5 000	-
<i>N. di domande accettate (previsione)</i>	170	170	170	170	170	850	37,647
<i>Totale in milioni di euro</i>	6,4	6,4	6,4	6,4	6,4	32,0	
Sviluppo di pacchetti di progetti							
<i>N. di inviti a presentare proposte previsto</i>	1	1	1	1	1	5	34%
<i>N. di domande di finanziamento previsto</i>	150	150	150	150	150	750	-
<i>N. di domande accettate (previsione)</i>	51	51	52	51	51	256	125,000
<i>Totale in milioni di euro</i>	6,375	6,375	6,5	6,375	6,375	32,0	
Totale sostegno allo sviluppo							
<i>N. di inviti a presentare proposte previsto</i>	3	3	3	3	3	15	19%
N. domande di finanziamento previsto	1 150	1 150	1 150	1 150	1 150	5 750	-
N. domande accettate (previsione)	221	221	222	221	221	1106	57,866
Totale in milioni di euro	12,775	12,775	12,9	12,775	12,775	64,0	

Distribuzione

Ripartizione e previsione per il settore sviluppo (in milioni di euro)

DISTRIBUZIONE	2001	2002	2003	2004	2005	TOT	% selez. - Contrib. per contratto
Sostegno alla distribuzione cinematografica							
Sostegno selettivo cinema							
<i>N. di inviti a presentare proposte previsto</i>	3	3	3	3	3	15	50%
N. di domande di finanziamento previsto	500	500	500	500	500	2 500	-
N. di domande accettate (previsione)	300	270	230	220	220	1,240	36,290
Totale in milioni di euro	10	10	9	8	9	45,0	
Sostegno automatico cinema							
<i>N. di inviti a presentare proposte previsto</i>	1	1	1	1	1	5	87%
N. di domande di finanziamento previsto	150	150	150	150	150	750	-
N. di domande accettate (previsione)	130	130	130	130	130	650	84,615
Totale in milioni di euro	11	11	11	11	11	55,0	
Sostegno alle sale							
<i>N. di inviti a presentare proposte previsto</i>	1	1	1	1	1	5	29%
N. di domande di finanziamento previsto	500	500	500	500	500	2 500	-
N. di domande accettate (previsione)	120	150	150	150	150	720	24,306
Totale in milioni di euro	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	17,5	
Sostegno agli agenti di vendita							
<i>N. di inviti a presentare proposte previsto</i>	2	2	2	2	2	10	50%
N. di domande di finanziamento previsto	40	40	40	40	40	200	-
N. di domande accettate (previsione)	20	20	20	20	20	100	50,000
Totale in milioni di euro	1	1	1	1	1	5,0	
Sostegno alla produzione di colonne sonore							
<i>N. di inviti a presentare proposte previsto</i>	1	2	2	2	2	9	15%
N. di domande di finanziamento previsto	130	130	130	130	130	650	-
N. di domande accettate (previsione)	20	20	20	20	20	100	20,000
Totale in milioni di euro	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	2,0	
Sostegno alla diffusione televisiva							
Sostegno selettivo alla diff. tel.							
<i>N. di inviti a presentare proposte previsto</i>	3	3	3	3	3	15	47%
N. di domande di finanziamento previsto	170	170	170	170	170	850	-
N. di domande accettate (previsione)	80	80	80	80	80	400	112,500
Totale in milioni di euro	9	9	9	9	9	45	

Sostegno alla distrib. off-line							
Sostegno automatico edizione (DVD)							
N. di inviti a presentare proposte previsto	1	1	1	1	1	5	
N. di domande di finanziamento previsto	130	130	130	130	130	650	65%
N. di domande accettate (previsione)	50	70	100	100	100	420	-
Totale in milioni di euro	3	3	3	3	3	15,0	35,714
Sostegno alla distrib. "on-line"							
Sostegno ai cataloghi							
N. di inviti a presentare proposte previsto	1	1	1	1	1	5	
N. di domande di finanziamento previsto	60	60	60	60	60	300	50%
N. di domande accettate (previsione)	30	30	30	30	30	150	-
Totale in milioni di euro	2	2	2	2	2	10,0	66,667
Tot. sostegno alla distribuzione							
N. di inviti a presentare proposte previsto	13	14	14	14	14	69	
N. di domande di finanziamento previsto	1 680	1 680	1 680	1 680	1 680	8 400	45%
N. di domande accettate (previsione)	750	770	760	750	750	3780	-
Totale in milioni di euro	39,4	39,4	38,4	37,4	37,4	192,0	51,455

Promozione

Ripartizione e previsione per il settore sviluppo (in milioni di euro)

PROMOZIONE	2001	2002	2003	2004	2005	TOT	% selez, - Contrib. per contratto
Promozione e accesso al mercato							
Sostegno al mercato audiovisivo							
N. di inviti a presentare proposte previsto	3	3	3	3	3	15	40%
N. di domande di finanziamento previsto	100	100	100	100	100	500	-
N. di domande accettate (previsione)	40	40	40	40	40	200	100,000
Totale in milioni di euro	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	20,0	
Sostegno ai festiva/grandi eventi							
N. di inviti a presentare proposte previsto	2	3	3	3	3	14	
N. di domande di finanziamento previsto	200	200	200	200	2100	1 000	28%
N. di domande accettate (previsione)	55	55	55	55	55	275	-
Totale in milioni di euro	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	10	36,364
Tot. sostegno alla promozione							
N. di inviti a presentare proposte previsto	5	6	6	6	6	29	32%
N. di domande di finanziamento previsto	300	300	300	300	300	1 500	-
N. di domande accettate (previsione)	95	95	95	95	95	475	63,158
Totale in milioni di euro	6	6	6	6	6	30,0	

Progetti pilota

Ripartizione e previsione per il settore sviluppo (in milioni di euro)

PROGETTI PILOTA	2001	2002	2003	2004	2005	TOT	% selez. - Contrib.p er contratto
Progetti pilota							
<i>N. di inviti a presentare proposte previsto</i>	2	2	2	2	2	10	18%
<i>N. di domande di finanziamento previsto</i>	30	30	30	30	30	150	-
<i>N. di domande accettate (previsione)</i>	3	6	6	6	6	27	740,741
<i>Totale in milioni di euro</i>	2,0	4,0	4,0	5,0	5,0	20,0	

7.2 Ripartizione per elementi del costo dell'azione

Ripartizione e previsione per il settore progetti pilota (in milioni di euro)

Azione	2001	2002	2003	2004	2005	Totale
Sviluppo						
Sostegno progetti singoli	6,4	6,4	6,4	6,4	6,4	32,0
Sostegno in forma <i>slate funding</i>	6,375	6,375	6,5	6,375	6,375	32,0
Totale sostegno alla sviluppo	12,775	12,775	12,9	12,775	12,775	64,0
Distribuzione e Diffusione						
Sostegno selettivo distribuzione cinema	10,0	10,0	9,0	8,0	8,0	45,0
Sostegno automatico distribuzione cinema	11,0	11,0	11,0	11,0	11,0	55,0
Sostegno alle sale cinematografiche	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	15,0
Sostegno alle sale cinematografiche	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	05,0
Sostegno agli agenti di vendita	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	02,0
Sostegno alla produzione colonne sonore	25,9	25,9	24,9	23,9	23,9	125,0
Totale sostegno distribuzione cinema	9,0	9,0	9,0	9,0	9,0	45,0
Sostegno selettivo diffusione televisiva	9,0	9,0	9,0	9,0	9,0	45,0
Totale sostegno diffusione televisiva	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	15,0
Sostegno automatico opere uso privato	3,0	3,0	3,0	3,0	3,0	15,0
Totale sostegno distribuzione off-line	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	10,0
Sostegno ai cataloghi	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	10,0
Totale sostegno distribuzione "on-line"	39,4	39,4	38,4	37,4	37,4	192,0
Totale sostegno distribuzione						
Promozione						
Sostegno al mercato audiovisivo	4,0	4,0	4,0	4,0	4,0	20,0
Sostegno festival e grandi eventi	2,0	2,0	2,0	2,0	2,0	10,0
Totale sostegno promozione	6,0	6,0	6,0	6,0	6,0	30,0
Sviluppo tecnologico						
Progetti pilota	2,0	4,0	4,0	5,0	5,0	20,0
Spese orizzontali	8,3	8,3	8,3	8,3	8,3	41,5
TOTALE GENERALE	68,98	70,98	70,10	69,98	69,98	350,0

Azioni rispetto al settore

SI in milioni di euro (valori a prezzi correnti)

Ripartizione	2001	2002	2003	2004	2005	Totale
– MEDIA Desk	2,40	2,40	2,40	2,40	2,40	12,00
– Studi e Riunioni di esperti ¹	0,40	0,40	0,40	0,40	0,40	2,00
– Informazioni e pubblicazioni	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	5,00
Totale	3,80	3,80	3,80	3,80	3,80	19,00

7.3 Spese operative per assistenza tecnica incluse nella parte B del bilancio

Spese orizzontali

SI in milioni di euro (valori a prezzi correnti)

	2001	2002	2003	2004	2005	Totale
– Ufficio Tecnico ²	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	22,5
Totale	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	22,5

La Commissione prevede di far ricorso ad un'assistenza tecnica e/o amministrativa esterna per effettuare una selezione tra le proposte e per essere coadiuvata nel controllo dei fascicoli. Nel quadro del programma MEDIA I e MEDIA II, la Commissione è stata assistita da Uffici di assistenza tecnica che possedevano esperienza nel settore oggetto del programma. La forma di assistenza tecnica e/o amministrativa esterna utilizzata per l'attuazione del presente programma sarà determinata in base agli orientamenti in materia definiti dalla Commissione. Se per l'attuazione del presente programma si dovesse ricorrere alla formula degli Uffici di assistenza tecnica, il Collegio ne sarà debitamente informato secondo il Vademecum relativo agli uffici di assistenza tecnica.

¹ Spese che soddisfano i criteri contenuti nella Comunicazione della Commissione del 22 aprile 1992 (SEC(1992) 769).

² L'ufficio di assistenza tecnica fornirà alla Commissione assistenza tecnica e amministrativa per l'istruzione dei progetti presentati e il controllo della realizzazione di quelli selezionati. L'utilizzazione dell'ufficio di assistenza tecnica non comporta alcuna delega di poteri pubblici da parte della Commissione la quale conserva integralmente il proprio potere decisionale.

7.4 Scadenario degli stanziamenti di impegno/stanziamenti di pagamento

SI in milioni di euro

	2001	2002	2003	2004	2005	Totale
Stanziamenti d'impegno	68,98	70,98	70,10	69,98	69,98	350,0
Stanziamenti di pagamento						
2001	34,49	-	-	-	-	34,49
2002	24,14	35,49	-	-	-	59,63
2003	10,35	24,84	35,05	-	-	70,24
2004	-	10,65	24,54	34,99	-	70,17
2005	-	-	10,52	24,49	34,99	69,99
2006	-	-	-	10,50	24,49	34,99
2007	-	-	-	-	10,50	10,50
Totale	68,98	70,98	70,10	69,98	69,98	350,0

8. DISPOSIZIONI ANTIFRODE PREVISTE

La selezione dei beneficiari del programma avviene secondo la procedura di invito a presentare proposte, pubblicata più volte all'anno sulla Gazzetta ufficiale delle Comunità europee. Il contributo comunitario viene accordato in seguito ad un'attenta valutazione della domanda da parte della Commissione che ne giudica la conformità alle Decisioni del Consiglio e alle condizioni espresse nel bando.

Le domande per il contributo comunitario devono comprendere:

- un piano finanziario che enumera tutte le componenti del finanziamento dei progetti, ivi compreso il sostegno finanziario chiesto alla Commissione;
- un calendario provvisorio dei lavori;
- qualunque altra informazione utile, richiesta dalla Commissione nel capitolato d'onori dell'invito a presentare proposte.

Nella scelta delle proposte, la Commissione è coadiuvata da esperti dei settori oggetto del programma. Prima che la Commissione europea prenda la decisione finale, i progetti ritenuti eleggibili sono sottoposti agli esperti indipendenti e sono quindi comunicati al Comitato MEDIA, composto dai rappresentanti degli Stati che partecipano al programma. Oltre certi limiti precisati nelle decisioni che istituiscono il programma, i progetti sono sottoposti al parere del Comitato.

Il pagamento dei contributi finanziari è soggetto alla presentazione di stati giustificativi dettagliati, precedenti il versamento e di relazioni sull'attività. Esso, inoltre, dipende da controlli in situ (audit) e da un monitoraggio centrale.

I vari organismi (Corte dei Conti, Controllo Finanziario e Ordinatore) eseguono controlli presso gli organi di gestione delle azioni condotte e presso i beneficiari.

9. ELEMENTI D'ANALISI COSTO-EFFICACIA

9.1 Obiettivi specifici e quantificabili; beneficiari

L'obiettivo dello sviluppo è rimediare al sotto investimento cronico dell'industria europea nella fase di sviluppo, soprattutto di progetti con potenziale commerciale sul mercato europeo e di aiutare il rafforzamento e la costituzione di reti di imprese indipendenti.

Il sostegno allo sviluppo deve permettere:

- a breve termine: di dare finanziamenti complementari alle imprese che sviluppano progetti di fiction, animazione e documentari e che ricorrono alle nuove tecnologie.
- A più lungo termine (e in sinergia con la formazione): di cambiare le prassi professionali indirizzandole verso una maggiore preoccupazione per lo sviluppo di progetti.

Il sostegno allo sviluppo deve quindi permettere:

- d'incentivare i produttori indipendenti più dinamici ad attuare vere e proprie strategie di sviluppo commerciale;
- di portare questi imprenditori ad acquisire una capacità critica che permetta loro di aumentare l'investimento nello sviluppo di progetti europei grazie al volume d'affari, alle entrate sui cataloghi e ai risultati d'esercizio raggiunti.

Il sostegno alla distribuzione deve permettere:

A breve termine:

- di aumentare l'accesso delle opere europee ai vari modi di utilizzazione esistenti in Europa e di promuovere la circolazione delle opere europee all'interno del mercato unico;
- di migliorare l'accesso del pubblico alle opere europee diverse da quelle nazionali (pluralità dell'offerta culturale) sostenendo soprattutto il multilinguismo delle opere prodotte;
- di migliorare il posizionamento, la visibilità e il rendimento su vari supporti (cinema, video, DVD, televisione) di queste opere;
- di incentivare i distributori nazionali e internazionale (agenti di vendita) ad aumentare i loro investimenti in ogni opera europea (pubblicità, promozione);
- di incentivare il settore della distribuzione (nazionale e internazionale) ad investire in modo crescente nella produzione di opere, soprattutto diverse da quelle nazionali.

A medio termine:

- di migliorare la circolazione e il rendimento delle opere europee sul mercato europeo e mondiale, su tutti i supporti accessibili ai consumatori;
- di rafforzare la competitività delle società di distribuzione (cinema, video, TV) e incentivare la costituzione e la valorizzazione di cataloghi di diritti sulle opere europee;
- di sviluppare la messa in rete e le strategie comuni a livello europeo sviluppando i legami tra distribuzione e produzione;
- di aumentare la produzione di opere destinate al mercato europeo (distribution-led production), nel rispetto della diversità linguistica e culturale;
- in termini culturali: di sviluppare la conoscenza e le preferenze del pubblico europeo per le opere di altri paesi europei, rafforzando così l'identità culturale europea nella sua diversità d'espressione.

Il sostegno alla promozione deve permettere:

- d'incoraggiare la presenza di professionisti e di programmi audiovisivi europei sia sui mercati tradizionali sia sui mercati emergenti europei e internazionali;
- d'incoraggiare la partecipazione di professionisti e di programmi audiovisivi europei a qualunque azione volta a promuovere la circolazione, lo scambio e la vendita di programmi europei all'interno e all'esterno dell'Europa;
- d'incoraggiare la programmazione di opere audiovisive europee in eventi e/o festival europei e internazionali;
- d'incoraggiare la messa in rete di professionisti e di associazioni nazionali a livello europeo per ottimizzare le risorse.

Settore	Beneficiari
Sviluppo	- Società di produzione europee indipendenti (PMI) - Fiction - Documentari - Animazione - multimedia
Distribuzione	- Distributori europei di film (cinema, video, DVD, ecc.) - Produttori indipendenti europei del cinema e della televisione - Agenti di vendita europei (sales agents) - Titolari di diritti sulle opere (cataloghi): diffusori, ecc. - Canali tematici - Esercenti europei indipendenti
Promozione	- Mercato audiovisivo europeo e internazionale - Festival dell'audiovisivo internazionali che abbiano in programmazione un numero significativo di opere europee - Associazioni europee di festival dell'audiovisivo internazionali che abbiano in programmazione un numero significativo di opere europee - Operatori europei dell'audiovisivo - Eventi internazionali relativi all'audiovisivo per la promozione di opere e talenti europei.

9.2 Giustificazione dell'azione

Necessità dell'intervento finanziario comunitario, in particolare con riguardo al principio della sussidiarietà:

Il programma di sostegno proposto rientra nella politica audiovisiva seguita dall'Unione europea.

Esso opera secondo il principio di sussidiarietà in modo complementare rispetto alle iniziative esistenti a livello nazionale. Sostiene e completa le azioni condotte a livello nazionale. Risponde agli obiettivi espressi nel trattato, in particolare nell'articolo 157 poiché è volto a:

- Accelerare l'adattamento dell'industria ai cambiamenti strutturali;
- Incoraggiare un ambiente favorevole all'iniziativa e allo sviluppo delle imprese della Comunità, soprattutto le PMI;
- Incoraggiare un ambiente favorevole alla cooperazione tra imprese;
- Favorire una migliore utilizzazione del potenziale industriale, delle politiche d'innovazione, della ricerca e dello sviluppo in ambito tecnologico.

Scelta delle modalità di intervento

Si tratta di un'incentivo finanziario, volto a mobilitare investimenti complementari di provenienza industriale e creare un aumento significativo del volume di attività. Questa metodologia, in coerenza con la realtà del mercato, ne stimola l'attività.

I contributi pubblici nazionali sono fortemente orientati al sostegno alla produzione, mentre i contributi MEDIA intervengono nei settori dello sviluppo di progetti e di distribuzione delle opere. I contributi nazionali al settore della produzione rappresentano il 59% del totale, contro il 5% per la distribuzione e il 6% per l'utilizzazione.

Per la mobilitazione di capitali (nel quadro di MEDIA II) l'intervento finanziario comunitario ha un effetto moltiplicatore medio del 4,19 nello sviluppo e del 7,2 nella distribuzione.

- Principali fattori d'incertezza che possono influire sui risultati specifici dell'azione: si tratta di un settore industriale prototipo, ad alto rischio.

9.3 Controllo e valutazione dell'azione

Indicatori di esecuzione:

Sviluppo	Progetti singoli	- Numero progetti sviluppati - Numero progetti entrati in produzione - Livello d'investimento delle imprese di produzione in fase di sviluppo (in euro) - Numero di opere sviluppate con il sostegno MEDIA distribuite fuori dal paese in cui sono state prodotte.
	Pacchetti di progetti	- Numero d'impresa beneficiarie del programma - Numero di progetti sviluppati per anno per impresa - Numero progetti entrati in produzione - Numero d'impresa che hanno realizzato sinergie per lo sviluppo di progetti
Distribuzione	Sostegno selettivo cinema	- Numero di film non nazionali distribuiti (per società, per paese, per annuo, ecc.) - Numero di distributori per film distribuito (reti) - Numero di distributori europei (partecipazione al programma) - Numero di ingressi a pagamento per film - Numero di copie per territorio - Tasso di spese di promozione effettuate (per film e per territorio) rispetto al bilancio di produzione e al Minimo Garantito pagato. - Numero di film europei non nazionali distribuiti, di paesi a scarsa capacità produttiva audiovisiva. - Tasso di rimborso (resa del film sul mercato)
	Sostegno automatico cinema	- Numero di film non nazionali distribuiti - Numero di distributori europei - Numero di ingressi a pagamento per film - Numero di copie per territorio - Tasso di spese di promozione effettuate (per film e per territorio) rispetto al bilancio di produzione e al Minimo Garantito pagato - Tasso di investimenti in P&A (copie / pubblicità), in MG (minimi garantiti) e in coproduzione.

	Sostegno agli agenti di vendita	- Numero di imprese beneficiarie del programma - Numero di film finanziati - Numero di territori venduti per film - Entrate provenienti dalle vendite dei film
	Sostegno alle sale cinematografiche	- Numero di sale nelle reti - Tasso di film europei non nazionali in programmazione - Numero d'ingressi per film europei non nazionali - Volume delle entrate dei film non nazionali rispetto all'investimento in promozione
	Sostegno alla produzione di colonne sonore	- Numero di progetti finanziati - Numero di imprese beneficiarie - Numero di territori in cui avviene la distribuzione del film - Entrate provenienti dai film finanziati
	Sostegno selettivo alla televisione	- Numero di progetti finanziati - Numero di paesi partecipanti al progetto - Tasso del rimborso (rispetto al numero di territori venduti) - Numero di territori venduti - Entrate generate
	Sostegno automatico alle opere destinate all'uso privato (video - DVD)	- Numero di titoli diffusi (europei non nazionali) suddivisi per tipo di supporto - Numero di editori europei beneficiari del programma - Volume di entrate derivanti dalla commercializzazione di queste opere (suddivise per tipo di supporto) - Percentuale di opere originarie di paesi con scarsa capacità produttiva audiovisiva - Tasso di reinvestimento del sostegno generato dalla distribuzione di opere in DVD
	Sostegno ai cataloghi	- Numero di imprese finanziate - Volume orario (per genere / origine di produzione) dei cataloghi finanziati - Territori venduti e entrate generate - Rapporto tra il sostegno finanziario della Commissione e investimento globale (rispetto al volume del catalogo)
Promozione	Sostegno alla promozione	- Numero di mercati audiovisivi e stand collettivi finanziati - Numero di società e di partecipanti ai mercati e agli stand collettivi - Numero di programmi presentati ai mercati - Volumi di scambi di programmi - Volume di entrate generate
	Sostegno ai festival e ai grandi eventi	- Numero di festival audiovisivi finanziati - Percentuale film europei in programmazione - Percentuale film europei non nazionali in programmazione - Numero di spettatori - Numero di film distribuiti commercialmente in seguito ai festival - Numero di opere di giovani artisti in programmazione.

Durante l'attuazione del programma la Commissione segue gli indicatori più pertinenti. Per quanto concerne i contratti conclusi con la Commissione, i beneficiari di un sostegno finanziario sono tenuti a fornire le informazioni necessarie per la valutazione continua, intermedia e a posteriori.

Modalità e periodicità della valutazione prevista:

La Commissione stenderà due relazioni di valutazione del programma.

Relazione intermedia: La prima relazione sarà stesa dopo due anni dall'attuazione del programma. Questa relazione è volta a dare una prima valutazione dei risultati intermedi ottenuti allo scopo di apportare eventuali modifiche ed adeguamenti necessari per la seconda parte del programma. A tal fine, la Commissione potrà ricorrere a consulenti esterni che saranno scelti in base alla loro esperienza nel settore, con procedura della gara d'appalto. La relazione della Commissione sarà presentata al Parlamento europeo, al Consiglio e al Comitato economico e sociale.

Relazione finale: la seconda relazione sarà stesa alla scadenza dei cinque anni di esecuzione del programma. Questa relazione è volta a valutare i risultati comparati dei sistemi di sostegno rispetto agli obiettivi del programma. Come per la relazione intermedia, la Commissione potrà ricorrere alla collaborazione di consulenti esterni. La relazione della Commissione sarà presentata al Parlamento europeo, al Consiglio e al Comitato economico e sociale

In oltre sulla base dell'esperienza acquisita nel quadro del programma MEDIA II, la Commissione prevede di continuare gli audit presso i beneficiari (circa 30 all'anno) per verificare la buona utilizzazione dei fondi comunitari. I risultati degli audit saranno oggetto di una relazione scritta.

Valutazione dei risultati ottenuti:

Le informazioni che permettono di misurare l'esecuzione, i risultati e gli effetti del programma proverranno dalle fonti seguenti:

- dati statistici elaborati sulla base delle informazioni contenute nei fascicoli di candidatura e nei controlli dei contratti con i beneficiari;
- relazione degli audit su un campione di beneficiari del programma (30 all'anno);
- colloqui con i MEDIA Desk e le Antenne e nei mercati nazionali;
- colloqui con esperti e organismi istituzionali (associazioni professionali nazionali e internazionali);
- colloqui con operatori del settore audiovisivo e con gli organismi di formazione specializzati.

10. SPESE AMMINISTRATIVE (SEZIONE III, PARTE A DEL BILANCIO)

Questa parte deve essere trasmessa contemporaneamente alla DG BUDG e alla DG ADM la quale la ritrasmetterà alla DG BUDG con il proprio parere.

La mobilitazione effettiva delle risorse amministrative necessarie dipenderà dalla decisione annuale della Commissione in materia di stanziamento delle risorse, che terrà conto del personale e degli importi supplementari autorizzati dall'autorità di bilancio.

10.1 Incidenza sull'organico

Tipo di occupazione		Organico da assegnare alla gestione dell'azione		di cui		durata
		Posti permanenti	Posti temporanei	Utilizzo delle risorse esistenti nella DG o nel servizio in questione	Ricorso a risorse supplementari	
Funzionari o agenti temporanei	A B C	9A; 6B; 8C;		5A; 3B; 3C	4A; 3B; 5C;	2001-2005
Altre risorse						
Totale		23		11	12	5 anni

Le risorse amministrative necessarie potranno essere mobilitate nel quadro della decisione annuale della Commissione relativa all'assegnazione delle risorse, considerando in particolare delle risorse supplementari autorizzate dall'autorità di bilancio.

Di conseguenza la DG EAC dovrà tener conto del rischio che, dopo l'approvazione della presente proposta legislativa, l'autorità di bilancio non accordi alla Commissione le risorse supplementari necessarie. In tal caso e se non è possibile alcuna redistribuzione da altri servizi della Commissione, la DG EAC dovrà provvedere ai bisogni supplementari di risorse umane esclusivamente tramite una redistribuzione interna.

10.2 Incidenza finanziaria globale delle risorse umane supplementari

(euro)

	Importi	Metodo di calcolo
Funzionari	12 420 000	23 persone/anno x 108 000 € (costo unitario) x 5 anni Titoli A1, A2, A4, A5 e A7
Agenti temporanei	-	
Altre risorse (Linea A 0 7002)		
Totale	12 420 000	

Gli importi rappresentano il costo totale dei posti supplementari per la durata totale dell'azione, se questa è a durata determinata, e per 12 mesi se la durata è indeterminata.

10.3 Aumento delle altre spese di funzionamento derivante dall'attività, in particolare costi causati dalle riunioni del comitato e dei gruppi di esperti

(euro)

Linea di bilancio (n° e titolo)	Importi	Metodo di calcolo
A-7031 Comitati obbligatori	949 000	COMITATO MEDIA: 30 esperti nazionali (2 esperti per delegazione 650 € per esperto) + 2 esperti per l'Islanda (900 € per esperto – base di calcolo: spese di missione Commissione 1998) + 2 esperti per la Norvegia (650 per esperto – base di calcolo: spese di missione Commissione 1998). Totale per riunione del comitato: 22 600. Il Comitato si riunisce una volta al mese x 5 anni = 1 356 000. Percentuale di stanziamento per la Decisione MEDIA Formazione del funzionamento del Comitato MEDIA: 70%.
A-7030 Costi di riunione	1 662 000	GRUPPI DI CONSULTAZIONE TECNICA: 30 esperti non-nazionali (2 esperti per delegazione 800 € per esperto/spese di trasporto e soggiorno) + 2 esperti per l'Islanda (900 per esperto per trasporto – base di calcolo: spese di missione Commissione 1998- e 149.63 per soggiorno) + 2 esperti per la Norvegia (650 per esperto per trasporto – base di calcolo: spese di missione Commissione 1998 e 149.63 per soggiorno). Totale per riunione del Gruppo: 27 700. Il Comitato si riunisce una volta al mese x 5 anni.
Totale	2 611 000	

Le spese riferite ai titoli A-7 presenti nei punti 10 saranno coperte dai crediti del pacchetto globale corrispondente alla DG EAC.