



**Bruxelles, 2 maggio 2018
(OR. en)**

8546/18

**CULT 53
AUDIO 29
CODEC 678**

NOTA DI TRASMISSIONE

Origine:	Jordi AYET PUIGARNAU, Direttore, per conto del Segretario Generale della Commissione europea
Data:	30 aprile 2018
Destinatario:	Jeppe TRANHOLM-MIKKELSEN, Segretario Generale del Consiglio dell'Unione europea
n. doc. Comm.:	COM(2018) 248 final
Oggetto:	RELAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO E AL CONSIGLIO Relazione di valutazione intermedia del programma Europa creativa (2014-2020)

Si trasmette in allegato, per le delegazioni, il documento COM(2018) 248 final.

All.: COM(2018) 248 final



Bruxelles, 30.4.2018
COM(2018) 248 final

**RELAZIONE DELLA COMMISSIONE AL PARLAMENTO EUROPEO E AL
CONSIGLIO**

Relazione di valutazione intermedia del programma Europa creativa (2014-2020)

{SWD(2018) 159 final}

INTRODUZIONE

Cultura e creatività svolgono un ruolo fondamentale nelle nostre società di oggi e nel plasmare il futuro europeo. Da un punto di vista economico, i settori culturale e creativo generano all'incirca 509 miliardi di euro in valore aggiunto al prodotto interno lordo (PIL), pari al 5,3% del totale dell'UE, e danno lavoro a oltre 12 milioni di addetti a tempo pieno, equivalenti al 7,5% della forza lavoro europea¹: sono il terzo più grande datore di lavoro nell'UE, dopo i settori dell'edilizia e degli alimenti e bevande. Contribuiscono inoltre in misura significativa agli investimenti, all'innovazione e alla creazione di posti di lavoro in tutta l'economia. Le ripercussioni sono positive in particolare nel settore digitale (in cui ad esempio i contenuti determinano lo sviluppo di infrastrutture a banda larga) e nel turismo culturale. Cultura e creatività favoriscono inoltre le esportazioni europee in tutto il mondo, rafforzando l'immagine dell'Europa e dello stile di vita europeo.

L'Europa, però, è più di un mercato unico, è anche un grande progetto culturale. I settori creativo e culturale sono un trampolino per preservare la nostra diversità culturale e linguistica, rafforzare la nostra identità europea e sostenere la coesione sociale. Trasmettono le conoscenze e i valori europei, che costituiscono il presupposto per democrazie sane e società inclusive. La cultura contribuisce quindi ad avvicinare maggiormente l'Europa ai suoi cittadini, in particolare nell'attuale contesto politico.

I settori culturale e creativo gettano ponti tra l'arte, la cultura, il mondo degli affari e la tecnologia. Contribuiscono a sviluppare il pensiero critico e le capacità di risoluzione dei problemi, come pure atteggiamenti favorevoli all'assunzione del rischio, che sono competenze chiave nella società di domani. Grazie all'accento posto sulla creatività e sull'adozione tempestiva di nuove tecnologie, come l'impiego di applicazioni da parte dei musei per facilitare l'accesso alle collezioni, oppure di video o sottotitoli da parte dei teatri, essi fungono da catalizzatori dell'innovazione.

“Europa creativa” è la risposta dell'Unione europea per aiutare i settori culturale e creativo a esprimere il loro potenziale di crescita. Tali settori sono intrinsecamente diversificati lungo linee nazionali e linguistiche, cosa che arricchisce il nostro panorama culturale. Nel contempo, incontrano ostacoli che intralciano la circolazione transnazionale delle opere creative e la loro capacità di operare a livello transnazionale e di raggiungere nuovi destinatari in Europa e al di fuori.

Il programma tiene conto della duplice natura delle attività culturali e audiovisive, da un lato, come motore della diversità e dell'impegno dei cittadini e, dall'altro, come motore della crescita e dei posti di lavoro, riconoscendone anche il più ampio contributo alla creatività, alla generazione di talenti, all'imprenditorialità e all'innovazione.

La presente relazione è redatta in conformità dell'articolo 18, paragrafo 3, del regolamento (UE) n. 1295/2013 del Parlamento europeo e del Consiglio, dell'11 dicembre 2013, che istituisce il programma Europa creativa (2014-2020), che impone alla Commissione di elaborare una relazione di valutazione intermedia, sulla base di una relazione di valutazione esterna e indipendente.

Tale valutazione intermedia esamina i progressi nell'attuazione del programma Europa creativa, delineandone i traguardi e affrontandone le principali debolezze, prendendo le mosse dalla

¹ Dallo studio “Boosting the competitiveness of cultural and creative industries for growth and jobs” pubblicato dalla Commissione nel 2016 e prodotto dall'Austrian Institute for SMEs/VVA Europe, utilizzando dati fino al 2013. Lo studio “Creating growth” pubblicato da Ernst and Young nel 2014 stima che nel 2012 le ICC abbiano avuto ricavi per 536 miliardi di euro, abbiano contribuito al 4,2% del PIL e abbiano dato lavoro a 7 milioni di persone, ossia al 3,3% della popolazione attiva. Mancano statistiche comparabili relative ai settori culturale e creativo a livello europeo.

relazione di valutazione indipendente, dall'esperienza diretta nella gestione del programma e dalle ampie consultazioni con le parti interessate. Essa è accompagnata da un documento di lavoro dei servizi in cui sono illustrati i dati su cui si basa la presente relazione.

CONTESTO DEL PROGRAMMA EUROPA CREATIVA

Europa creativa è il programma quadro dell'Unione europea per il sostegno ai settori culturale e creativo. Nel 2014 ha riunito tre programmi (MEDIA, Cultura e MEDIA Mundus) al fine di creare un unico strumento generale per aumentare l'efficienza, cogliere in maniera più efficace le opportunità del passaggio al digitale e affrontare la frammentazione di mercato.

L'architettura del programma riconosce l'eterogeneità dei settori culturale e creativo, i loro diversi gruppi destinatari e l'esigenza di approcci personalizzati. Ciò spiega perché il programma è strutturato attorno a due sottoprogrammi indipendenti e una sezione transettoriale.

Creato nel 1991 per accompagnare la direttiva "televisione senza frontiere", il sottoprogramma MEDIA (in appresso denominato "MEDIA"), rivolto al settore degli audiovisivi, promuove la creazione di contenuti audiovisivi (film, serie TV, videogiochi) e il relativo accesso al pubblico europeo e globale attraverso tutti i canali di distribuzione.

Il sottoprogramma Cultura si occupa delle iniziative nel settore della cultura, come quelle che promuovono la cooperazione transfrontaliera, le piattaforme, la creazione di reti e la traduzione letteraria.

Una sezione transettoriale, rivolta sia al settore culturale sia al settore creativo e comprendente uno strumento di garanzia, sostiene la cooperazione strategica transnazionale. Tale sezione fornisce inoltre sostegno ai punti di contatto Europa creativa in tutti i paesi partecipanti, per aiutarli a raggiungere i portatori di interessi.

Il programma è complementare alle azioni nazionali nel campo della cultura e del settore degli audiovisivi e rispecchia le priorità strategiche seguite dall'UE nel campo culturale e creativo.

Il programma Europa creativa è aperto alle organizzazioni culturali e creative degli Stati membri dell'UE come pure, a determinate condizioni, ad alcuni paesi terzi. Attualmente Europa creativa include 33 paesi partecipanti, dalla Norvegia alla Tunisia, dall'Ucraina alla regione dei Balcani. In particolare, la partecipazione a MEDIA è vincolata all'osservanza della direttiva 2010/13/UE (direttiva sui servizi di media audiovisivi).

Il programma è istituito per il periodo compreso tra il 1° gennaio 2014 e il 31 dicembre 2020. La presente relazione tratta tutte le sezioni del programma (ad eccezione delle Capitali europee della cultura, che costituiscono l'oggetto di valutazioni separate) e copre il suo intero ambito geografico durante i primi tre anni di attuazione.

PRINCIPALI RISULTATI DELLA RELAZIONE DI VALUTAZIONE²

Lo scopo della valutazione è:

- Valutare l'efficacia delle misure adottate per raggiungere gli obiettivi del programma, l'efficienza del programma e il suo valore aggiunto europeo.
- Valutare la coerenza interna ed esterna del programma, il perdurare della pertinenza di tutti i suoi obiettivi e le possibilità di semplificazione.
- Occuparsi del contributo di Europa creativa alle priorità strategiche dell'UE.
- Valutare l'incidenza a lungo termine dei programmi precedenti.

² Questi risultati sono riportati nel documento SWD (2018) 159.

In conformità degli orientamenti per legiferare meglio³, questa valutazione si occupa della pertinenza, della coerenza, dell'efficacia, dell'efficienza, della sostenibilità e del valore aggiunto per l'UE del programma.

Pertinenza

Nel complesso, la logica d'intervento e gli obiettivi del programma rimangono rilevanti per le priorità strategiche dell'UE e per le **sfide centrali dei settori culturale e creativo**, vale a dire i mercati frammentati, la competizione globale e l'innovazione digitale, come anche l'accesso ai finanziamenti.

Europa creativa ha affrontato tali sfide e, in un contesto caratterizzato da modelli di consumo mutevoli, ha adattato continuamente il suo sostegno alle esigenze dei beneficiari in settori in rapida trasformazione.

Tuttavia, nonostante i risultati positivi, occorre fare di più per cogliere appieno le opportunità presentate dal passaggio al digitale, tenendo conto dei nuovi destinatari e modelli di consumo e di come avvengono la realizzazione, la produzione, l'accesso e la monetizzazione delle opere culturali e creative nell'economia digitale.

MEDIA ha migliorato la circolazione transfrontaliera di produzioni audiovisive e film europei e ha creato o ampliato le possibilità di accesso a tali opere europee da parte dei cittadini europei. Ciò è altamente rilevante in quanto, degli oltre 1 500 film prodotti in Europa ogni anno, meno della metà esce dal territorio nazionale. MEDIA ha inoltre sostenuto lo sviluppo delle opere prima della produzione al fine di aumentare il potenziale interesse transfrontaliero.

MEDIA si è adattato alle nuove tendenze di mercato, non da ultimo mediante la promozione online delle opere europee. Una maggiore collaborazione lungo la catena del valore e al di là dei confini aiuterebbe tuttavia gli operatori del settore a collaborare per rispondere al passaggio al digitale e alla globalizzazione.

Il sottoprogramma **Cultura** investe nella cultura per stimolare la coesione sociale, la creazione di posti di lavoro e la crescita economica nelle regioni e città. I piani previsti da Europa creativa continuano a essere pertinenti per l'obiettivo di **preservare il patrimonio culturale e la diversità in Europa** e di promuovere la creatività artistica e i valori europei.

Nell'ambito della **sezione transettoriale**, lo strumento di garanzia risponde direttamente alle esigenze delle PMI culturali e creative che hanno difficoltà ad accedere ai prestiti a causa della natura immateriale dei loro beni. La forte risposta del mercato al suo lancio nel 2016, con tre accordi di garanzia firmati a gennaio 2017, mostra la pertinenza di questo strumento per le esigenze del mercato. Un'integrazione di 60 milioni di euro (dal Fondo europeo per gli investimenti strategici), equivalente al 50% del bilancio totale, sarà erogata già nel 2017 in modo da consentire un più rapido intervento del sostegno della garanzia, raggiungere più paesi e settori e migliorare l'equilibrio geografico e settoriale.

Coerenza

Europa creativa prevede una serie di azioni a sostegno dei settori degli audiovisivi e culturale e i sottoprogrammi MEDIA e Cultura sono intrinsecamente coerenti. Il sottoprogramma MEDIA offre una copertura coerente delle diverse fasi della catena del valore; il sottoprogramma Cultura fornisce una risposta ampiamente coerente alla vasta gamma di esigenze del settore culturale.

La coerenza di Europa creativa nel suo complesso potrebbe essere migliorata mediante un maggiore sostegno al lavoro transettoriale nell'ambito della sezione transettoriale.

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

Gli obiettivi e le priorità di Europa creativa sono complessivamente coerenti e complementari con quelli delle politiche e dei programmi nazionali e rispettano quindi il principio di sussidiarietà.

Europa creativa è coerente con gli obiettivi di Europa 2020 di una crescita intelligente, sostenibile e inclusiva e con la sua iniziativa faro, la strategia per il mercato unico digitale lanciata nel 2015.

MEDIA ha contribuito alla strategia per il mercato unico digitale. Incoraggiando la circolazione delle opere UE a livello internazionale, MEDIA sostiene l'accesso transfrontaliero ai contenuti e svolge un ruolo centrale nell'attuazione delle misure di sostegno che accompagnano la riforma del diritto d'autore. Esso completa inoltre i requisiti di promozione e visibilità delle opere dell'UE, enunciati nella proposta di revisione della direttiva sui servizi di media audiovisivi.

L'incidenza di MEDIA sarebbe ulteriormente rafforzata da una maggiore coerenza con i programmi nazionali di sostegno alla cinematografia, che forniscono la maggior parte del sostegno al settore degli audiovisivi (circa 2 miliardi di euro all'anno rispetto ai circa 115 milioni di euro di MEDIA). A tal fine, nel 2015 è stato avviato un dialogo con la European Film Agency Directors Association (EFAD) allo scopo di sviluppare una visione strategica comune per il settore. A luglio 2017 è stato inoltre istituito, nell'ambito del metodo aperto di coordinamento, il gruppo di esperti degli Stati membri per migliorare la circolazione dei film europei.

Esiste una forte coerenza tra Europa creativa e l'obiettivo dell'agenda europea per la cultura di promuovere la cultura quale catalizzatore della creatività, come dimostra il sostegno del programma allo sviluppo di capacità e competenze per gli operatori dei settori culturale e creativo. In particolare, lo sviluppo di capacità e competenze è incorporato nei piani del sottoprogramma Cultura, tra cui in particolare Progetti e reti di cooperazione.

Europa creativa è ampiamente coerente con altri programmi internazionali per il settore culturale, provenienti soprattutto da trust e fondazioni, i cui fondi sono specifici e su scala relativamente modesta. Il sottoprogramma Cultura integra altre forme di sostegno internazionale fornendo un livello di finanziamento coerente e su scala relativamente vasta per il lavoro transnazionale.

Efficacia

Europa creativa ha contribuito considerevolmente all'**obiettivo di occupazione di Europa 2020 e alle priorità dell'attuale Commissione**: stimolare gli investimenti finalizzati alla creazione di posti di lavoro e creare un mercato interno più equo e profondo con una base industriale rafforzata. Dal 2014 al 2016 Europa creativa ha destinato 544 milioni di euro al finanziamento di 2 580 organizzazioni nei settori culturale e creativo. Si stima che durante tale periodo abbia generato 3 000 posti di lavoro.

MEDIA fornisce sostegno in varie forme, dalla formazione alla distribuzione, dallo sviluppo alla diffusione. In particolare, ha sostenuto un mercato interno per i film europei non nazionali, sostenendo la distribuzione transfrontaliera di oltre 400 film all'anno, equivalenti al 25% della produzione cinematografica annuale europea. I film che hanno ricevuto il sostegno alla distribuzione di MEDIA hanno raggiunto oltre 65 milioni di ingressi totali all'anno⁴. Tale sostegno ha anche contribuito ad aumentare la disponibilità di contenuti giuridici in tutta l'Unione. La rete di Europa Cinema, il più grande beneficiario individuale di MEDIA, si concentra inoltre sulla diffusione di film europei non nazionali in 33 paesi altrimenti più difficili da raggiungere.

⁴ Esclusi gli ingressi sul mercato nazionale.

Tuttavia, benché dal 2014 gli ingressi nelle sale cinematografiche in Europa abbiano raggiunto livelli record, il pubblico complessivo dei film europei non è aumentato in misura significativa. Ciò significa che i film statunitensi sono stati il motore della crescita del numero di ingressi in Europa⁵.

Inoltre, i servizi Video On Demand (VOD) sostenuti dal programma sono oggi principalmente servizi VOD nazionali con un ricco catalogo di film europei, compresi quelli non nazionali, ma con un pubblico limitato.

MEDIA deve promuovere il lavoro sul fronte della domanda al fine di avvicinare tali film a un pubblico più ampio e in particolare alle nuove generazioni, vale a dire ai nativi digitali che rappresentano il futuro del mercato degli audiovisivi. A ciò si aggiunga che la portata di MEDIA è cresciuta nel corso degli anni senza un aumento equivalente del bilancio e, di conseguenza, il finanziamento è troppo diluito tra numerosi beneficiari. Vi sono attualmente 14 piani che si rivolgono a segmenti differenti del settore degli audiovisivi. Ciò richiede un maggiore accento sul sostegno alla crescita delle attività e alla promozione della collaborazione nel settore in tutta Europa, in particolare nel contesto di un mercato digitale più aperto e competitivo.

Il sottoprogramma **Cultura** sostiene gran parte dei sottosectori in maniera equilibrata, ma sono state espresse preoccupazioni riguardo alla priorità attribuita agli obiettivi economici rispetto alle considerazioni di carattere artistico e sociale. Le dimensioni medie dei progetti sostenuti sono più che raddoppiate, mentre il numero di operatori è calato di un terzo con il crescente orientamento del programma alla competitività. Il sottoprogramma è stato comunque in grado di attrarre tutta una serie di settori culturali diversi, compresi quelli con e senza una spiccata dimensione industriale. Infine, le attività sostenute dai programmi Cultura contribuiscono alla creazione di uno “spazio culturale europeo” e hanno quindi aiutato a promuovere la diversità culturale.

Nell’ambito della **sezione transettoriale**, lo strumento di garanzia è stato lanciato non appena è divenuto disponibile il bilancio nel 2016. La Commissione ha integrato il proprio bilancio nella misura del 50%, con l’aiuto del Fondo europeo per gli investimenti strategici, al fine di reagire alla forte risposta del mercato. Al di là dello strumento di garanzia, il bilancio limitato della sezione transettoriale ha frenato la capacità di sviluppare attività maggiormente transettoriali nella pratica.

Efficienza

Date le vaste dimensioni e la varietà dei settori degli audiovisivi e culturale a livello europeo e le zone geografiche interessate dai programmi valutati, il bilancio di Europa creativa non è sufficiente a generare effetti importanti su scala europea e/o a livello settoriale.

L’efficienza dei programmi in termini di costi è stata soddisfacente ed è complessivamente migliorata da un periodo di programmazione all’altro. L’efficienza della maggior parte dei piani è migliorata e/o è rimasta stabile. Il tasso di successo è calato da un periodo di programmazione all’altro, a riprova del fatto che i piani sono finanziati in misura insufficiente rispetto al potenziale interesse generato; un numero elevato di domande valide viene respinto.

Per quanto riguarda MEDIA, sono stati realizzati incrementi significativi dell’efficienza con le applicazioni elettroniche, l’introduzione dei pagamenti forfettari per tre piani (festival, sviluppo e distribuzione) e il raggruppamento delle sovvenzioni in contratti singoli. L’aumento nel numero di transazioni di scarsa rilevanza comporta tuttavia spese amministrative generali.

L’efficienza dei piani nell’ambito del sottoprogramma Cultura è stata complessivamente superiore rispetto ai programmi precedenti. L’aumento del costo per progetto è stato solitamente

⁵ Nel 2016 i film statunitensi detenevano il 67,4% della quota di mercato del botteghino europeo.

compensato da un livello superiore di risultati e/o da contributi a livelli più elevati di risultati e/o effetti. Per esempio, le “piattaforme” sono state efficienti in termini di costi soprattutto perché costituiscono un modo relativamente diretto per raggiungere gli artisti, mentre i “progetti di traduzione letteraria” hanno prodotto più traduzioni di quelle sostenute nell’ambito del programma antecedente.

Nell’ambito della sezione transettoriale, l’azione di più vasta portata è stato lo strumento di garanzia, che è stato attuato con grande efficacia dopo il suo lancio a metà del 2016. I progressi nell’attuazione hanno superato le aspettative, in quanto nel 2017 sono stati firmati otto accordi di garanzia in sei territori, mentre l’obiettivo per il 2020 prevedeva dieci accordi di garanzia in otto territori.

La Commissione e l’Agenzia esecutiva per l’istruzione, gli audiovisivi e la cultura (EACEA) hanno monitorato l’attuazione dei piani di sostegno e il conseguimento dei risultati. Non ci sono tuttavia state analisi e comunicazioni sistematiche dei risultati e degli effetti ottenuti a livello di programma. Ciò è dovuto in parte all’accento posto sull’attuazione nella prima fase del programma e in parte all’assenza di indicatori di prestazione sufficientemente robusti e collegati alle attività del programma. Ciò si traduce in una documentazione più debole dei risultati del programma e ne ostacola la valutazione.

Sostenibilità

La sostenibilità dei risultati risiede principalmente nella prosecuzione dei partenariati avviati nell’ambito di Europa creativa e dei programmi antecedenti. Nell’ambito dei sottoprogrammi MEDIA e Cultura, la collaborazione tra i partner di progetto è portata avanti in qualche forma oltre il ciclo di vita dei progetti. Nell’ambito di MEDIA, la sostenibilità si rileva anche nell’intenzione e nella capacità delle organizzazioni di proseguire la collaborazione, ossia nell’interesse continuato a (co)produrre o distribuire opere con una dimensione europea.

La sostenibilità degli effetti si concretizza attraverso lo scambio di insegnamenti durante l’attuazione dei progetti e la divulgazione di tali insegnamenti. Ciò, a sua volta, conduce alla professionalizzazione del settore grazie a una maggiore capacità di lavorare su scala internazionale e allo sviluppo di nuove capacità e competenze o allo sfruttamento dei risultati dei progetti nel settore. Questo è quanto si è verificato nei programmi, ma soprattutto per il sottoprogramma Cultura e il programma antecedente.

Valore aggiunto per l’UE

Europa creativa ha fornito un valore aggiunto per l’UE, in particolare concentrandosi simultaneamente sulla cooperazione transnazionale e sullo sviluppo dei programmi di sostegno nazionali. Solo alcuni fondi internazionali sostengono la cooperazione transnazionale e quelli che lo fanno sono su scala decisamente ridotta. La maggior parte delle attività sostenute avrebbe avuto una portata e una dimensione notevolmente ridotte o non avrebbe avuto affatto luogo senza i finanziamenti erogati da Europa creativa e dai programmi antecedenti.

MEDIA ha contribuito a riunire diversi operatori di diversi Stati membri, creando valore per l’intero settore degli audiovisivi. Le reti transnazionali specializzate, come Europa Distribution o Europa International, hanno consentito rispettivamente a distributori e agenti di vendita di unire i loro sforzi per la promozione e la distribuzione delle opere europee. Grazie al sostegno di MEDIA, numerose opere europee sono circolate e sono state viste oltre i confini nazionali, contribuendo così a promuovere la diversità della cultura europea. MEDIA ha inoltre contribuito a raggiungere l’obiettivo del mercato unico digitale di un più ampio accesso ai contenuti online. Nel contempo, esiste un margine di ulteriore miglioramento nella circolazione delle opere europee attraverso un migliore processo di selezione, promozione e commercializzazione delle stesse.

Nessun paese è uguale all'altro nelle sfide che deve affrontare per sviluppare il proprio settore degli audiovisivi. Pertanto, MEDIA ha anche cercato di affrontare la questione della parità di condizioni tra paesi con capacità differenti, attraverso una serie di misure di discriminazione positiva a favore dei paesi dotati di basse capacità nel settore degli audiovisivi, cosa che ha ampliato la partecipazione dei professionisti di tutta l'Unione.

Per il sottoprogramma Cultura, le attività finanziate sono meno strettamente integrate nei processi esistenti, sebbene possano essere in genere strettamente allineate con le attività generali dell'organizzazione. Molto probabilmente gran parte delle attività non avrebbe avuto luogo senza il finanziamento dell'UE.

Nell'ambito della sezione transettoriale, lo strumento di garanzia dovrebbe esercitare un effetto leva pari a sei, il che è un modo molto efficace per aumentare l'accesso ai finanziamenti. A partire da un bilancio iniziale di 121 milioni di euro, oltre 700 milioni di euro di prestiti dovrebbero essere concessi alle PMI e agli operatori culturali in tutta Europa.

RACCOMANDAZIONI PRINCIPALI DELLA VALUTAZIONE ESTERNA E AZIONI DELLA COMMISSIONE PROPOSTE

Pertinenza

Il successo di Europa creativa dipenderà in larga misura dalla capacità di stabilire un collegamento tra contenuti culturalmente vari e il pubblico. Lo studio esterno ha pertanto sottolineato l'esigenza di rafforzare l'accento sui destinatari.

La cultura europea deve abbracciare la rivoluzione digitale se vuole mantenere la propria diversità, ma anche creare contenuti di qualità che possano viaggiare su scala globale. La valutazione ha infatti messo in evidenza la necessità di adattarsi al panorama in mutamento. La digitalizzazione può alimentare un circolo virtuoso di maggiore accesso alle opere culturali e creative, all'imprenditorialità e a nuove opportunità di investimento.

Nel contesto delle sue attività di monitoraggio annuali, la Commissione riferirà sul modo in cui il programma sta cogliendo le opportunità offerte dalla trasformazione digitale, dalla creazione di contenuti di valore elevato ai nuovi canali di distribuzione.

La valutazione indica la necessità che MEDIA, in un programma futuro, concentri maggiormente il proprio sostegno sui contenuti che hanno le potenzialità di circolare oltre confine. Il futuro sottoprogramma MEDIA potrebbe privilegiare lo sviluppo e le co-produzioni con un potenziale di successo transfrontaliero. Poiché il settore degli audiovisivi è in perenne mutamento, anche la sperimentazione di nuovi tipi di narrazione potrebbe essere sostenuta a livello europeo.

La distribuzione e la promozione svolgeranno un ruolo strategico nello stabilire un collegamento con il pubblico. I contenuti devono essere messi a disposizione là dove si trovano i destinatari, per esempio mediante maggiori possibilità di accesso online. Pertanto, dopo il 2020 MEDIA potrebbe considerare modelli innovativi per la promozione e la distribuzione dei contenuti che riuniscono autori, produttori, agenti di vendita, distributori e servizi di piattaforma. Il sostegno di MEDIA alla distribuzione online potrebbe inoltre diventare maggiormente strategico. Per esempio, gli operatori che nutrono ambizioni di crescita potrebbero essere incoraggiati a collaborare e sviluppare autentiche strategie transfrontaliere e modelli di business che consentano loro di competere con le piattaforme globali.

A partire dal 2018-2020 la Commissione avvierà un dialogo sui contenuti, in particolare per valutare in che modo il sostegno alla televisione possa essere reso più efficace alla luce dei mutevoli formati degli audiovisivi (serie TV, online, transmedia). La Commissione intavolerà anche un dialogo sul modo migliore per sostenere la promozione e la commercializzazione. In tale contesto, avvierà una sperimentazione pilota su scala ridotta utilizzando i megadati per far corrispondere i contenuti al pubblico.

Anche se il sottoprogramma Cultura si sta dimostrando pertinente nel sostenere le esigenze di sviluppo di capacità delle organizzazioni culturali e nel contribuire alla diversità culturale in Europa, vi è l'esigenza di tenere meglio in considerazione le ambizioni dei piccoli operatori culturali. A tal fine, la Commissione valuterà se i piccoli operatori abbiano accesso a un sostegno finanziario adeguato alle ambizioni di crescita al di fuori del mercato nazionale. Nel contempo, riconsidererà se la distinzione tra progetti di cooperazione di piccole e grandi dimensioni sia rilevante per lo sviluppo e la crescita degli operatori culturali.

Sebbene i progetti finanziati nell'ambito delle reti europee generino potenzialmente effetti positivi, la loro concezione iniziale non ha dato ai beneficiari la flessibilità che vorrebbero per adattare le loro attività alle più ampie evoluzioni settoriali o di mercato, anche se nuovi aspetti o altri adeguamenti analoghi possono essere inclusi sulla base dei programmi di lavoro presentati annualmente. È dunque necessario: - consentire ai beneficiari delle reti europee di modificare aspetti delle loro attività di progetto in risposta alle nuove tendenze tecnologiche o di mercato; -

garantire una pertinenza tematica continua per i progetti di cooperazione, mettendo i beneficiari in condizione di cambiare o modificare più agevolmente le loro attività.

Nonostante l'ampia rilevanza del piano di traduzione letteraria, occorre sostenere ulteriormente la diversità linguistica incoraggiando la traduzione di opere di letteratura dei paesi più piccoli in inglese, francese, tedesco e spagnolo e prendendo in considerazione un migliore riconoscimento dei generi minori, come la letteratura per l'infanzia, le opere teatrali e la poesia.

Per quanto riguarda la sezione transettoriale, il programma futuro prenderà le mosse dall'esperienza e dalla comprensione maturate con lo strumento di garanzia in relazione alle esigenze di finanziamento delle aziende e degli operatori culturali. L'esperienza insegna che gli strumenti finanziari attirano investimenti privati nei progetti, condividendo l'elemento di rischio e aumentando il loro potenziale di mercato. Si potrebbe considerare una varietà di strumenti che combinino finanziamenti pubblici e privati, compreso uno strumento di capitale per progetti di dimensioni maggiori e a rischio più elevato.

Nel periodo fino al 2020 l'iniziativa faro dello strumento di garanzia risponderà alla forte domanda di mercato perseguendo accordi di garanzia supplementari fino al limite massimo dell'integrazione fornita dal Fondo europeo per gli investimenti strategici. Ciò amplierà la partecipazione geografica degli intermediari finanziari al finanziamento dei settori culturale e creativo.

Vanno promossi anche altri tipi di progetti transettoriali. La Commissione cercherà di aumentare la collaborazione e le sinergie nell'attuazione di progetti e azioni transettoriali, per esempio i progetti per l'integrazione dei rifugiati e i moduli per le lauree magistrali in ambito umanistico e scientifico.

Coerenza

Verranno compiuti ulteriori sforzi per incrementare la coerenza di Europa creativa con gli obiettivi strategici dell'UE, come l'agenda europea per la cultura e la strategia per il mercato unico digitale, integrando di tali obiettivi strategici nel programma.

Il programma Europa creativa si aggiunge ad altri programmi di finanziamento dell'UE, vale a dire Erasmus+, Orizzonte 2020 e programmi negli ambiti della migrazione e cittadinanza. Per soddisfare il bisogno di maggiori informazioni sulle opportunità complementari offerte da altre fonti di finanziamento UE, la Commissione prenderà in considerazione tutte le soluzioni, inclusa la pubblicazione di un opuscolo per informare i portatori di interessi sul sostegno aziendale ed economico generale disponibile e sul finanziamento alla cultura in diversi contesti (per esempio istruzione, formazione, ricerca, infrastruttura).

Al fine di rafforzare la coerenza con le fonti di finanziamento nazionali e internazionali, la Commissione condividerà maggiori informazioni con gli organismi di settore degli Stati membri in modo da promuovere la coerenza con Europa creativa. Si potrebbe promuovere il dialogo con le organizzazioni internazionali di finanziamento, come EURIMAGES, allo scopo di favorire la complementarità.

MEDIA continuerà ad accompagnare gli sforzi per promuovere la disponibilità dei contenuti europei online, come previsto nel quadro della riforma del diritto d'autore. Sosterrà la maggiore promozione delle opere europee prevista dalla direttiva sui servizi di media audiovisivi.

In relazione ai fondi degli Stati membri, saranno garantiti maggiore coerenza, allineamento e complementarità con MEDIA. A tal fine, MEDIA potrebbe dare il proprio sostegno al dialogo strategico per la promozione della collaborazione e delle sinergie tra gli Stati membri allo scopo di raggiungere gli obiettivi programmatici dell'UE in tale ambito.

Intanto nel 2018 sarà portato avanti il dialogo con la European Film Agency Directors Association (EFAD). Per la fine del 2018, il gruppo del metodo aperto di coordinamento sulla

circolazione dei film europei che riunisce rappresentanti degli Stati membri fornirà informazioni utili sulla circolazione e sul promozione transfrontaliera delle opere europee, come anche sulla complementarità tra finanziamento nazionale e UE.

La Commissione continuerà a dialogare con i portatori di interessi del settore degli audiovisivi attraverso il Forum sul cinema europeo. Le conclusioni principali tratte da tale dialogo saranno prodotte ogni due anni. Gli studi e le analisi dell'Osservatorio europeo dell'audiovisivo saranno inoltre utilizzati in maniera più sistematica per il processo decisionale e per guidare l'attuazione di MEDIA.

Efficacia

Europa creativa si occuperà in maniera bilanciata dei due obiettivi generali del programma, ossia la diversità culturale e la competitività, tenendo conto della poliedricità del programma come anche dei suoi obiettivi culturali, sociali ed economici.

La valutazione mostra che l'innovazione e la sperimentazione potrebbero essere sostenute in modo più efficace per promuovere forme innovative di collaborazione e progetti trasversali tra i settori creativi (per esempio cinematografia e moda, architettura e realtà virtuale), così da approfittare del passaggio al digitale.

Per quanto riguarda MEDIA, nel prossimo programma si potrebbe rafforzare la flessibilità in modo da consentire un rapido adattamento alle esigenze emergenti e concentrarsi su un numero limitato di azioni e sulle priorità chiave così da incentivare la collaborazione per superare i comparti stagni di settore.

Nel frattempo, nel periodo 2018-20, MEDIA sosterrà ulteriormente la crescita delle imprese audiovisive, promuovendo nuovi modelli di collaborazione e strategie di distribuzione congiunta e rivedendo il piano di distribuzione selettiva per incentivare una collaborazione transfrontaliera più sostenuta.

In seguito all'adozione del piano europeo per l'animazione da parte del settore nel 2017, la Commissione contribuirà ad attuare le azioni individuate al fine di far crescere il settore europeo dell'animazione, che ha buone possibilità di svilupparsi e competere a livello internazionale.

Efficienza

Nell'ambito del prossimo programma, i futuri MEDIA e Music Moves Europe potrebbero cercare modi per premiare i successi e i buoni risultati.

La valutazione ha indicato l'esigenza di sviluppare un quadro completo di monitoraggio delle prestazioni composto da una serie di indicatori strettamente correlati agli obiettivi del programma, sia in termini di risultati e vantaggi per i beneficiari sia in termini di incidenza culturale, economica e sociale più ampia e a più lungo termine.

Intanto nel corso del 2018 i servizi della Commissione proporranno di rafforzare i sistemi del quadro di monitoraggio, i processi e gli indicatori per il programma Europa creativa. Saranno adottati indicatori di performance qualitativi e quantitativi supplementari in linea con l'articolo 20 del regolamento Europa creativa (atto delegato). La Commissione affronterà le sfide associate all'attuale quadro di monitoraggio, vale a dire la natura degli indicatori e dei dati attualmente comunicati e i ruoli e le responsabilità relativamente al monitoraggio del programma.

Le procedure di domanda saranno ulteriormente snellite e sarà garantita l'informazione tempestiva dei beneficiari in merito ai risultati della selezione. Per MEDIA, il sistema degli importi forfettari sarà monitorato allo scopo di garantire l'allineamento con l'evoluzione dei costi reali nel settore, così da continuare a fornire un sostegno più semplice e più rapido sotto forma di sovvenzioni. L'attuazione di MEDIA sarà semplificata e snellita, per esempio raggruppando i beneficiari e riducendo il numero di contratti di sovvenzione e transazioni di

pagamento sottostanti. In particolare, per quanto riguarda i piani di distribuzione, che rappresentano il 30% del bilancio di MEDIA, l'intenzione è di ridurre le transazioni del 30%, riducendo così le spese amministrative generali.

Sostenibilità

Europa creativa raggiunge i cittadini attraverso le opere e le attività sostenute, arricchendo la loro identità europea. Non sempre però i cittadini sono a conoscenza del ruolo svolto da Europa creativa. Prendendo le mosse da recenti esperienze, come i concorsi online, la comunicazione attraverso i social media sarà aumentata al fine di raggiungere una platea più ampia di destinatari. La Commissione organizzerà conferenze e manifestazioni dimostrative sul posto per divulgare i risultati, ponendo l'accento sulla collaborazione e sulle questioni transettoriali.

I punti di contatto Europa creativa saranno incoraggiati a sviluppare il loro ruolo attraverso la condivisione di storie di successo non solo nazionali ma anche paneuropee, così da aumentare la visibilità delle co-produzioni e delle strategie di distribuzione collaborativa.

Poiché i progetti sostenuti da Europa creativa raggiungono potenzialmente ampie platee di destinatari e presentano un buon potenziale di comunicazione con i cittadini, la Commissione rafforzerà e monitorerà da vicino l'osservanza dei requisiti di visibilità appropriati. La Commissione continuerà inoltre a presentare storie di successo e a fornire ai beneficiari linee guida e strumenti idonei per condividere le loro storie online.

Le opere creative e culturali sostenute da Europa creativa costituiscono un portafoglio di contenuti con una dimensione europea, mentre i portatori di interessi hanno preso atto della possibilità di sfruttare maggiormente i risultati del programma. La Commissione considererà un nuovo criterio di assegnazione per sviluppare un piano di sfruttamento sostenibile dei risultati dei progetti. Si dovrebbe inoltre valutare l'istituzione di nuovi meccanismi per garantire lo sfruttamento dei risultati dei progetti nel sottoprogramma Cultura.

Valore aggiunto per l'UE

Al fine di trarre profitto dai partenariati e dalle reti esistenti, la Commissione monitorerà lo sviluppo di nuovi partenariati, per esempio tra paesi dotati di capacità alte e basse.

Per quanto riguarda MEDIA, la Commissione ha condotto ampie discussioni con gli Stati membri su come creare parità di condizioni tra i paesi con una diversa capacità nel settore degli audiovisivi, garantendo nel contempo che il criterio di selezione primario rimanga l'eccellenza dei progetti. Di conseguenza, nel prossimo programma sarà sviluppata una nuova definizione di "capacità" basata su un insieme di indicatori misurabili.

I recenti sviluppi mostrano l'importanza della creatività e della cultura nel sostenere democrazie sane, la diversità e un senso condiviso dell'identità europea. La cultura svolge un ruolo unico nel sensibilizzare i cittadini sulle sfide sociali comuni e, attraverso una buona narrazione, può riunire le persone di tutta Europa. Europa creativa presenta un potenziale forte ma inutilizzato per sostenere nuove forme di impegno dei cittadini a livello transfrontaliero. Questo potenziale merita di essere sfruttato appieno.

Il prossimo programma può avere un ruolo importante nel rispondere al populismo rafforzando la diversità culturale e incrementando la tolleranza e la comprensione reciproca; per questo motivo intensificherà la dimensione civica delle sue attività.