



COMMISSIONE EUROPEA

Bruxelles, 20.12.2010
COM(2010) 777 definitivo

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

Relazione di valutazione intermedia del programma MEDIA 2007

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

Relazione di valutazione intermedia del programma MEDIA 2007

1. INTRODUZIONE

Oggetto della presente relazione è la valutazione intermedia del programma MEDIA 2007. In forza dell'articolo 14, paragrafo 2 della decisione n. 1718/2006/CE del Parlamento europeo e del Consiglio del 15 novembre 2006 riguardante l'attuazione di un programma di sostegno al settore europeo dell'audiovisivo (MEDIA 2007¹), essa presenta la valutazione intermedia dei risultati raggiunti e degli aspetti qualitativi e quantitativi dell'attuazione del programma.

L'articolo 19 dispone inoltre che il controllo e la valutazione della partecipazione dell'Unione all'Osservatorio europeo dell'audiovisivo siano effettuati nella fase di controllo e di valutazione del programma MEDIA in forza dell'articolo 14.

La presente relazione espone i principali risultati raggiunti nei primi tre anni di attuazione e le raccomandazioni per eventuali modifiche. Essa copre il periodo dal 1 gennaio 2007 al 31 dicembre 2009 e si basa sulle conclusioni della valutazione intermedia effettuata dal consorzio Euréval – Media Consulting Group (MCG²).

2. IL PROGRAMMA MEDIA

All'adozione da parte del Parlamento e del Consiglio del programma MEDIA I nel 1991 ha fatto seguito una coerente politica d'intervento finanziario a lungo termine, che consentisse all'industria europea dell'audiovisivo di trarre beneficio da un mercato di dimensioni europee. Tale politica è stata portata avanti con i programmi MEDIA II, MEDIA Plus e MEDIA Formazione (2001-2006).

Conformemente ai principi di sussidiarietà e di complementarità, il programma d'azione comunitario interviene a monte e a valle della produzione lasciando alle autorità nazionali il compito di sostenere la produzione. Il programma interviene dunque a sostegno della formazione dei professionisti oltre che dello sviluppo, della distribuzione e della promozione delle opere.

Il programma MEDIA 2007, dotato di un budget di 755 milioni di euro per un periodo di 7 anni (2007- 2013), persegue tre obiettivi principali:

- salvaguardare e rafforzare la diversità culturale europea e il relativo patrimonio cinematografico e audiovisivo, garantirne l'accessibilità al pubblico e promuovere il dialogo interculturale;

¹ GU L 327 del 24.11.2006.

² Il testo integrale della relazione di valutazione può essere consultato sul seguente sito:
http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/evalreports/index_en.htm#cultureHeader.

- favorire la circolazione di opere audiovisive europee all'interno e all'esterno dell'Unione europea;
- rafforzare la concorrenzialità del settore europeo dell'audiovisivo nel quadro di un mercato aperto e competitivo.

Nei diversi settori d'intervento si sono definiti i seguenti obiettivi prioritari:

- promuovere la creatività nel settore audiovisivo e il valore culturale del patrimonio cinematografico e audiovisivo europeo;
- rafforzare la struttura del settore europeo dell'audiovisivo con particolare riferimento alle PMI;
- ridurre il divario tra i paesi europei ad alta capacità produttiva nel settore audiovisivo e quelli a capacità più ridotta appartenenti ad aree linguistiche limitate;
- seguire e sostenere gli sviluppi del mercato in fatto di digitalizzazione.

Le novità di MEDIA 2007

MEDIA 2007 ha attuato una semplificazione generale delle procedure amministrative introducendo una clausola di proporzionalità nelle norme finanziarie e amministrative. L'obiettivo era quello di ridurre gli oneri amministrativi e renderli proporzionali sia agli importi delle sovvenzioni, sia alla natura dei beneficiari. Sono state inoltre concluse collaborazioni durature iscritte nelle linee d'azione "formazione", "promozione" e "rete di sale cinematografiche".

Sono state perseguite la maggior parte delle linee d'azione (fa eccezione solo il sostegno alla distribuzione in formato VHS e DVD). Per adeguarsi alle mutevoli esigenze del settore, MEDIA 2007 ha varato nuovi programmi d'azione quali la formazione iniziale, lo sviluppo di opere interattive, il *video on demand* (VOD) e la distribuzione cinematografica digitale (DCD) nonché le comunità virtuali e l'*open media*.

I programmi MEDIA vengono sottoposti ad un processo continuo di valutazione. Dopo una valutazione ex ante nel 1998 e 2 valutazioni intermedie, i programmi MEDIA Plus e MEDIA Formazione sono stati sottoposti ad una valutazione finale riguardante il periodo 2000-2006. Queste ultime avevano confermato la pertinenza e l'efficacia del programma e raccomandato il suo proseguimento. Nel 2004 era stata inoltre effettuata una valutazione d'impatto comprendente gli elementi di valutazione ex ante per preparare il Programma MEDIA 2007.

3. VALUTAZIONE INTERMEDIA DI MEDIA 2007

3.1. Presentazione

Il consorzio EUREVAL – MCG è stato selezionato per procedere ad una valutazione nell'ambito del contratto quadro che li lega alla Commissione³. La procedura di valutazione è cominciata dopo soli due anni di attuazione del programma, ciò significa che pochi progetti

³ Contratto quadro INFSO/SMART 2007/0035 lotto 1.

hanno potuto conseguire risultati positivi; la maggior parte dei progetti si trovava ancora nelle prime fasi di attuazione.

La valutazione si è dunque concentrata essenzialmente sulle questioni di efficienza, di efficacia e di pertinenza. Ciò significa che si è valutata la capacità del programma di raggiungere risultati in base alle risorse utilizzate e la corrispondenza tra tali risultati e gli obiettivi del programma. Tale valutazione esamina inoltre la pertinenza degli obiettivi iniziali del programma rispetto alle esigenze del settore e propone adeguamenti.

I risultati della valutazione rappresenteranno anche la base della comunicazione sul proseguimento del programma da trasmettere prima della fine del 2010 in forza dell'articolo 14, paragrafo 2, lettera b) della decisione MEDIA 2007 nonché della valutazione d'impatto da attuare in previsione del rinnovo del programma dopo il 2013.

3.2. Obiettivi della valutazione

L'obiettivo generale era quello di fornire un parere esterno e indipendente sui risultati raggiunti e sugli aspetti qualitativi e quantitativi del programma nel periodo 2007-2009. In questa prospettiva si sono definiti i seguenti obiettivi specifici:

- valutare la rispondenza degli obiettivi ai bisogni dell'industria europea dell'audiovisivo nonché il valore aggiunto europeo del programma;
- valutare l'efficienza dell'attuazione e l'efficacia dei risultati tenendo conto degli obiettivi generali;
- proporre modifiche e formulare raccomandazioni per il proseguimento dell'attuazione del programma;
- analizzare i mutevoli bisogni del settore e valutare in particolare i nuovi programmi d'azione introdotti a partire dal 2007.

3.3. Metodologia

La missione di valutazione è stata avviata nel settembre 2009 ed ultimata nel maggio 2010. La raccolta di dati statistici e documentari è stata integrata da colloqui con i responsabili del programma all'interno della Commissione e dell'agenzia esecutiva per "Istruzione, Audiovisivo e Cultura" (EACEA). I responsabili della valutazione hanno inoltre condotto un'indagine presso le organizzazioni che richiedono un sostegno MEDIA nonché presso i desk MEDIA di tutti gli stati membri. In questo modo si è avuta la possibilità di sondare l'opinione di più di 550 persone. I responsabili della valutazione hanno altresì svolto un'analisi approfondita di questi dati per rispondere ai questionari valutativi seguendo il cosiddetto procedimento di triangolazione che consiste nell'incrociare tutti i dati raccolti. Ogni valutazione presentata nella relazione è dunque scaturita, salvo diverse indicazioni, da diverse fonti.

4. AMBITO TECNOLOGICO, ECONOMICO E GIURIDICO

Le politiche pubbliche nel settore dell'industria cinematografica e dell'audiovisivo devono attualmente affrontare tematiche importanti connesse alle innovazioni tecnologiche e alle relative implicazioni sul consumo, sui modelli economici e sulla catena di valore.

4.1. Innovazioni tecnologiche

Tali innovazioni dipendono in parte dalla diffusione in Europa di internet ad alta velocità. La televisione, un tempo mezzo di comunicazione lineare, si trasforma oggi in una piattaforma non lineare che permette allo spettatore di scegliere i contenuti, nonché l'ora in cui usufruirne (catch-up TV, IP TV, Web TV). Internet funge anche da piattaforma di distribuzione mediante il *video on demand* (VOD). I telefoni cellulari sono parimenti interessati da tale innovazione e si trasformano in piattaforme di distribuzione per i contenuti audiovisivi.

In termini di supporti il cinema tradizionalmente legato ad un luogo fisico (la sala) deve far fronte a nuove possibilità di proiezione con la progressiva sostituzione delle copie su pellicola 35 mm con quelle digitali. La programmazione può diventare più flessibile e il digitale può rivelarsi anche fattore di rivitalizzazione grazie all'introduzione dei film in 3D. Il DVD ad alta definizione ha fatto recentemente la sua comparsa sul mercato europeo, senza però alcuna certezza che potesse assorbire le tecnologie emergenti e trasformarle in un punto di forza duraturo per poter rimanere nella catena operativa.

4.2. Evoluzione dei consumi

Le abitudini degli spettatori sono cambiate in funzione delle innovazioni tecnologiche. Il contenuto audiovisivo può essere facilmente personalizzato, salvato e trasportato. Oggi viviamo in un mondo in cui la distribuzione è multiplatforma e realizzata mediante l'interconnessione di diversi media. Inoltre la portabilità dei contenuti fa sì che l'ambiente fisico da fattore penalizzante si trasformi in fonte di possibilità. Oggi le opere possono circolare più facilmente: da un medium a un altro, da un territorio a un altro.

4.3. I modelli economici

Dal punto di vista economico, le trasformazioni sono progressive e gli effetti sui mercati asimmetrici a seconda dei settori e dei paesi. È possibile notare la trasformazione dei modelli economici nel rapporto tra televisione e cinema. Le reti televisive nazionali analogiche sono state per 30 anni il partner necessario al finanziamento del cinema europeo. Attualmente ci troviamo in un momento di forte diminuzione degli introiti pubblicitari dei canali televisivi, il cinema presente su queste antenne attraversa una fase di stagnazione del valore, mentre le opere più attuali continuano a spostarsi sui canali digitali e *pay per view*.

4.4. Gestione dei diritti

L'industria europea dell'audiovisivo deve parimenti far fronte alla questione della gestione dei diritti diventata prioritaria a seguito della comparsa sul mercato di nuovi operatori nei settori della produzione e della distribuzione. In termini di gestione dei diritti sono comparsi nell'ambito della catena di valore fenomeni di "cannibalismo". Alcuni osservatori prevedono a breve termine una semplificazione della catena di valore tale da comprendere unicamente due grandi segmenti: il consumo privato e quello pubblico in sala.

5. IL PROGRAMMA IN CIFRE

Nei primi tre anni di attuazione MEDIA 2007 ha sostenuto più di 5000 progetti. Il contributo europeo al cofinanziamento di tali progetti è pari a circa 296 milioni di euro, ovvero il 39% del budget del programma per l'intero periodo di attuazione.

Più di 3000 organizzazioni hanno richiesto di partecipare al programma MEDIA 2007 nei primi 3 anni (a fronte di meno di 2000 persone nell'ambito di MEDIA Plus per l'intera durata del programma) e più di 1400 sono state selezionate. Durante il programma MEDIA 2007 il numero delle organizzazioni provenienti dai nuovi Stati membri è leggermente aumentato. Le organizzazioni selezionate da MEDIA 2007 sono produttori (56%), distributori (31%) e promotori (11%). Nella maggior parte dei casi si tratta di piccole imprese (il 66% ha un fatturato inferiore a 1,5 milioni di euro, l'80% ha un fatturato inferiore a 4 milioni di euro). I beneficiari di MEDIA 2007 si trovano in tutta Europa (98 regioni su 105).

I 5 paesi più grandi (Germania, Spagna, Francia, Italia e Regno Unito) percepiscono quasi i due terzi degli importi impegnati da MEDIA, una quota proporzionale alla relativa importanza di questi mercati in Europa. Agli altri 10 paesi UE15 oltre che a Svizzera, Islanda e Norvegia viene assegnato in media il 25% degli importi impegnati, ma tale percentuale tende a scendere. La quota dei "nuovi" Stati membri è stabile all'8%.

6. CONCLUSIONI DELLA VALUTAZIONE

6.1. Conclusioni relative alla rispondenza del programma alle esigenze del settore

La logica integrata del programma, il radicamento nel panorama audiovisivo europeo e l'intenzione di seguire l'evoluzione del settore, permettono tra l'altro a MEDIA 2007 di rispondere in modo adeguato ai bisogni del settore.

Nella maggior parte dei casi MEDIA è considerato complementare agli aiuti concessi a livello nazionale, nel senso che il programma sostiene aspetti non coperti o comunque coperti solo in parte dai contributi nazionali. La forte dimensione europea gli conferisce inoltre un elevato valore aggiunto ai progetti che sostiene, i quali possono in tal modo prefiggersi anche obiettivi più ambiziosi.

Sembra inoltre che il programma stimoli le politiche nazionali; in diversi paesi infatti si sono registrati sviluppi. Nuove disposizioni legislative sono dunque in fase di preparazione o sono appena entrate in vigore per esempio in Ungheria, Italia, Lituania, Norvegia e Slovenia. Sono state create istituzioni simili al Fondo o Istituto nazionale di cinematografia al servizio della struttura del settore audiovisivo nazionale (Croazia, Slovacchia e Malta) o le dotazioni di quelle esistenti sono aumentate (Austria, Cipro e Repubblica ceca).

6.2. Conclusioni relative alla coerenza interna del programma

La coerenza interna del programma è globalmente confermata, anche se sarebbe opportuno mettere maggiore impegno nel promuovere la richiesta di opere europee da parte del pubblico. L'aumento del numero di candidature per i vari aiuti offerti dal programma è indice di un corretto adattamento ai bisogni del settore. A ciò si affianca tuttavia un aumento della selettività che comporta l'esclusione di quelli che hanno partecipato per primi e delle microimprese⁴, aumenti dei costi di gestione e un certo scoraggiamento dei potenziali partecipanti.

L'obiettivo di salvaguardare e/o promuovere la diversità culturale delle opere europee si basa in gran parte su iniziative miranti a ridurre i divari tra "grandi" e "piccoli" paesi nel settore

⁴ Imprese di ridottissime dimensioni, in francese TPE (très petites entreprises)

audiovisivo europeo. A tal fine il programma prevede misure di discriminazione positiva a favore dei paesi con scarsa capacità di produzione e/o con area linguistica ristretta. La valutazione finale del programma MEDIA Plus ha dimostrato che i criteri di discriminazione positiva che incentivano i professionisti dei paesi produttori più grandi ad associarsi a partner appartenenti ai paesi più "piccoli" avevano effettivamente favorito il miglioramento dell'integrazione di questi operatori nelle reti e delle loro opere nei circuiti di distribuzione europei. Sembra che tale valutazione rimanga valida anche in futuro, giacché le disposizioni in tema di discriminazione positiva giovano ampiamente all'obiettivo di diversità, in particolare negli ambiti di "accesso ai mercati", "sviluppo" e "festival".

Significativi sforzi di adattamento sono stati realizzati nell'ambito di MEDIA 2007 per rispondere alle nuove esigenze segnatamente connesse al digitale. Anche le due valutazioni precedenti avevano confermato la globale pertinenza degli obiettivi del programma, pur mettendo in evidenza un'insufficiente attenzione alla questione dell'uso delle nuove tecnologie e del passaggio al digitale. Nell'ambito di MEDIA 2007 si è arrivati a superare tale limite grazie a nuove direttrici di intervento. Il successo ottenuto dai progetti è il risultato di una risposta alle reali esigenze del settore.

Alcuni campi e approcci restano tuttavia ancora da analizzare per rispondere al meglio ai mutevoli bisogni del settore. I nuovi interventi sono stati limitati a campi ristretti e sarebbe utile esaminare la catena di valore nonché la questione dei diritti e dei nuovi modelli economici delineatesi per iniziativa dei professionisti del settore.

6.3. Conclusioni relative ai risultati ottenuti dal programma nei primi 3 anni di attuazione (efficacia)

Le conclusioni della valutazione finale di MEDIA Plus e MEDIA Formazione risultano globalmente confermate per quanto riguarda le direttrici d'intervento tradizionali.

"I principali meccanismi di MEDIA contribuiscono efficacemente a rafforzare le competenze (Formazione), a sviluppare la dimensione europea delle opere sin dalla fase di preproduzione (Sviluppo), a migliorare la competitività del settore (segnatamente Distribuzione, grazie alla riduzione dei rischi e al rafforzamento delle capacità finanziarie dei beneficiari), nonché alla circolazione transnazionale delle opere stesse (Distribuzione e Promozione)".

La partecipazione al processo di candidatura MEDIA permette di migliorare significativamente l'elaborazione dei progetti presentati (consolidamento dei piani di finanziamento, rafforzamento delle collaborazioni nonché della dimensione internazionale). Ulteriori importanti benefici sono la creazione di reti professionali e di un "marchio di qualità" MEDIA ampiamente riconosciuto.

Il sostegno di MEDIA 2007 alla distribuzione, alla promozione (accesso al mercato e festival) e allo sviluppo è efficace e contribuisce in modo significativo a migliorare le condizioni di distribuzione (distribuzione automatica), a rendere visibili le opere europee, a creare occasioni professionali (promozione), a rafforzare le reti professionali (distribuzione selettiva e promozione) e incoraggiare progetti meglio organizzati e più competitivi su scala internazionale (sviluppo).

I responsabili della valutazione hanno tuttavia identificato i seguenti possibili miglioramenti per alcune linee d'azione:

- il sostegno alle opere interattive potrebbe acquisire maggiore efficacia grazie ad una definizione più chiara del loro campo d'applicazione;
- il sostegno di MEDIA 2007 alle trasmissioni televisive è pertinente, poiché risponde ad una sentita esigenza del settore; esso contribuisce in modo significativo a salvaguardare i diritti dei produttori in alcuni paesi. L'efficacia del programma non risulta tuttavia totalmente garantita per diverse ragioni: sfasamento tra il tipo di opere sostenute e i bisogni legati alla programmazione dei canali europei; contraddizione tra la richiesta di un ampio numero di fornitori e la presenza di un minimo garantito per distributore; sfasamento tra l'andamento dei prezzi di mercato e gli investimenti richiesti da MEDIA; squilibri nella distribuzione geografica del sostegno.

L'effetto di alcune iniziative rimane peraltro marginale per ragioni esterne al programma e legate al mercato in cui esse operano.

- il programma i2i⁵ permette un'effettiva riduzione dei costi finanziari, ma la sua portata è insufficiente per poter generare effetti visibili in tema di accesso ai finanziamenti;
- il sostegno al *video on demand* (VOD) non favorisce in maniera sufficiente la circolazione delle opere europee se ed in quanto il mercato si mantiene su livelli estremamente bassi d'attività;
- per quanto riguarda gli obiettivi di salvaguardia e promozione della diversità culturale e i meccanismi di discriminazione positiva di cui al punto 6.2, la portata limitata del programma ne circoscrive anche le ripercussioni in termini di riduzione dei divari tra "piccoli" e "grandi" paesi di distribuzione audiovisiva; se il numero delle organizzazioni dei "nuovi" Stati membri tende ad aumentare, ciò avviene senza variazioni della quota (intorno all'8%) e in questi paesi l'importo medio dei fondi per organizzazione diminuisce progressivamente.

6.4. Conclusioni relative alla capacità del programma a produrre a lungo termine gli effetti previsti

Sostenendo la formazione dei professionisti, l'organizzazione dei progetti e l'inserimento nella rete degli operatori, MEDIA contribuisce a una migliore concorrenzialità del settore europeo dell'audiovisivo. Proseguendo il lavoro di MEDIA Plus, MEDIA 2007 contribuisce a una migliore circolazione delle opere europee e alla salvaguardia della diversità culturale. In termini di circolazione transnazionale delle opere europee gli indicatori di mercato sono incoraggianti e la valutazione dimostra che la circolazione di questi film è possibile proprio grazie al sostegno di MEDIA.

6.5. Conclusioni relative all'efficienza nell'attuazione del programma

Il budget e le risorse del programma sono state nel complesso utilizzate in modo efficiente. L'efficienza delle modalità di gestione del programma è stata significativamente migliorata (semplificazioni, adeguamento del calendario, collaborazioni a lungo termine), sebbene permangano possibilità di miglioramento nel ridurre gli oneri amministrativi.

⁵ Obiettivo del programma "i2i audiovisivo" è facilitare l'accesso ai finanziamenti bancari e finanziari.

7. CONTRIBUTO DELL'OSSERVATORIO EUROPEO DELL'AUDIOVISIVO (OEA)

7.1. Obiettivi della valutazione approfondita

Dal 1999 la partecipazione dell'Unione europea, rappresentata dalla Commissione europea, è formalmente sancita da decisioni del Parlamento europeo e del Consiglio⁶. Per razionalizzare la procedura in risposta alle politiche di semplificazione amministrativa perseguita dalla Commissione in fase di elaborazione del programma MEDIA, la partecipazione dell'Unione europea all'OEA fa parte della base giuridica del nuovo programma, come disposto dalla decisione che ha istituito il programma. La partecipazione finanziaria è imputabile al bilancio del programma MEDIA (257.577 € nel 2010, rappresentante l'11,5% dei contributi dei 37 membri dell'Osservatorio).

Al pari dei paesi membri la Commissione fa parte del comitato esecutivo, il quale gestisce il budget dell'OEA ai fini dell'attuazione dei piani e dei programmi di attività.

Nell'ambito della valutazione intermedia del programma MEDIA 2007 i responsabili della valutazione hanno analizzato il contributo delle attività dell'OEA agli obiettivi e alle esigenze del programma nonché alla diffusione dell'informazione giuridica ed economica del settore tra i professionisti e le istituzioni.

7.2. L'OEA e gli obiettivi del programma MEDIA 2007

L'Osservatorio svolge una duplice missione: da un lato garantire una maggiore trasparenza del settore dell'audiovisivo in Europa, e dall'altro, rispondere al bisogno in termini d'informazioni dei professionisti dell'audiovisivo. Al fine di compiere questa missione occorre elaborare e mettere a disposizione dei professionisti e del pubblico informazioni sotto forma di banche dati (LUMIERE, KORDA, MAVISE, IRIS MERLIN e PERSKY), articoli giuridici, informazioni sulle convenzioni europee e altri trattati internazionali nonché un annuario statistico a pagamento contenente i principali dati relativi al settore.

In termini di realizzazione degli obiettivi del programma MEDIA sembra che i lavori dell'Osservatorio non forniscano un contributo diretto. L'Osservatorio non ha infatti obblighi nei confronti del programma MEDIA; a ciò si aggiunge però il fatto che i dati disponibili, essendo in alcuni casi eterogenei e parziali, sono difficili da raffrontare riuscendo ad estrapolarne gli elementi necessari ad un controllo adeguato delle esigenze e degli obiettivi specifici del programma. L'annuario infatti cambia leggermente di anno in anno e non presenta precisamente le stesse tabelle con gli stessi dati, concetti e indicatori. Il settore di attività dell'OEA è d'altronde diverso rispetto a quello di MEDIA. Tale relativa mancanza d'omogeneità, unita alla mancanza di disponibilità degli stessi indicatori specifici per il programma MEDIA, può rappresentare ostacoli per il loro utilizzo.

L'OEA rimane tuttavia l'unico organismo a fornire dati numerici su scala europea in senso lato, informazioni che non vengono né raccolte né diffuse dagli organismi nazionali. Al fine di migliorare il contributo fornito dall'Osservatorio agli obiettivi di MEDIA si potrebbe dunque prospettare la possibilità di stringere accordi contrattuali direttamente con l'Osservatorio su singoli aspetti, indipendentemente dai piani d'azione annuali e triennali.

⁶ Decisione 1999/784/CE del 22 novembre 1999, GU L 307 del 2.12.1999. Decisione 2239/2004/CE del 17 novembre 2004, GU L 390 del 31.12.2004.

8. PRINCIPALI RACCOMANDAZIONI

I responsabili della valutazione formulano cinque raccomandazioni strategiche. Se alcune non possono essere attuate nell'ambito di MEDIA 2007 e saranno considerate in fase di preparazione della nuova generazione di programmi dopo il 2013, altre suggeriscono modifiche per il proseguimento del presente programma.

8.1. Mantenere l'impegno nel comunicare e nel condividere l'informazione

Una comunicazione più chiara che rispecchi meglio la realtà del programma permetterebbe agli operatori del settore d'identificare con maggiore facilità obiettivi e campo d'intervento ("Programma MEDIA" invece di "MEDIA 2007", revisione del nome delle linee i2i, "Opere interattive"). Si suggerisce peraltro di sfruttare meglio il potenziale della rete dei MEDIA desk e delle Antenne MEDIA, ad esempio mediante una piattaforma collaborativa.

8.2. Ottimizzare la gestione del Programma

Si propongono le seguenti tracce per semplificare e migliorare le modalità di gestione del programma:

- rivedere la procedura di consultazione di un comitato (soglia per lo stanziamento di fondi comunitari al di sotto della quale, la procedura di consultazione di un comitato non si applica);
- tener conto dei criteri di ammissibilità e/o di selezione più esigenti al fine di limitare il numero crescente delle candidature alla linea "sviluppo" e rafforzare la qualità dei progetti assegnati;
- ampliare il pool di esperti per migliorare le procedure di selezione.

8.3. Mantenere l'impegno in favore della riduzione degli oneri amministrativi:

- velocizzare il sistema di candidatura on-line incrementando direttamente la banca dati MEDIA.

8.4. Ampliare le modalità d'intervento disponibili nell'ambito del programma

Mostrare capacità innovative nelle modalità d'intervento o provvedimenti d'accompagnamento del programma mettendo in opera strumenti d'ascolto (reti tematiche, progetti pilota) e creando consenso (ad esempio un approccio comune sui diritti).

Favorire l'interoperabilità, l'inserimento in rete e la cooperazione tra territori; realizzare un quadro di riferimento comune delle competenze (per la formazione iniziale).

Rivedere le modalità di attuazione della discriminazione positiva: riesaminare la tipologia dei paesi e approfondire la riflessione sugli obiettivi più adeguati.

Prevedere un intervento più forte sulla domanda a livello dei consumatori, degli operatori nonché delle emittenti televisive, grazie tra l'altro anche all'alfabetizzazione mediatica.

Rafforzare la conoscenza del mercato e di analisi degli effetti del programma.

Ottimizzare i contributi dell'Osservatorio Europeo dell'Audiovisivo per poter ottenere dati statistici e analisi atti a garantire una migliore conoscenza del mercato e a facilitare l'analisi degli effetti del programma.

Effettuare studi approfonditi sul settore dell'audiovisivo per rafforzare la capacità di anticipazione.

Eseguire valutazioni specifiche focalizzate su determinati settori e/o linee d'intervento per arrivare ad una visione più precisa dei risultati conseguiti dal programma.

8.5. Mantenere l'impegno di adattamento al mercato

Trasmissione televisiva:

- prevedere aiuti ai distributori televisivi e alle emittenti impegnate nella valorizzazione delle opere europee non nazionali;
- sostenere il doppiaggio per accedere ai grandi mercati dei paesi terzi (Asia del Sud, America latina);
- valorizzare i progetti riguardanti i nuovi media;
- accesso ai finanziamenti: incentivare le banche ad accordare un maggior numero di prestiti garantiti alla produzione, per esempio mediante uno strumento di garanzia;
- cinema digitale: prevedere un sostegno per la digitalizzazione delle sale e la produzione di master digitali.

9. CONCLUSIONI: POSIZIONE DELLA COMMISSIONE

La valutazione intermedia del programma MEDIA 2007, benché ancora in fase iniziale, conferma i risultati positivi delle sue attività nel settore europeo dell'audiovisivo. Essa riafferma la pertinenza dei suoi obiettivi nonché dell'efficacia delle iniziative prese, in particolare in tema di rafforzamento della concorrenzialità del settore.

Si conferma peraltro il suo valore aggiunto nei confronti degli interventi nazionali, senza contare che i dati di mercato dimostrano come il settore dell'audiovisivo europeo continui a soffrire delle sue tradizionali carenze, quali la frammentazione del mercato e la scarsa circolazione delle opere europee al di fuori del paese d'origine.

È dunque opportuno perseverare con questi interventi adattandosi all'evoluzione delle esigenze del mercato. La Commissione prosegue nell'attuazione di modifiche al programma MEDIA 2007 per il periodo restante nell'intento di migliorarne l'efficienza e l'efficacia nonché l'adattabilità ai bisogni di mercato, pur mantenendosi entro i limiti della base legale esistente e rispettando le raccomandazioni formulate dai responsabili della valutazione. Altre modifiche sono in fase di sviluppo e diverranno effettive nella seconda metà del periodo di attuazione

del programma. Esse saranno l'oggetto della prossima comunicazione sul proseguimento del programma.

La Commissione integrerà peraltro le raccomandazioni strategiche a più lungo termine formulate dai responsabili della valutazione durante la preparazione del prossimo programma da varare nel 2013. In occasione della valutazione d'impatto che verrà effettuata in fase di preparazione di questo programma, si definiranno direttrici d'intervento appropriate.