



KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER

Bruxelles, den 18.12.2003
KOM(2003) 802 endelig

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

Rapport om gennemførelsen og resultaterne af Media II-programmet (1996-2000)

DA

DA

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

Rapport om gennemførelsen og resultaterne af Media II-programmet (1996-2000)

INDLEDNING

Media II-programmet startede den 1. januar 1996 og sluttede den 31. december 2000. Det tager udgangspunkt i to af Rådets afgørelser:

- Rådets afgørelse 95/563/EF af 10. juli 1995 om iværksættelse af et program til fremme af udvikling og distribution af europæiske audiovisuelle produktioner med et vejledende budget på 265 mio. EUR
- Rådets afgørelse 95/564/EF af 22. december 1995 om et uddannelsesprogram for branchefolk inden for den europæiske audiovisuelle programindustri med et vejledende budget på 45 mio. EUR.

Media II-programmet fulgte efter Media I (1991-1995) og blev efterfulgt af Media Plus (2001-2005). Disse tre generationer af Media-programmer har haft en fælles målsætning, nemlig at forbedre den europæiske audiovisuelle programindustri konkurrenceevne.

Med en budgetramme på 200 mio. EUR har Media I sat branchefolk i medlemsstaterne i stand til at styrke deres position på deres respektive nationale markeder og samtidig givet dem adgang til nye former for grænseoverskridende samarbejde (koproduktioner, grænseoverskridende samarbejde, partnerskaber, sammenslutning af virksomheder etc.).

Media II har med et større budget (310 mio. EUR) prioriteret at koncentrere sin indsats om tre områder: erhvervsuddannelse, udvikling af projekter og virksomheder, tværnational distribution af film og av-programmer.

Med Media Plus steg budgetbevillingen til 400 mio. EUR, medens man fortsat prioriterede at koncentrere sig om bestemte områder - uddannelse, udvikling, distribution og et fjerde, nemlig fremme af av-produktioner i Europa og verden.

Denne rapport har helt præcist til formål at evaluere resultaterne af Media II-programmet, jf. artikel 7, stk. 5, i afgørelse 95/563/EF og artikel 6, stk. 5, i afgørelse 95/564/EF om oprettelse af henholdsvis Media - udvikling og distribution og Media - uddannelse. I henhold til disse artikler "sender Kommissionen en beretning om gennemførelsen og resultaterne af programmet til Europa-Parlamentet, Rådet, Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg og Regionsudvalget".

Den tager udgangspunkt i konklusionerne på den efterfølgende Media II-evaluering, der blev gennemført i henhold til artikel 7, stk. 1, i afgørelse 95/563/EF og artikel 6, stk. 1, i afgørelse 95/564/EF og overdraget til en uafhængig konsulent¹ af Kommissionen efter et offentligt udbud.

1. MEDIA II : EN BERETTIGET FÆLLESSKABSAKTION TILPASSET TIL DEN EUROPÆISKE AV-PROGRAMINDUSTRIS BEHOV

1.1. Økonomisk kontekst

I perioden 1996-2000 har den europæiske av-industri konstant haft et betydeligt handelsunderskud over for USA (mere end 6 mia. USD, svarende til ca. 250 000 job i 1997²). Dette uligevægtige forhold gjorde sig ikke kun gældende i den pågældende periode. Det har været kendetegnende for de sidste tiår og eksisterer stadig i dag.

Ved en nærmere undersøgelse af det europæiske marked for av-programmer viser det sig, at det hovedsagelig skyldes utilstrækkelig bevægelse for ikke-nationale europæiske værker. Ser man f.eks. på biografsektoren, så kan man konstatere, at amerikanske værker tegner sig for hovedparten af markedet i Europa (66% i 2000)³, efterfulgt af nationale værker. Ikke-nationale europæiske film kommer langt bagefter på en tredjeplads. De bevæger sig kun i begrænset omfang og når sjældent op på over 50 000 solgte billetter uden for deres oprindelsesland.

Ikke-nationale europæiske værkers begrænsede bevægelse i Europa skader den europæiske programindustri rentabilitet og vanskeliggør dens udvikling. Den medfører endvidere, at udvikling og produktion koncentrerer sig i et begrænset antal lande. I 1998 tegnede Frankrig, Det Forenede Kongerige, Italien og Tyskland sig således for 70% af de film, der blev produceret i alle de lande, der deltog i Media-programmet.

Der tale om et kompliceret fænomen, som har rod i mange forskellige forhold. Den europæiske industri afsætter alt for få midler i den indledende fase til projektudvikling (drejebøger, finansiering og markedsføringsplan) set i forhold til den amerikanske industris investeringer på dette område. Udviklingsudgifterne udgør 2 eller 3% af produktionsbudgettet i modsætning til 10-12% for større amerikanske selskaber. Endvidere er den indledende fase kendetegnet ved manglende uddannelse af europæiske av-folk, og derfor er der ingen virksomhedsstrategi, navnlig ikke på europæisk niveau.

Distributionssektoren er ikke tilstrækkeligt struktureret til at klare konkurrencen fra amerikansk side. De amerikanske filmdistributørers markedsandel udgør i gennemsnit 50% i Europa og når op på 80% i Det Forenede Kongerige og 70% i Tyskland. Disse effektive distributionsnet bevirker, at amerikanske film har let adgang til europæiske biografer. I modsætning hertil har "ikke-kommercielle" nationale film, og i endnu højere grad ikke-nationale europæiske film, problemer med at få adgang til biografer.

¹ Virksomheden BIPE.

² Kilde : SEK(1998) 837 af 14.5.1998.

³ Kilde: IMCA-undersøgelse.

1.2. En berettiget fællesskabsstøtte tilpasset til den europæiske industris behov

Den efterfølgende vurdering af Media II-programmet har bekræftet, at et fællesskabsprogram for støtte til den europæiske av-industri var fuld berettiget i betragtning af den økonomiske situation i denne sektor. Midlerne har været koncentreret om de tre prioriterede områder - udvikling, distribution og uddannelse - under hensyntagen til svaghederne ved den europæiske industri samt de europæiske av-produkters skrøbelighed og manglende konkurrenceevne, som hovedsagelig kan tilskrives et kronisk investeringsunderskud i produktionens indledende (uddannelse, udvikling) og afsluttende (distribution) fase.

- På uddannelsesområdet har Media II således haft til formål at støtte initiativer, der gør det muligt for branchefolk at tilegne sig kendskab til og den nødvendige kompetence for at tage hensyn til det europæiske og det internationale marked (økonomisk og forretningsmæssig virksomhedsledelse, integration af nye teknologier og skiveteknikker til affattelse af drejebøger) og styrke deres projekters kreative og forretningsmæssige potentiale.
- På udviklingsområdet har Media II med finansiell og teknisk bistand forsøgt at fremme udvikling af produktionsprojekter til det europæiske og det internationale marked og at bidrage til virksomhedernes udvikling og udbygning. Formålet har været at sende programmer ud på det europæiske marked, som var bedre tilpasset til standarderne på det internationale marked, og at styrke virksomhedernes strukturer.
- På distributionsområdet har Media II tilstræbt at forbedre bevægeligheden for ikke-nationale europæiske film og programmer. Der er navnlig blevet lagt vægt på distribution af spillefilm og forevisning i biografer uden for filmenes oprindelsesområde. Der er endvidere gjort brug af andre midler til at fremme den størst mulige bevægelighed for europæiske programmer via fjernsyn og andre medier (video, multimedier). Endelig har programmet støttet en række initiativer, der tager sigte på at lette markedsføring af uafhængige europæiske produktioner på det internationale marked og deres adgang hertil.

I den efterfølgende vurdering lægges der også vægt på overensstemmelse mellem nationale interventioner og Media-programmet. I perioden 1996-2000 var national hjælp hovedsagelig (84%) rettet mod produktionsstøtte, hvor Media II koncentrerede sig om uddannelse, udvikling og distribution. De få nationale tilskudsordninger for distribution har hovedsagelig taget sigte på at støtte nationale film, mens Media II udelukkende har tilskyndet distribution af ikke-nationale europæiske film. Med hensyn til forevisning i biografer har den nationale støtte navnlig været anvendt til at finansiere forevisningssteder, mens Media II-støtten har været et incitament til at sætte europæiske film på programmet. På udviklingsområdet har den offentlige nationale støtte kun været af et betydeligt omfang i Tyskland, Finland og Frankrig.

Endelig har Media II-støtten vist sig at passe godt til den europæiske av-sektors særlige karakteristika, idet sektoren hovedsagelig består af små og mellemstore virksomheder og er præget af økonomisk uligevægt mellem lande med et stort produktionspotentiale på den ene side og lande med en begrænset

produktionskapacitet og/eller et begrænset sprogligt og geografisk område på den anden⁴.

Under Media II er der for det første indført nye mekanismer for at imødekomme mellemstore virksomheders særlige behov (automatisk distributionsstøtte og Slate Funding)⁵, samtidig med at de allerede eksisterende mekanismer (selektiv distributionsstøtte og støtte til udvikling af enkeltprojekter) stadig har været tilgængelige for selskaber af mere beskeden størrelse.

For det andet har fleksibel positiv særbehandling af lande med beskeden produktionskapacitet og/eller et begrænset sprogligt og geografisk område gjort det muligt at påbegynde en genopretning af balancen på det europæiske marked⁶.

2. EVALUERING AF MEDIA II-PROGRAMMETS VIRKNING

2.1. Media II-programmets samlede virkning på den europæiske av-sektor

Media II-programmets budgetramme beløb sig i alt til 358 mio. EUR (herunder den oprindelige budgetbevilling, godtgørelser og genopførte bevillinger), hvoraf 89% (svarende til 320 mio. EUR) blev afsat til projektstøtte og 11% til tværgående foranstaltninger. Den efterfølgende vurdering bekræftede, at programmet administreres forsvarligt, idet Kommissionens forvaltning har gjort det muligt at halvere programmets driftsudgifter i forhold til Media I.

Media II-støtten tegnede sig kun for 0,51% af den europæiske av-sektors samlede økonomiske vægt, men var større i lande med et begrænset produktionsniveau, hvor den i gennemsnit nåede op på 0,80%. Støtten tegnede sig for over 1% i Grækenland, Island, Belgien og Luxembourg.

Media II-støtten har haft en ikke ubetydelig synergieffekt, selvom det er vanskeligt at sætte præcise tal på den. Der blev givet et skøn over synergieffekten i Media II-midtvejsrapporten⁷. Konklusionen var, at hver investeret fællesskabseuro havde affødt en investering i industrien på 5,75 EUR. Multiplikatorcoeffcienten var naturligvis lavere i uddannelsessektoren (2,38), men højere i distributionssektoren (7,2) og knap så høj i udviklingssektoren (4,19).

Skønnet over fællesskabsmidlernes løftestangeffekt vil utvivlsomt skulle revideres i opadgående retning for at måle Media II-programmets virkning i sin helhed, for det tager ikke hensyn til indførelsen af automatisk distributionsstøtte og Slate Funding. Disse mekanismer har nemlig haft et stort multiplikatorpotentiale i kraft af deres udformning og kravet om geninvestering.

⁴ Lande med begrænset produktionskapacitet og/eller et begrænset sprogligt og geografisk område under Media II: Belgien, Danmark, Finland, Grækenland, Irland, Island, Liechtenstein, Luxembourg, Nederlandene, Norge, Portugal, Sverige og Østrig.

⁵ Jf. punkt 2.2.1., 2.3.1. og 3.1.

⁶ Jf. punkt 2.1.

⁷ Kommissionens rapport om resultaterne af MEDIA II programmet (1996-2000) i perioden 1.1.1996-30.6.1998, KOM(1999) 91 endelig udg.

Media II har endvidere åbnet mulighed for at påbegynde en genopretning af balancen på av-industriens europæiske marked. Det har faktisk været præget af en opsplittning mellem lande med begrænset produktionskapacitet og/eller et begrænset sprogligt og geografisk område⁸, hvor produktionsomfanget i sagens natur er begrænset, og lande, hvis produktionskapacitet (produktionsomfang i forhold til befolkning) overstiger de andres.

For at afhjælpe de strukturelle handicap i lande og regioner med ringe produktionskapacitet og et begrænset sprogligt område er der som led i programmet blevet indført en fleksibel politik for positiv særbehandling uden på forhånd fastsatte kvantitative mål. På den måde har disse lande modtaget ca. 30% af støtten under Media II, selvom de tegnede sig for 19% af det europæiske av-marked. Media II har således bidraget til at skabe forudsætningerne for konvergens på lang sigt mellem produktionsstrukturerne på EU-plan.

2.2. Resultaterne af distributionsdelen

2.2.1. Støtte til distribution af spillefilm

- Selektiv støtte til distribution af spillefilm

Støtten har til formål at forbedre ikke-nationale europæiske films bevægelighed på tværs af grænser og tilskynde til oprettelse og konsolidering af netværkssamarbejde mellem europæiske distributører. Støtten er givet til udarbejdelse og produktion af pr-materiale til brug med lancering af kampagner for distribution af spillefilm samt til eftersynkronisering og tekstning. Mindst tre distributører skulle gå sammen om distribution af en given film. Siden 1999 har internationale salgsagenter haft adgang til ordningen.

Mens Media II varede, blev der indgivet 2 712 projekter. Der blev ydet støtte til 1930 distributionskampagner for 305 film. Media II-støtten beløb sig sammenlagt til 62 mio. EUR, hvilket svarer til en gennemsnitlig støtte på 32 000 EUR pr. film og til 25% af det samlede gennemsnitlige budget til distribution. Der regnes i gennemsnit med 6 nationale distributionskampagner pr. støttet film. Produktionsudgifterne til de støttede film beløb sig i gennemsnit til 4,3 mio. EUR. De projekter, der hvert år indsendes, steg med 60% i perioden 1996-2000, hvilket viser, hvor attraktiv støtten er både i udformning og omfang.

- Automatisk støtte til distribution af spillefilm

Denne mekanisme blev skabt under programmet (1997) og indebar automatisk tildeling af støtte til europæiske distributører ved forevisning af en ikke-national europæisk film i et af programmets deltagerlande. Media II-støtten blev beregnet i forhold til antal solgte billetter pr. film ganget med vægtningskoefficienten for filmens nationalitet og distributionsområdet. Distributøren var forpligtet til at geninvestere støtten i distribution af en ny ikke-national europæisk film.

⁸ Lande med begrænset produktionskapacitet og/eller et begrænset sprogligt og geografisk område under Media II: Belgien, Danmark, Finland, Grækenland, Irland, Island, Liechtenstein, Luxembourg, Nederlandene, Norge, Portugal, Sverige og Østrig.

Under programmet blev der til 1 462 film med et gennemsnitligt budget på 6 mio. EUR sammenlagt solgt 145 mio. billetter - hvoraf 106 mio. var støtteberettigede. Der blev således udløst en støtte på 44,7 mio. EUR. Ca. 80% af denne støtte blev geninvesteret i 419 nye europæiske film. Mekanismen fik hurtigt større betydning, for det antal projekter, der årligt fik tildelt støtte, blev 15 gange større i perioden 1997-2000. Den større betydning er udtryk for branchens tilfredshed og mekanismens dækning af deres behov.

- Media II's betydning for europæiske films bevægelighed

Antallet af europæiske film distribueret uden for deres nationale territorium blev fordoblet under programmet og steg fra 246 i 1996 til 499 i 2000. I 1999 havde 62% af de film, der bevægede sig på det indre marked, modtaget støtte under Media II, og i 2000 drejede det sig om 64%. Disse film tegnede sig for 90% af det samlede antal billetter solgt i Europa til ikke-nationale europæiske film.

På grund af tildelingskriterierne og distributørernes valg med hensyn til tildeling af støtte til distribution er Media II-støtten i realiteten kommet de film til gavn, som allerede havde gode muligheder for at bevæge sig på internationalt plan. Men den har uægteligt medvirket til at konsolidere disse muligheder.

Under Media II er der derimod ikke oprettet stabile netværk mellem europæiske distributører. Erfaringerne har ladet forstå, at oprettelsen af sådanne netværk kun kan være en strukturel målsætning på mellemlang/lang sigt, som det ikke var muligt at realisere i perioden 1996-2000. Problemet kan tilskrives stor tilbageholdenhed blandt uafhængige distributører med hensyn til at oprette sammenslutninger. Der har dog efterhånden vist sig en forståelse for, at det er nødvendigt og fordelagtigt med en holdningsændring. Det viste sig under Media II-programmet i form af et bedre samarbejde mellem distributører omkring udfærdigelse og fremsendelse af dossierer. Det fortsatte i forbindelse med Media Plus og førte efterhånden til oprettelse af sammenslutninger.

2.2.2. *Støtte til biografer*

Målsætningen har været at anvende støtte til at hjælpe biografnetværk, der havde et program med premiere på mange, hovedsagelig ikke-nationale europæiske film og en minimumsperiode for forevisning. Netværkene blev udvalgt ud fra deres samlede antal biografsale og antallet af implicerede lande.

I perioden 1996-2000 ydede Media II støtte til to netværk, Europa Cinema og Media Salles, svarende til i alt 17,2 mio. EUR. Netværkene talte 413 biografer ved programmets begyndelse og 754 i slutningen af 2000 (svarende til 3,4% af Europas biografer). Ikke-nationale europæiske film tegnede sig for 36% af disse biografers programmer (i modsætning til 20% i gennemsnit på markedet). Ved slutningen af programmet var biograferne fordelt ligeligt på de forskellige lande, heriblandt navnlig de lande, som har en beskeden produktionskapacitet og/eller et begrænset sprogligt område.

- Media II's betydning for programmer med ikke-nationale europæiske film

Media II har navnlig været til gavn for små uafhængige biografer. Af de 356 tilknyttede biografer havde 130 en enkelt sal, 91 to sale, og kun 5 var multiplekser. Støtten har haft en positiv virkning på disse uafhængige biografers finansielle situation. Løftestangseffekten har gjort det muligt at øge indtægterne med 5-10%.

Ikke-nationale europæiske film tegnede sig for 30% af de støttede netværks programmer ved programmets begyndelse og 36% ved programmets afslutning. Media II-støtten har sat biograferne i stand til at tage større risici, når de satte denne form for film på programmet.

2.2.3. *Støtte til tv-spredning*

Formålet har været at stimulere tv-spredning af ikke-nationale europæiske værker gennem tilskyndelse til etablering af europæiske koproduktioner. I forbindelse med iværksættelse af støtte er der blevet fastsat et kriterium om producenternes uafhængighed, hvorefter tv-selskaberne højst kan beholde deres rettigheder i 7 år. Indførelsen af dette kriterium havde til formål at fremme ændringer i de nuværende praksisser på tv-markederne og tilskynde til en nedbringelse af det tidsrum, hvor tv-selskaberne kan beholde deres rettigheder. En sådan udvikling ville have en gavnlig indvirkning på sektoren for uafhængig produktion og give selskaberne mulighed for at disponere over kataloger over værker, veritable aktiver, og dermed en selvfinansieringskapacitet og/eller tilstrækkelige garantier at præsentere for de finansielle partnere.

362 projekter har i den tid, Media II har været iværksat, modtaget i alt 39 mio. EUR i støtte. 65 % af de projekter, der modtog støtte, var dokumentarfilm, 27 % fiktion og 8 % dukke- og tegnefilm.

Den samlede investering i produktion udgjorde 572 mio. EUR, svarende til 2,3 % af den europæiske tv-produktion. Media-støtten har haft en vigtig løftestangseffekt ved at give uafhængige producenter mulighed for at gennemføre finansiering af internationale koproduktioner, som de selv havde 75 % af midlerne til.

Støtte til tv-spredning har navnlig gavnet producenter i et begrænset antal lande (Frankrig, Belgien, Tyskland, Italien, Spanien og Det Forenede Kongerige). Denne koncentration er en følge af kriteriet om producenternes uafhængighed, da praksis, for så vidt angår tv-selskabernes indehavelse af rettighederne, har vist sig at variere meget fra land til land. Erfaringen i forbindelse med Media II har bekræftet, at den forventede ændring i markedspraksisserne også nødvendiggjorde et lovmæssigt indgreb, såvel på fællesskabsplan (direktivet "Fjernsyn uden grænser")⁹ som på medlemsstatsplan.

⁹ Direktiv 89/552/EØF om samordning af visse love og administrative bestemmelser i medlemsstaterne vedrørende udøvelse af radio-/tv-spredningsvirksomhed, ændret ved Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 97/36/EF; EFT L 202 af 30.7.1997, s. 60.

2.2.4. *Støtte til video- og multimedieudgivelse og -distribution*

Formålet med denne støtte har været at tilskynde europæiske udgivere og distributører til udgivelse og distribution af kataloger med nyere europæiske film og av-programmer på alle slags videomedier til brug i hjemmet (vhs, dvd, cd-rom).

Der er blevet ydet støtte til video- og multimedieudgivelse og -distribution til 2 476 titler (heraf 188 multimedietitler) fra 108 selskaber. Media II-støtten var på i alt 10,4 mio. EUR. I referenceperioden har dvd-formatet virkelig vundet indpas (40 % af de titler, der modtog støtte i 2000).

Ifølge den efterfølgende evaluering har støtten kun haft en begrænset indvirkning på sektoren. Den har hovedsagelig gavnnet videosektorens tre største markeder, Frankrig, Det Forenede Kongerige og Tyskland, og et mindre antal modtagere. En lang række mellemstore distributører har aldrig søgt om Media II-støtte.

Betydningen af støtten (10,4 mio. EUR over 5 år) i forhold til størrelsen af det endelige marked (7 mia. EUR i 2000) har vist sig at være begrænset.

Disse konstateringer har ført til en revision som led i Media Plus af interventionsformerne i denne sektor¹⁰.

2.2.5. *Støtte til markedsføring*

Formålet har været at øge markedsføringen af europæiske film og programmer og at give uafhængige europæiske producenter og distributører lettere adgang til fagmesser. Der har været to slags Media II-støttede interventioner:

- tilstedeværelse på industriens største messer (filmmesserne i Berlin og Cannes, MIPCOM, MIP-TV og MILIA), hvor de uafhængige branchefolk har kunnet samle sig under «paraplyer», der har kunnet tilbyde dem synlighed og tjenester
- tilstedeværelse på temamesser (Cartoon Forum, Sunny side of the doc osv.), hvor der har kunnet arrangeres et regulært udsalg af projekter.

Siden Media II blev iværksat, er der blevet ydet støtte til 64 festivaler med 7 500 europæiske værker på programmet for et publikum på over to mio. personer og 50 arrangementer og fagmesser. Der er i perioden 1996-2000 blevet tildelt støtte til et samlet beløb af 19,1 mio. EUR.

For så vidt angår tilstedeværelse på industriens største messer, har 400 uafhængige europæiske selskaber nydt godt af Media-programmets paraplyer, siden det blev iværksat. Disse brugeres tilfredshedsgrad er høj (f.eks. 85 % for så vidt angår MIP-TV).

Vedrørende støtte til temamesser er der alene i forbindelse med Cartoon Forum blevet præsenteret 1 164 europæiske projekter for distributørerne (med henblik på forkøb) og producenterne (med henblik på koproduktion). Den slags tiltag har uomtvisteligt bidraget til at gøre de uafhængige producenter mere professionelle og til at indføre mærketiltag, for så vidt angår tematisk markedsføring.

¹⁰ Jf. punkt 3.2.

2.2.6. *Støtte til kataloger*

Formålet har været at yde finansiel støtte til selskaber med international distribution af tv-programmer til produktion af markedsføringsmateriale (fremstilling/trykning af papir- eller onlinekataloger), eftersynkronisering og tekstning og deltagelse i internationale messer (leje af stande osv.).

Siden Media II-programmet blev iværksat, har 62 selskaber nydt godt af støtte til kataloger til et beløb af i alt 3,6 mio. EUR.

2.3. **Virkningerne af udviklingsdelen**

2.3.1. *Støtte til projektudvikling*

- Støtte til udvikling af enkeltprojekter

Denne støtte er blevet tildelt til udvikling af projekter inden for fiktion, dokumentarfilm, tegne- og dukkefilm og multimedier til fremvisning i biografer eller tv, præsenteret af uafhængige europæiske produktionsselskaber.

1 178 forskellige selskaber har modtaget udviklingsstøtte til i alt 1 714 projekter. Det samlede Media II-støttebeløb var på 50,9 mio. EUR. Det gennemsnitlige støttebeløb pr. projekt var på 30 000 EUR. Der var flest projekter inden for fiktion; derefter kom dokumentarfilm.

- Støtte til udvikling af projektpakker (Slate Funding)

Denne nyskabelse blev indført i 1999 og muliggjorde tildeling af en budgetramme til uafhængige europæiske produktionsselskaber til udvikling af projektpakker. Den er rettet mod mellemstore produktionsselskaber, der allerede er kommet ud på det internationale marked.

I perioden 1999-2000 blev der udvalgt 99 kataloger til et samlet beløb af omkring 12 mio. EUR og et gennemsnitsbeløb af 125 000 EUR. I alt 400 projekter modtog støtte. Tre fjerdedele af dem var inden for fiktion; derefter kom dokumentarfilm. Man bemærkede hurtigt en bevægelse i ansøgningerne væk fra støttemekanismen til enkeltprojekter over mod Slate Funding-mekanismen, hvilket vidnede om, at dette nye instrument svarede til de mellemstore virksomheders behov.

2.3.2. *Støtte til udvikling af produktionsapparatet*

- Støtte til udvikling af produktionsselskaber

Formålet med denne støtte har været at forbedre selskabernes konkurrenceevne. Den er blevet ydet i form af støtte til udarbejdelse af femårige virksomhedsplaner og støtte til gennemførelse af virksomhedsplaner.

Mellem 1996 og 2000 har 186 selskaber modtaget støtte i forbindelse med denne mekanisme til et samlet beløb af 8,4 mio. EUR. Det gennemsnitlige lånebeløb var på omkring 100 000 EUR. Indførelsen af Slate Funding i 1999 førte til, at ansøgningerne om denne type støtte og tildelingen af ressourcer hertil ophørte. Slate Funding er et instrument, der ligeledes er beregnet på at yde støtte til selskabernes strategier på mellemlang sigt, og på mere fleksible betingelser.

- Støtte til industriplatforme

Formålet med denne mekanisme var at tilskynde de uafhængige europæiske produktionsselskaber, som udvikler tegne- og dukkefilmprojekter, produktionsprojekter på grundlag af ny teknologi og produktionsprojekter til udnyttelse af den europæiske filmskat og audiovisuelle kulturarv, til at oprette netværk. Støtten er blevet tildelt platformen, der er ansvarlig for at fordele den og for at rådgive producenter, der er omfattet af netværket.

Der er blevet udvalgt to platforme under Media II-programmet: Multimedia Investissement og Cartoon.

2.3.3. *Virkningerne af udviklingsdelen*

Udviklingsstøtten har gjort branchefolkene bevidste om den industrielle udviklingsfases betydning og samtidig givet dem adgang til finansielle midler til produktudvikling. Den har givet producenterne mulighed for at afprøve deres koncepter og ikke sætte projekter i produktion med usikkert gennemførligheds- eller rentabilitetspotentiale.

Denne støttes økonomiske indvirkning på investeringsniveauerne er derimod vanskelig at sætte tal på. Det lader imidlertid til, at mekanismen har været af særlig interesse for mellemstore producenter ved at give dem mulighed for at øge deres investeringsbeløb og forbedre deres selskabers økonomiske situation. For små producenter har den udgjort et alternativ til dyre bankfinansieringer. Støttens omfang i forhold til de samlede investeringer i udvikling har varieret alt efter modtagerselskabets størrelse (lille eller mellemstor virksomhed) og oprindelseslandet (stor eller ringe produktionskapacitet). Udviklingsstøttebeløbene pr. projekt (fra 23 000 til 35 000 EUR alt efter, hvilke kategorier af værker det drejer sig om) har vist sig at være tilstrækkelig høje til at være attraktive og have en reel indvirkning på udviklingsfinansieringen.

2.4. **Virkningerne af uddannelsesdelen**

Media II har på uddannelsesområdet haft følgende målsætninger:

- uddannelse (grunduddannelse og videreuddannelse) af branchefolk, navnlig i forbindelse med markedernes europæiske dimension og anvendelsen af ny teknologi
- fremme af samarbejde og udveksling af knowhow ved oprettelse af net for branchefolk og ved udbygning af lærernes uddannelse og af fjernundervisning.

Tiltagene på uddannelsesområdet er blevet tilrettelagt omkring tre store videnområder: økonomisk og forretningsmæssig virksomhedsledelse, anvendelse og udvikling af ny teknologi til produktion af av-programmer og teknikker til affattelse af drejebøger.

I perioden 1996-2000 blev 186 uddannelsestiltag samfinansieret, og de samlede 8 691 deltagere. Media II-støtten var på 39,7 mio. EUR og de samlede omkostninger på 94,9 mio. EUR. Det var initiativer inden for ny teknologi, der samlede flest deltagere, efterfulgt af initiativer inden for management og teknikker til affattelse af drejebøger. En bred vifte af foredragsholdere (fra universitetsfolk til repræsentanter for foreninger) har optrådt i forbindelse med Media II-uddannelsesdelen.

Siden programmet blev iværksat, har uddannelses tilbuddene fra disse foredragsholdere lidt efter lidt afpasset sig efter de fastlagte prioriterede områder (de tre store videnområder) og efter branchefolkenes forventninger. Forbedringen af det pædagogiske indhold har været mærkbar. Der er ligeledes blevet gjort en indsats for at orientere om og forklare målsætningerne for bedre at nå ud til målgrupperne. Man kan ligeledes notere sig et øget uddannelsesudbud i lande med ringe produktionskapacitet og et begrænset sprogligt område.

Virningen af uddannelsesdelen kan først måles på mellemlang eller lang sigt. Det kan imidlertid allerede nu konstateres, at uddannelses tiltag finansieret under Media II har medført en gennemgribende mentalitetsændring og ændret praksis hos uafhængige europæiske branchefolk, der nu i højere grad er opmærksomme på den europæiske dimension, udviklingsfasen, de endelige markeder og etablering af tværnationalt samarbejde og spontane netværker.

Workshopper om deltagernes enkeltprojekter har navnlig betydet bedre rådgivning, bedre afgrænsning, bedre udvikling, bedre produktion og bedre salg i forbindelse med projekterne. De har ligeledes skabt grundlag for at etablere et netværk af kontaktpersoner blandt uafhængige producenter i forskellige lande for at få lettere adgang til eksperter inden for udvikling, finansiering, packaging, markedsføring, salg og distribution af deres projekter. De kontakter, der er blevet skabt i forbindelse med denne uddannelse, har givet anledning til alt fra enkelttilfælde af koproduktion til salg af programmer og har i visse tilfælde ført til varige partnerskaber.

Investeringen i grunduddannelsesinitiativer viste sig generelt at være mindre rentabel på grund af deltagernes manglende erfaring og forankring i branchen.

3. TILPASNING AF FÆLLESSKABS AKTIONEN SOM FØLGE AF IVÆRKSÆTTELSEN AF MEDIA II

3.1. Tilpasninger af programmet undervejs

Media II-programmet er blevet tilpasset flere gange med udgangspunkt i en analyse af udviklingen på markedet for av-programmer. Formålet med tilpasningerne har været at afstemme programmet bedst muligt efter den europæiske industris behov og at maksimere dets strukturerende virkninger.

Der er således blevet indført to mekanismer rettet mod mellemstore selskaber, der allerede har økonomisk kapacitet og international erfaring, i programmets løbetid: den automatiske støtteordning til filmdistribution og udviklingsstøtte til projektpakker (Slate Funding).

Den første mekanisme (automatisk støtte til distribution) blev først indført på forsøgsbasis i 1997 og dernæst forlænget til programmets udløb ved hjælp af øgede budgetmidler på grundlag af de positive konklusioner i midtvejsevalueringen¹¹ af Media II. Den anden mekanisme (Slate Funding) blev indført i 1999 på grundlag af de henstillinger, der blev formuleret i forbindelse med denne midtvejsevaluering.

¹¹ Kommissionens rapport om resultaterne af MEDIA II programmet (1996-2000) i perioden 1.1.1996-30.6.1998, KOM(1999) 91 endelig udg.

Siden er de to nye mekanismer blevet bragt til i højere grad at supplere de eksisterende (selektiv støtte til distribution og støtte til udvikling af enkeltprojekter). Ser man f.eks. nærmere på støtte til distribution, konstaterer man, at selektiv støtte har været rettet mod film, der som udgangspunkt har et begrænset kommercielt potentiale og dermed er mere risikofyldte for distributøren. Den har bevirket, at disse film kom frem og blev genstand for yderligere tiltag (eftersynkronisering, kopier, markedsføring). Den automatiske støtte vedrørte derimod mere kommercielle film med større budgetter. For så vidt angår støtte til udvikling, har Slate Funding ydet mellemstore virksomheder en fleksibel støtte og gjort dem økonomisk mere synlige. Bibeholdelsen af støttemekanismen til enkeltprojekter har bevirket, at mindre selskaber ikke udelukkes fra Media II-støtte.

3.2. Media Plus-programmet (2001-2005) bliver til

I forbindelse med refleksionerne over Media Plus var man ikke i tvivl om, at der var behov for fællesskabsstøtte til av-sektoren. Den konklusion nåede man frem til, fordi sektorens økonomiske situation afslørede et stort behov fra den europæiske industris side for uddannelse, udvikling og distribution (se del 1 i denne rapport). Av-sektorens økonomiske status berettigede derimod til en voldsom forøgelse af Media-programmets budgetbevilling. Hvor Media II disponerede over 310 mio. EUR, fik Media Plus stillet 400 mio. EUR til rådighed.

Erfaringerne med Media II har indvirket således på tilblivelsen af Media Plus: Koncentrationen af midlerne på de tre interventionssektorer uddannelse, udvikling og distribution blev fastholdt. Men de instrumenter, der blev iværksat som led i Media II, blev afpasset efter resultaterne af perioden 1996-2000 og udviklingen i sektorens behov.

For så vidt angår uddannelsesområdet, bestod tilpasningen af programmet hovedsagelig i at indføre et incitament til at etablere europæiske netværk af ekspertisecentre til koordinering af uddannelsesinstitutionernes aktiviteter.

På udviklingsområdet afskaffede man støttemekanismerne til udvikling af produktionsapparatet til fordel for støttemekanismer til projektudvikling. Man fandt Slate Funding velegnet til finansiering og strukturering af selskabet på kort/mellemlang sigt. Slate Funding blev videreført i Media Plus.

På distributionsområdet:

- blev støtte til kataloger erstattet af støtte til digitalisering af værker og udarbejdelse af markedsførings- og pr-materiale på digitale medier
- blev den automatiske støtteordning til filmdistribution bibeholdt og fik tildelt en større bevillingsramme
- blev støtten til salgsagenter videreført i forbindelse med selektiv støtte
- blev støtten til video og multimedier i den form, den havde i Media II, erstattet af en automatisk støttemekanisme til udgivere og distributører af europæiske værker på et medium til privat brug (video, dvd og cd-rom).