

FR

FR

FR



COMMISSION EUROPÉENNE

Bruxelles, le 20.12.2010
COM(2010) 777 final

**RAPPORT DE LA COMMISSION AU PARLEMENT EUROPÉEN, AU CONSEIL,
AU COMITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIAL EUROPÉEN ET AU COMITÉ DES
RÉGIONS**

Rapport d'évaluation intermédiaire du programme MEDIA 2007

RAPPORT DE LA COMMISSION AU PARLEMENT EUROPÉEN, AU CONSEIL, AU COMITÉ ÉCONOMIQUE ET SOCIAL EUROPÉEN ET AU COMITÉ DES RÉGIONS

Rapport d'évaluation intermédiaire du programme MEDIA 2007

1. INTRODUCTION

L'objet du présent rapport est l'évaluation intermédiaire du programme MEDIA 2007. Conformément à l'article 14.2 de la Décision No 1718/2006/CE du Parlement européen et du Conseil du 15 novembre 2006 portant sur la mise en œuvre d'un programme de soutien au secteur audiovisuel européen (MEDIA 2007)¹, il présente l'évaluation intermédiaire des résultats obtenus et des aspects qualitatifs et quantitatifs de la mise en œuvre du programme.

Par ailleurs, l'article 19 demande que le suivi et l'évaluation de la participation de l'Union à l'Observatoire européen de l'Audiovisuel soient effectués dans le cadre du suivi et de l'évaluation du programme MEDIA conformément à l'article 14.

Le présent rapport expose les principaux résultats obtenus au cours des 3 premières années de mise en œuvre et les recommandations pour des ajustements éventuels. Il couvre la période du 1er janvier 2007 au 31 décembre 2009 et se fonde sur les conclusions de l'évaluation intermédiaire réalisée par le consortium Euréval – Media Consulting Group (MCG)².

2. LE PROGRAMME MEDIA

Depuis l'adoption par le Parlement européen et le Conseil du programme MEDIA I en 1991, une politique cohérente d'intervention financière, s'inscrivant dans la durée, a été suivie pour permettre à l'industrie audiovisuelle européenne de tirer profit d'un marché de dimension européenne. Cette politique s'est poursuivie avec le programme MEDIA II, puis MEDIA Plus et MEDIA Formation (2001-2006).

Conformément aux principes de subsidiarité et de complémentarité, l'action communautaire intervient en amont et en aval de la production, laissant aux autorités nationales le soin de soutenir la production. Le programme intervient donc en soutien à la formation des professionnels, au développement, à la distribution et à la promotion des œuvres.

Le programme MEDIA 2007, doté d'un budget de 755 millions d'euro pour une durée de 7 ans (2007-13) vise trois objectifs globaux:

- préserver et renforcer la diversité culturelle européenne et son patrimoine cinématographique et audiovisuel, garantir son accessibilité au public et promouvoir le dialogue interculturel;

¹ JO L 327 du 24.11.2006.

² Le texte complet du rapport d'évaluation est disponible sous le lien suivant:
http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/evalreports/index_en.htm#cultureHeader.

- améliorer la circulation des œuvres audiovisuelles européennes à l'intérieur et à l'extérieur de l'Union européenne;
- renforcer la compétitivité du secteur audiovisuel européen dans le cadre d'un marché ouvert et concurrentiel.

Dans les différents domaines d'intervention, les priorités suivantes ont été établies:

- encourager la créativité dans le secteur audiovisuel et la valeur culturelle du patrimoine cinématographique et audiovisuel européen;
- renforcer la structure du secteur audiovisuel européen, notamment les PME;
- réduire les écarts entre les pays européens à forte capacité de production audiovisuelle et les pays à plus faible capacité ou appartenant à des zones linguistiques restreintes;
- suivre et soutenir les développements du marché concernant la numérisation

Les nouveautés de MEDIA 2007

MEDIA 2007 a mis en œuvre une simplification générale de ses procédures administratives, introduisant une clause de proportionnalité dans les règles financières et administratives. L'objectif était de réduire le fardeau administratif et de le rendre proportionnel à la subvention ainsi qu'à la nature des bénéficiaires. Par ailleurs, des partenariats à long terme ont été conclus dans les lignes d'action formation, promotion et réseau de salles.

La majorité des lignes d'action (exception faite du soutien Distribution en format VHS et DVD) ont été poursuivies. Afin de s'adapter aux évolutions des besoins de l'industrie, MEDIA 2007 a mis en place de nouvelles actions telles que la formation initiale, le développement d'œuvres interactives, la Vidéo à la Demande (VOD) et la Distribution Cinématographique Numérique (DCN), les communautés web et l'open media.

Les programmes MEDIA sont soumis à un processus continu d'évaluation. Après une évaluation ex ante en 1998 et 2 évaluations intermédiaires, les programmes MEDIA Plus et MEDIA Formation ont été soumis à une évaluation finale couvrant la période 2000-2006. Celles-ci avaient confirmé la pertinence et l'efficacité du programme, et recommandé la poursuite de ses actions. Par ailleurs, une étude d'impact incluant les éléments d'évaluation ex ante avait été réalisée en 2004 en vue de la préparation du Programme MEDIA 2007.

3. EVALUATION INTERMEDIAIRE DE MEDIA 2007

3.1. Présentation

Le consortium EUREVAL – MCG a été sélectionné pour réaliser l'évaluation dans le contexte du contrat-cadre qui les lie à la Commission³. L'exercice a commencé après seulement deux années de mise en œuvre du programme, ce qui signifie que peu de projets ont pu aboutir et que la plupart n'en étaient qu'au premier stade de leur réalisation.

³ Contrat-cadre INFISO/SMART 2007/0035 Lot 1.

L'évaluation s'est donc concentrée essentiellement sur les questions d'efficacité, d'efficacités et de pertinence. Ainsi, elle évalue la capacité du programme à produire des résultats sur base des ressources utilisées et la correspondance entre ces résultats et les objectifs du programme. De plus, elle se penche sur la pertinence de ses objectifs initiaux par rapport aux besoins du secteur et propose des ajustements pour la suite.

Les résultats de l'évaluation constitueront également la base de la communication sur la continuation du programme à transmettre avant la fin de l'année 2010 conformément à l'article 14.2 b) de la Décision MEDIA 2007, ainsi que de l'étude d'impact à réaliser dans la perspective du renouvellement du programme après 2013.

3.2. Objectifs de l'évaluation

L'objectif général était de fournir un jugement externe et indépendant sur les résultats obtenus et les aspects qualitatifs et quantitatifs du programme sur la période 2007-2009. Dans cette perspective, les objectifs spécifiques ont été définis comme suit:

- Mesurer la pertinence des objectifs par rapport aux besoins de l'industrie audiovisuelle européenne et la valeur ajoutée européenne du programme;
- Mesurer l'efficacité de sa mise en œuvre et l'efficacité de ses résultats dans la perspective de ses objectifs généraux;
- Proposer des ajustements et formuler des recommandations pour la poursuite de la mise en œuvre du programme;
- Analyser l'évolution des besoins du secteur et évaluer de manière spécifique les nouvelles actions introduites depuis 2007.

3.3. Méthodologie

La mission d'évaluation a débuté en septembre 2009 et s'est terminée en mai 2010. La récolte de données statistiques et documentaires a été complétée par des entretiens avec les responsables du programme au sein de la Commission et de l'Agence exécutive "Éducation, audiovisuel et culture" (EACEA). L'évaluateur a en outre mené une large enquête auprès des organisations ayant sollicité un soutien MEDIA, ainsi qu'auprès des Desk MEDIA dans l'ensemble des Etats membres. Ainsi, l'opinion de plus de 550 personnes aura pu être sondée. L'évaluateur a ensuite procédé à une analyse en profondeur de ces données afin de répondre aux questions d'évaluation, suivant un processus dit de triangulation qui consiste à croiser l'ensemble des données collectées. Chaque constat présenté dans le rapport est ainsi issu de plusieurs sources, sauf mention contraire.

4. CONTEXTE TECHNOLOGIQUE, ECONOMIQUE ET JURIDIQUE

Les politiques publiques dans le domaine de l'industrie du film et de l'audiovisuel sont confrontées aujourd'hui à des enjeux majeurs liés aux mutations technologiques et à leurs conséquences sur les modes de consommation, les modèles économiques et la chaîne de valeur.

4.1. Mutations technologiques

Ces transformations relèvent en partie de la pénétration de l'internet à haut débit en Europe. La télévision, autrefois un média linéaire, devient aujourd'hui une plateforme non-linéaire permettant au spectateur de choisir les contenus ainsi que l'heure à laquelle les consommer (catch-up TV, IPTV, Web TV). Internet intervient aussi en tant que plateforme de distribution, à travers la vidéo à la demande (VoD). Les téléphones mobiles sont également concernés par cette mutation et deviennent des plateformes de distribution pour le contenu audiovisuel.

En terme de supports, le cinéma, traditionnellement lié à un site géographique (la salle) est confronté à des nouvelles possibilités de projection, avec le remplacement progressif des copies 35 mm par des copies numériques. La programmation est susceptible de devenir plus flexible et le numérique peut être aussi facteur de revitalisation, grâce à l'introduction du film-spectacle 3-D. Le DVD haute-définition a fait récemment son entrée sur le marché européen, sans qu'on sache encore s'il pourra absorber la technologie émergente et la transformer en atout durable afin de maintenir sa présence sur la chaîne d'exploitation.

4.2. Evolution des modes de consommation

Les habitudes des spectateurs ont changé au fur et à mesure des innovations technologiques. Le contenu audiovisuel peut être facilement personnalisé, sauvegardé et transporté. Nous vivons aujourd'hui dans un environnement de distribution multiplateforme créés par l'interconnexion de différents médias. En outre, la portabilité des contenus, transforme l'environnement physique de contrainte en opportunité. Les œuvres peuvent aujourd'hui plus facilement circuler : d'un média à un autre, d'un territoire à un autre.

4.3. Les modèles économiques

Du point de vue économique, les transformations sont progressives, et les effets sur les marchés sont asymétriques selon les secteurs et les pays. Le changement des modèles économiques peut être remarqué dans la relation entre la télévision et le cinéma. La télévision hertzienne nationale a été depuis 30 ans le partenaire indispensable du financement du cinéma européen. Aujourd'hui, dans un contexte de forte décroissance des recettes publicitaires des chaînes de télévision, la valeur du cinéma sur ces antennes stagne, alors que le cinéma continue de migrer vers les chaînes numériques et les chaînes de cinéma à péage.

4.4. La gestion des droits

L'industrie audiovisuelle européenne est confrontée également à la question de la gestion des droits, devenue prioritaire à cause de l'entrée sur le marché de nouveaux acteurs dans les domaines de la production et de la distribution. En termes de gestion de droits, des effets de « cannibalisation » apparaissent le long de la chaîne de valeur. A terme, certains observateurs envisagent la simplification de la chaîne de valeur au point où celle-ci ne comprendrait plus que deux grands segments : la consommation privée et la consommation publique en salle.

5. LE PROGRAMME EN QUELQUES CHIFFRES

Plus de 5 000 projets ont été soutenus par MEDIA 2007 sur les 3 premières années de sa mise en œuvre. Le cofinancement européen de ces projets représente environ 296 millions d'euros, soit 39% du budget du programme sur toute la période.

Plus de 3 000 organisations ont sollicité le programme MEDIA 2007 sur les 3 premières années (à comparer à moins de 2000 dans le cadre de MEDIA Plus sur l'ensemble de la période) et plus de 1 400 organisations ont été retenues. Le nombre d'organisations issues des nouveaux États membres sollicitant le programme a légèrement augmenté sous MEDIA 2007. Les organisations retenues par MEDIA 2007 sont des producteurs (56%), des distributeurs (31%) et des promoteurs (11%). Il s'agit le plus souvent de très petites entreprises (66% ont un chiffre d'affaire inférieur à 1,5 million €, 80% ont un chiffre d'affaire inférieur à 4 millions €). Les bénéficiaires de MEDIA 2007 sont dispersés dans toute l'Europe (98 régions sur 105).

Les 5 plus grands pays (Allemagne, Espagne, France, Italie, Royaume Uni) perçoivent près des deux tiers des montants engagés par MEDIA, part proportionnelle à l'importance relative de ces marchés en Europe. Les 10 autres pays EU15 ainsi que la Suisse, l'Islande et la Norvège reçoivent en moyenne 25 % des montants engagés, mais cette part tend à s'éroder. La part des « nouveaux » États membres est stable autour de 8 %.

6. LES CONCLUSIONS DE L'EVALUATION

6.1. Conclusions relatives à la pertinence du programme par rapport aux besoins du secteur

La logique intégrée du programme, son ancrage dans le paysage audiovisuel européen et le souci d'accompagner les évolutions du secteur permettent, entre autres, à MEDIA 2007 de répondre de façon adéquate aux besoins du secteur.

Dans une large majorité des cas, MEDIA est jugé comme complémentaire avec le soutien national existant, dans le sens où le programme soutient des éléments non ou peu pris en charge par l'aide nationale. Il présente en outre une valeur ajoutée significative de par la forte dimension européenne qu'il introduit dans les projets soutenus, leur permettant également d'afficher une plus grande ambition.

Enfin le programme semble avoir des effets d'incitation sur les politiques nationales. Un certain nombre d'évolutions ont ainsi pu être relevées dans différents pays. Ainsi, de nouvelles dispositions législatives sont en préparation ou viennent d'entrer en vigueur en Hongrie, en Italie, en Lituanie, en Norvège et en Slovénie par exemple. Des institutions de type Fonds ou Institut national cinématographique au service de la structuration du secteur audiovisuel national ont été créés (Croatie, Slovaquie, Malte) ou ont vu leur budget augmenter (Autriche, Chypre, République tchèque)

6.2. Conclusions relatives à la cohérence interne du programme

La cohérence interne globale du programme est confirmée, même si plus d'efforts devraient être consacrés au développement de la demande d'œuvres européennes par le public. La hausse du nombre de candidatures aux différents soutiens du programme témoigne d'une bonne adaptation aux besoins du secteur. Mais elle s'accompagne d'une hausse de la sélectivité qui entraîne notamment une exclusion des primo-participants et des TPE⁴, une augmentation des coûts de gestion et un certain découragement des participants potentiels.

⁴ Très petites entreprises.

L'objectif de préservation/promotion de la diversité culturelle des œuvres européennes repose beaucoup sur des actions visant à réduire les écarts entre « petits » et « grands » pays de l'audiovisuel européen. Pour cela, le programme prévoit des mesures de discrimination positive pour les pays à faible capacité de production et/ou à aire linguistique restreinte. L'évaluation finale du programme MEDIA Plus avait démontré que les critères de discrimination positive incitant les professionnels des plus grands pays producteurs à s'associer des partenaires de plus « petits » pays, avaient réellement favorisé la meilleure intégration de ces acteurs dans les réseaux et de leurs œuvres dans les circuits de distribution européens. Ce constat tend à se confirmer, les dispositions relevant de la discrimination positive contribuent largement à l'atteinte de l'objectif de diversité, en particulier sur les lignes Accès aux marchés, Développement et Festivals.

Des efforts d'adaptation notoires ont été réalisés dans le cadre de MEDIA 2007 pour répondre aux nouveaux besoins, notamment liés au numérique. Les deux évaluations précédentes avaient également conclu à la pertinence globale des objectifs du programme mais mettaient en exergue une insuffisante prise en compte de la question de l'usage des nouvelles technologies et du passage au numérique. Avec l'intégration des nouvelles lignes d'action, cette limite s'est estompée dans le cadre de MEDIA 2007. Le succès rencontré par les appels à projets témoigne d'une réponse à des besoins réels du secteur.

Certains champs et approches restent néanmoins à explorer pour répondre au mieux aux besoins évolutifs du secteur. Les nouvelles interventions se sont cependant limitées à des champs restreints, et il serait utile d'appréhender globalement la chaîne de valeur, la question des droits et des nouveaux modèles économiques qui se dessinent à l'initiative des professionnels.

6.3. Conclusions relatives aux résultats produits par le programme sur les 3 premières années de sa mise en œuvre (efficacité)

Les conclusions de l'évaluation finale de MEDIA Plus et MEDIA Formation sont globalement confirmées en ce qui concerne les lignes d'action traditionnelles.

« Les principaux mécanismes de MEDIA contribuent effectivement au renforcement des compétences (Formation), au développement de la dimension européenne des œuvres dès la phase de pré-production (Développement), à la meilleure compétitivité du secteur (Distribution notamment, par la réduction des risques et le renforcement des capacités financières des bénéficiaires) et à la circulation transnationale des œuvres (Distribution et Promotion). »

La participation au processus de candidature MEDIA permet d'améliorer significativement la conception des projets présentés (consolidation des plans de financement, renforcement des partenariats et de la dimension internationale). D'autres bénéfices importants sont la création de réseaux professionnels et d'un "label qualité" MEDIA largement reconnu.

Le soutien de MEDIA 2007 à la distribution, la promotion (Accès au marché et Festivals) et au développement est globalement efficace et contribue de façon significative à l'amélioration des conditions de distribution (distribution automatique), à la visibilité des œuvres européennes, à la création d'opportunités professionnelles (Promotion), au renforcement des réseaux professionnels (distribution sélectif et Promotion), et à l'émergence de projets mieux structurés et plus compétitifs à l'international (développement).

L'évaluateur a cependant identifié des pistes d'amélioration pour certaines lignes d'action telles que:

- Le soutien aux œuvres interactives pourrait gagner en efficacité grâce notamment à une plus grande clarté dans leur champ d'intervention.
- Le soutien de MEDIA 2007 à la diffusion TV est pertinente car elle répond à un fort besoin du secteur. Il contribue de façon significative à sécuriser les droits des producteurs dans certains pays. Cependant, son efficacité n'est pas totalement assurée pour diverses raisons: décalage entre le type d'œuvres soutenues et les besoins de programmation des chaînes européennes; contradiction entre le grand nombre de diffuseurs exigé et la présence d'un minimum garanti de la part d'un distributeur; décalage entre l'évolution des prix de marché et les investissements exigés par MEDIA; déséquilibres dans la répartition géographique du soutien.

Par ailleurs, l'effet de certaines actions reste marginal pour des raisons externes au programme et liées au marché dans lequel elles opèrent.

- Le soutien i2i⁵ permet une réduction effective des coûts financiers, mais son ampleur est insuffisante pour générer des effets visibles en matière d'accès aux financements.
- Le soutien à la Vidéo à la Demande (VOD) ne contribue pas encore suffisamment à la circulation des œuvres européennes dans la mesure où le marché reste très faible.
- En ce qui concerne les objectifs de préservation et de promotion de la diversité culturelle et les mécanismes de discrimination positive mentionnés au point 6.2, la faible ampleur du programme ne permet pas d'avoir un impact significatif en termes de réduction des écarts entre « petits » et « grands » pays de production audiovisuelle. Si la part des organisations des « nouveaux » Etats membres tend à augmenter, cela se fait à budget constant (autour de 8%). Le budget moyen par organisation dans ces pays baisse donc progressivement.

6.4. Conclusions relatives à la capacité du programme à générer, à terme, les impacts attendus

En soutenant la formation des professionnels, la structuration des projets et la mise en réseau des acteurs, le soutien de MEDIA contribue à une meilleure compétitivité du secteur audiovisuel européen. Dans la continuité de MEDIA Plus, MEDIA 2007 contribue à une meilleure circulation des œuvres européennes et à la préservation de la diversité culturelle. Les indicateurs de marché en termes de circulation transnationale des œuvres européennes sont encourageants, et l'évaluation démontre que c'est grâce au soutien de MEDIA qu'une grande partie de ces films voyagent.

6.5. Conclusions relatives à l'efficacité de la mise en œuvre du programme

Le budget et les ressources du programme sont dans l'ensemble déployés de façon efficiente. L'efficacité des modes de gestion du programme a été significativement améliorée (simplifications, adaptation du calendrier, partenariats long-terme) mais des marges de progrès demeurent pour réduire le fardeau administratif.

⁵ L'objectif du soutien « i2i audiovisuel » est de faciliter l'accès aux financements bancaires et financiers

7. CONTRIBUTION DE L'OBSERVATOIRE EUROPEEN DE L'AUDIOVISUEL (OEA)

7.1. Objectifs de l'évaluation approfondie

Depuis 1999 la participation de l'Union européenne, représentée par la Commission européenne est formalisée par décisions du Parlement européen et du Conseil⁶. Lors de l'élaboration du programme MEDIA 2007, dans un souci de rationalisation issu de la politique de simplification administrative de la Commission, la participation de l'Union européenne à l'OEA a été insérée dans la base juridique du nouveau programme, selon les dispositions de la décision établissant le programme. La participation financière est imputée au budget du programme MEDIA (257.577 € en 2010, représentant 11.5% des contributions des 37 membres de l'Observatoire).

La Commission siège au Comité exécutif, au même titre que les pays membres, qui adopte le budget de l'OEA en vue de la mise en œuvre des plans et programmes d'activités.

Dans le cadre de l'évaluation intermédiaire du programme MEDIA 2007, l'évaluateur a analysé la contribution des travaux de l'OEA aux objectifs et besoins du programme ainsi qu'à la dissémination de l'information juridique et économique du secteur parmi les professionnels et les institutions.

7.2. L'OEA face aux objectifs du programme MEDIA 2007

L'Observatoire a une double mission : d'une part, assurer une plus grande transparence du secteur de l'audiovisuel en Europe et d'autre part, répondre aux besoins en information des professionnels de l'audiovisuel. La réalisation de cette mission passe par l'élaboration et la mise à disposition de la profession et du public d'informations telles que des bases de données (LUMIERE, KORDA, MAVISE, IRIS MERLIN et PERSKY) des articles juridiques, des informations sur les conventions européennes et autres traités internationaux, un Annuaire statistique payant contenant les principales données du secteur.

En termes de réalisation des objectifs du programme MEDIA, il s'avère que les travaux de l'Observatoire n'y contribuent pas directement. De fait, l'Observatoire n'a pas d'obligation envers le programme MEDIA, mais à cela s'ajoute le constat que les données disponibles étant disparates et partielles dans certains cas, il est difficile de pouvoir les croiser et d'en faire ressortir les éléments nécessaires pour un suivi correspondant aux besoins et objectifs spécifiques du programme. En effet, l'annuaire notamment, évolue légèrement d'une année à l'autre et ne fournit pas à 100% les mêmes tableaux avec les mêmes données, concepts et indicateurs d'une année sur l'autre. D'autre part, le territoire couvert par l'OEA est différent de celui de MEDIA. Ce relatif manque d'homogénéité accompagné de la non disponibilité en tant que tels d'indicateurs spécifiques pour le programme MEDIA peuvent être des obstacles pour leur utilisation.

Toutefois, l'OEA reste le seul organisme fournissant des données chiffrées à l'échelle européenne au sens large, informations que les organismes nationaux ne collectent pas et ne délivrent pas. Une possibilité de contractualiser directement avec l'Observatoire, sur des sujets ponctuels, au-delà des plans d'action annuels et triennaux, pourrait alors être envisagée afin de favoriser une meilleure contribution de l'Observatoire aux objectifs de MEDIA.

⁶ Décision 1999/784/EC du 22 novembre 1999, JO L307 du 2.12.1999. Décision 2239/2004/EC du 17 novembre 2004, JO L 390 du 31.12.2004.

8. PRINCIPALES RECOMMANDATIONS

Les évaluateurs formulent cinq recommandations stratégiques. Si certaines ne peuvent être mises en œuvre dans le contexte de MEDIA 2007 et seront prises en compte dans la préparation de la nouvelle génération de programmes après 2013, d'autres suggèrent des ajustements pour la poursuite du présent programme.

8.1. Poursuivre les efforts de communication et de partage de l'information

Une communication plus claire et reflétant mieux la réalité du programme permettrait aux professionnels d'identifier plus facilement ses objectifs et son champ d'intervention (« Programme MEDIA » plutôt que « MEDIA 2007 », révision du nom des lignes I2i, « Œuvres interactives »). Par ailleurs, il est suggéré de mieux exploiter le potentiel du réseau des MEDIA desks et antennes, par exemple par le biais d'une plateforme collaborative.

8.2. Optimiser la gestion du Programme

Certaines pistes sont proposées pour simplifier et améliorer les modalités de gestion du programme :

- Réviser la procédure de comitologie (seuil relatif au montant de l'allocation de fonds communautaire en dessous duquel la procédure de comitologie ne s'applique pas).
- Envisager des critères d'éligibilité et/ou de sélection plus exigeants afin de restreindre le nombre croissant de candidatures à la ligne Développement et de renforcer la qualité des projets reçus.
- Étendre le pool d'experts afin d'améliorer les procédures de sélection.

8.3. Poursuivre les efforts en faveur de la réduction du fardeau administratif:

- Accélérer le système de candidature en ligne alimentant directement la base de données MEDIA.

8.4. Élargir les modes d'intervention mobilisés par le programme

Innover dans les modes d'intervention ou mesures d'accompagnement du programme, par la mise en place d'outils: d'écoute (réseaux thématiques, projets pilotes); de création de consensus (sur une approche commune des droits par exemple).

Favoriser l'interopérabilité, la mise en réseau et la coopération entre territoires et créer un référentiel commun des compétences (pour la formation initiale).

Réviser les modalités de mise en œuvre de la discrimination positive : revoir la typologie des pays ; approfondir la réflexion sur les cibles les plus adéquates;

Envisager une intervention plus forte sur la demande au niveau des consommateurs, des exploitants et diffuseurs TV et par le biais de l'éducation aux médias.

Renforcer les capacités de connaissance du marché et d'analyse des effets du programme

Optimiser les apports de l'Observatoire européen de l'audiovisuel, afin notamment d'obtenir

des données statistiques et des analyses adaptées pour assurer une meilleure connaissance du marché et faciliter l'analyse des effets du programme.

Réaliser des études approfondies sur le secteur audiovisuel pour renforcer les capacités d'anticipation.

Réaliser des évaluations spécifiques, focalisées sur certains secteurs et/ou lignes d'action , afin d'avoir une vision plus précise des résultats du programme.

8.5. Poursuivre l'effort d'adaptation au marché

Diffusion télévisuelle

- Envisager un soutien aux distributeurs TV et aux diffuseurs engagés dans la valorisation des œuvres européennes non nationales
- Soutenir le doublage pour prendre pied sur les grands marchés tiers (Asie du Sud-est, Amérique latine).
- Valoriser les projets qui s'ouvrent sur les nouveaux medias.
- Accès au financement : inciter les banques à davantage accorder des crédits de production, par exemple par le biais d'un outil de garantie.
- Cinéma numérique : envisager un soutien à la numérisation des salles et à la production de masters numériques.

9. CONCLUSIONS: POSITION DE LA COMMISSION

L'évaluation intermédiaire du programme MEDIA 2007, bien que réalisée à un stade précoce de mise en œuvre, confirme les résultats positifs de ses actions pour le secteur audiovisuel européen. Elle réaffirme la pertinence de ses objectifs ainsi que l'efficacité de ses actions en particulier en matière de renforcement de la compétitivité du secteur. Par ailleurs, elle confirme sa valeur ajoutée au regard des interventions nationales.

Par ailleurs, les données de marché indiquent que le secteur audiovisuel européen continue à souffrir de ses traditionnelles faiblesses que sont la fragmentation du marché et la faible circulation des œuvres européennes en dehors de leur pays d'origine.

Il y a donc lieu de poursuivre l'action, en s'adaptant à l'évolution des besoins du marché. La Commission poursuit les ajustements du programme MEDIA 2007 pour la période restante afin d'en améliorer l'efficacité et l'efficacités ainsi que son adaptation aux besoins du marché dans les limites de la base légale existante allant dans le sens des recommandations formulées par l'évaluateur. D'autres ajustements sont en développement et seront en place pour la seconde moitié de la mise en œuvre du programme. Ils feront l'objet de la prochaine Communication sur la continuation du programme.

Par ailleurs, la Commission intégrera les recommandations stratégiques à plus long terme formulées par l'évaluateur dans la préparation du prochain programme à lancer en 2013. Des pistes d'action seront étudiées lors de l'étude d'impact qui sera réalisée en préparation de ce programme.