# Programme d'encouragement au développement, à la distribution et à la promotion des oeuvres audiovisuelles européennes (MEDIA Plus - Développement, Distribution et Promotion): prolongation jusqu'en 2006

2003/0067(COD) - 08/05/2008 - Document de suivi

Ce rapport vise à évaluer les résultats des programmes MEDIA plus et MEDIA Formation. Pour rappel, ces programmes portent sur la période 2001-2006. Leur objectif principal est d'améliorer la compétitivité de l'industrie audiovisuelle européenne, de rééquilibrer les différences entre les marchés et de favoriser la circulation des œuvres en dehors de leur pays d'origine.
Les conclusions principales du rapport sont les suivantes :
**Difficultés conjoncturelles et structurelles :** le plus important défi pour le programme a été l'entrée de 10 nouveaux États membres. Cet élargissement a accentué l'hétérogénéité du marché européen. Les capacités d'investissement et les aides publiques sont bien plus faibles dans ces pays que dans le reste de l' Europe. Un autre grand défi est le développement rapide des nouvelles technologies, et notamment du numérique. Dans ce domaine, la situation de la distribution cinématographique européenne devient préoccupante. Les copies numériques de films existent, mais les films européens sont très peu présents sur les plateformes de diffusion numérique. Le marché européen de l'audiovisuel est caractérisé par une très forte fragmentation. La fragmentation est notamment liée à la diversité linguistique et culturelle des différents États. Le secteur de la production demeure également très fragmenté. Il rassemble beaucoup de petites structures peu intégrées, dont la survie est toujours précaire. Le manque de formation des professionnels européens de l'audiovisuel engendre une absence de stratégie d'entreprise à l'échelle européenne, pourtant essentielle à l'introduction des nouvelles technologies. En amont, l'industrie européenne de l'audiovisuel consacre trop peu de moyens au développement des projets (écriture, montage financier et établissement du plan de commercialisation). Cette étape est pourtant primordiale pour la qualité et le potentiel d'exportation des œuvres. En aval, le secteur de la distribution demeure fragmenté sur des bases nationales. Il est ainsi rendu moins compétitif, tant sur le marché mondial que sur le marché européen.
**Conclusions générales sur la période 2001-2006 :** de manière générale, le rapport montre que le programme a effectivement contribué à augmenter la formation, le développement de la dimension européenne de certains œuvres (incluant la phase de pré-production), à améliorer la compétitivité et la distribution des œuvres. Ainsi, les effets non financiers du programme MEDIA ont eu un impact prolongé et structuré sur tout le secteur et la circulation transnationale des œuvres dépend directement de la poursuite du financement européen. Le rapport montre que la mise en place décentralisée du programme MEDIA a été un moyen efficace de développer la connaissance du programme – même si l'efficacité dépend en grande partie des personnes en charge. Les effets durables les plus marquants du programme sont d'ordre qualitatif : renforcement des compétences, des réseaux, des collaborations, connaissance du marché, présence sur les marchés internationaux. D'autres effets importants tels que l'augmentation de la circulation transnationale des œuvres sont cependant encore fortement dépendants de l'intervention européenne. En effet, l'arrêt du soutien pourrait entraîner la disparition de certaines formations, une réduction de la circulation transnationale des œuvres et une diminution de l'investissement dans des œuvres issues de pays à faible capacité de production, où MEDIA constitue un élément essentiel du financement des œuvres.
**Recommandations :** dans ce contexte, le rapport recommande les éléments suivants :

- **Poursuivre l'effort d'adaptation au marché**: par exemple, conserver la capacité d'adaptation du programme; se doter des moyens d'anticiper les évolutions du secteur; se doter d'un système d' indicateurs de suivi des performances du programme et de veille de marché ;
- **Adapter le dispositif aux contraintes de ses utilisateurs**: par exemple repenser et simplifier les modalités d'accès au programme; adapter les mesures d'intervention à la nature temporaire du secteur et concentrer les ressources humaines et organisationnelles de MEDIA sur l' accompagnement des bénéficiaires et le suivi des projets ;
- **Mieux exploiter le potentiel du réseau des MEDIA desks et antennes**: par exemple, développer un outil de mesure de la performance et doter les MEDIA desks et antennes d'outils et de moyens efficaces;
- **Ré-envisager les objectifs et modalités des mécanismes de rééquilibrage du marché, afin de renforcer leur pertinence et efficacité** : par exemple maintenir l'effort mené jusqu'ici en termes de rééquilibrage des marchés, approfondir la réflexion stratégique sur les objectifs poursuivis par la politique de rééquilibrage des marchés et revisiter l'échelle géographique pertinente (fin de l'échelle régionale, nouvelles catégories de pays) pour certaines lignes d'action (distribution sélective, distribution automatique etc);

**En conclusion**, les évaluations intermédiaires et l'évaluation finale des programmes MEDIA Plus et MEDIA-Formation confirment les résultats positifs de leurs actions pour le secteur audiovisuel européen Elles réaffirment la pertinence des objectifs du programme ainsi que l'efficacité de ses actions en matière de renforcement de la compétitivité du secteur et de promotion de la diversité culturelle. Il y a donc lieu de poursuivre l'action, en s'adaptant à l'évolution des besoins du marché.

C'est ce à quoi s'attache le nouveau programme MEDIA 2007 (voir COD/2004/0151).