



Commissione  
europea

LE POLITICHE  
DELL'UNIONE  
EUROPEA

Celebrare  
la diversità  
culturale  
dell'Europa

# Cultura e settore audiovisivo

In Europa la cultura e le professioni creative contribuiscono in modo decisivo all'economia, all'occupazione e alla coesione sociale





# LE POLITICHE DELL'UNIONE EUROPEA

*Questa pubblicazione fa parte di una serie che illustra le varie politiche europee, spiegando quali sono le competenze dell'Unione europea e quali risultati ha ottenuto.*

Le pubblicazioni sono disponibili online:

[http://ec.europa.eu/pol/index\\_it.htm](http://ec.europa.eu/pol/index_it.htm)

<http://europa.eu/!uU73JY>

Funzionamento dell'Unione europea

L'Europa in 12 lezioni

Europa 2020: la strategia europea per la crescita

I padri fondatori dell'Unione europea

Affari esteri e politica di sicurezza

Affari marittimi e pesca

Agenda digitale

Agricoltura

Aiuti umanitari e protezione civile

Allargamento

Ambiente

Azione per il clima

Banche e finanza

Bilancio

Commercio

Concorrenza

Consumatori

Cooperazione internazionale e sviluppo

**Cultura e settore audiovisivo ✖**

Dogane

Energia

Fiscalità

Frontiere e sicurezza

Giustizia, diritti fondamentali e uguaglianza

Imprese

Istruzione, formazione, gioventù e sport

Lotta antifrode

Mercato interno

Migrazione e asilo

Occupazione e affari sociali

Politica regionale

Ricerca e innovazione

Salute

Sicurezza dei prodotti alimentari

Trasporti

Unione economica e monetaria ed euro

## INDICE

Perché abbiamo bisogno di una politica europea per la cultura e il settore audiovisivo . . . . . 3

La strategia dell'UE. . . . . 4

Cosa fa l'UE . . . . . 7

Prospettive: puntare al futuro. . . . . 11

Per saperne di più . . . . . 12

---

### Le politiche dell'Unione europea Cultura e settore audiovisivo

Commissione europea

Direzione generale della Comunicazione

Informazioni per i cittadini

1049 Bruxelles

BELGIO

Ultimo aggiornamento: novembre 2014

Copertina e illustrazione a pag. 2:

© iStockphoto — scanrail

12 pagg. — 21 x 29,7 cm

ISBN 978-92-79-41545-6

doi:10.2775/13282

Lussemburgo, Ufficio delle pubblicazioni dell'Unione europea, 2014

© Unione europea, 2014

La riproduzione è autorizzata. Per l'uso o la riproduzione di singole fotografie, occorre chiedere l'autorizzazione direttamente al titolare del copyright.

---

# Perché abbiamo bisogno di una politica europea per la cultura e il settore audiovisivo

## Promuovere il patrimonio culturale e la creatività

La cultura e la creatività sono al centro del progetto europeo. La cultura plasma le nostre identità e aspirazioni e il nostro modo di relazionarci con gli altri e con il mondo. Inoltre, permea i luoghi e i paesaggi in cui viviamo e gli stili di vita che adottiamo.

La rapida evoluzione delle tecnologie crea nuove sfide e opportunità per il settore culturale e creativo in Europa. L'Unione europea (UE) è impegnata ad aiutare chiunque partecipi a questo settore (dalle comunità locali che celebrano il loro patrimonio culturale ai produttori di film vincitori di concorsi) per cogliere le opportunità che si presentano e superare gli ostacoli esistenti.

Le sfide sono enormi. La diversità culturale è un punto di forza dell'UE, ma le differenze linguistiche e culturali determinano la frammentazione del mercato. La crisi economica mondiale rende sempre più difficile finanziare il settore creativo. Le nuove tecnologie digitali stanno avendo un impatto significativo sui metodi tradizionali di distribuzione: i contenuti delle grandi biblioteche vengono digitalizzati, ma è difficile sviluppare modelli economici sostenibili.

## Un impulso creativo non solo all'economia

In Europa il settore culturale e creativo contribuisce alla crescita economica, all'occupazione, all'innovazione e alla coesione sociale.

Rappresenta circa il 4,5 % del prodotto interno lordo europeo e impiega il 3,8 % della forza lavoro (8,5 milioni di persone). Inoltre, è un settore che resiste meglio in tempi di recessione e che contribuisce all'innovazione, allo sviluppo delle competenze e al risanamento urbano, producendo un impatto positivo su altri comparti quali il turismo e le tecnologie dell'informazione e della comunicazione.

## I vantaggi di una strategia su scala europea

I paesi dell'Unione europea hanno ciascuno il proprio modo di gestire le questioni riguardanti la politica della cultura e del settore audiovisivo. Il lavoro svolto dall'UE integra la loro azione e aggiunge una nuova dimensione.

Le informazioni raccolte a livello europeo possono essere utilizzate per sostenere le decisioni relative alle politiche nazionali o fornire esempi di buone prassi per tutti. A tal fine sono stati istituiti appositi meccanismi di cooperazione tra gli Stati membri.

Nel periodo 2014-2020 l'UE investirà 1,46 miliardi di euro nel settore della cultura e dell'audiovisivo attraverso il programma «Europa creativa», che sostituisce i programmi Cultura, MEDIA e MEDIA Mundus. Ciò rappresenta un aumento del 9 % rispetto ai bilanci precedenti.

Il programma «Europa creativa» punta a valorizzare il nostro patrimonio culturale comune dando sostegno ai progetti culturali transfrontalieri, tra cui azioni di cooperazione, piattaforme, reti e progetti di traduzione letteraria.

Il programma integra i finanziamenti nazionali per promuovere il cinema europeo e la distribuzione di nuovi film e rendere il settore audiovisivo più competitivo. Il mercato unico per i media audiovisivi e il programma per l'uso sicuro di Internet per proteggere in tutta l'UE i minori che navigano online sono solo due esempi del valore aggiunto offerto da un approccio a livello di UE rispetto alle strategie nazionali.

Molte regioni e città si rendono conto che la cultura e l'industria creativa rafforzano la loro competitività economica e generano occupazione. È per questo che la politica regionale dell'UE sostiene gli investimenti strategici nella cultura e nei settori creativi mediante fondi specifici.

## La strategia dell'UE

### Collaborare per ottenere di più

Per attuare la sua agenda per la cultura, l'Europa si affida a solide partnership tra tutti i soggetti interessati, tra cui Stati membri, regioni, associazioni culturali e altri operatori del settore.

Sono previsti, ad esempio, progetti locali per promuovere il turismo culturale, il risanamento urbano nelle regioni culturalmente importanti o il sostegno alla distribuzione di film indipendenti: questi e molti altri obiettivi sono più facili da realizzare quando organizzazioni a diversi livelli uniscono i loro sforzi e le loro risorse.

### Cooperare per la cultura: un quadro strategico

L'Agenda europea per la cultura (istituita nel 2007) promuove:

- la diversità culturale e il dialogo tra culture;
- la cultura come catalizzatore della creatività e dell'innovazione;
- la cultura come elemento delle relazioni internazionali dell'UE.

Dal 2007 le autorità nazionali, le istituzioni dell'UE e il settore culturale in tutta Europa operano in stretta collaborazione per promuovere questi obiettivi. All'interno di questo quadro, le autorità nazionali possono designare i loro rappresentanti nei gruppi di esperti a livello UE per discutere e sviluppare buone pratiche su scala nazionale e regionale e nuovi modi di collaborare. Il tutto avviene nell'ambito del cosiddetto «metodo di coordinamento aperto», una forma di governance basata sulla cooperazione volontaria tra gli Stati membri.

Al fine di sfruttare al massimo le competenze già esistenti in sede di formulazione delle sue politiche, la Commissione partecipa periodicamente a scambi di vedute e informazioni con le organizzazioni del settore culturale. Questo **dialogo strutturato** riguarda una serie di temi chiave, tra cui cultura e industria creativa, dialogo interculturale e accesso alla cultura.

Inoltre, esistono in Europa numerosi gruppi indipendenti impegnati a promuovere la cultura. Ad esempio, nel campo della promozione del patrimonio culturale molti di essi sono riuniti sotto l'egida di Europa Nostra. Questa federazione paneuropea riunisce circa 250 gruppi non governativi e senza scopo di lucro, con più di 5 milioni di membri, e forma una rete di professionisti e volontari impegnati nella salvaguardia del patrimonio culturale europeo per le generazioni presenti e future.

La Commissione europea offre alle parti interessate e ai politici l'opportunità di incontrarsi e di discutere dei temi più importanti per il settore attraverso i Forum europei biennali della cultura.

L'Unione europea promuove la cooperazione culturale con i singoli paesi extra-UE nonché con le organizzazioni regionali e internazionali. Dall'adozione dell'Agenda europea per la cultura, la cultura viene sempre più percepita come un fattore strategico di importanza politica, sociale ed economica che contribuisce agli obiettivi della politica estera.

In quanto firmataria della convenzione dell'Organizzazione delle Nazioni Unite per l'educazione, la scienza e la cultura (Unesco) sulla protezione e la promozione della diversità delle espressioni culturali, l'UE è impegnata a fare della diversità culturale un elemento essenziale della sua azione esterna e a sviluppare un ruolo culturale nuovo e più attivo per l'Europa nelle relazioni internazionali.



*Le migliori idee provengono da tutta Europa.*

## Cooperazione a favore del settore audiovisivo

**Livello nazionale:** i paesi dell'UE sostengono la loro industria audiovisiva in vari modi mediante fondi provenienti dal gettito fiscale nazionale, contributi del settore televisivo e, in alcuni casi, sovvenzioni di lotterie. Ogni paese ha un istituto cinematografico nazionale o un ente analogo che sostiene la sua industria del cinema.

Per quanto riguarda la produzione di film, vi sono norme cui i paesi dell'UE devono attenersi al fine di garantire una concorrenza leale per tutti i film in tutta l'Unione. Ad esempio, gli aiuti di Stato non dovrebbero, in linea di principio, superare il 50 % dei costi di produzione.

**Gruppi indipendenti:** vi sono molte organizzazioni costituite da cittadini in tutta l'UE per rendere il settore audiovisivo più competitivo e promuovere la creatività, come la rete European Film Promotion e la European Film Academy.

La European Film Promotion pubblicizza e commercializza i film europei in tutto il mondo e riunisce organizzazioni professionali di 34 paesi europei. Queste ultime operano sotto l'egida della European Film Promotion per promuovere il cinema europeo e i suoi talenti a livello internazionale.

La European Film Academy conta 3 000 membri, tutti professionisti del settore, che organizzano seminari di formazione, conferenze e altri eventi per dare impulso alla cultura cinematografica europea. Ogni anno le varie attività della European Film Academy culminano nella cerimonia di premiazione del cinema europeo (European Film Awards). Ventuno categorie, tra cui miglior film europeo, miglior regista, migliore attrice e miglior attore

protagonisti, offrono all'industria la possibilità di celebrare il meglio della produzione cinematografica europea.

## Coinvolgere i cittadini europei: premi, concorsi e marchi

Coinvolgere i cittadini in tutta l'UE nelle attività relative alla cultura e al settore audiovisivo è essenziale se vogliamo realizzare gli obiettivi di inclusione, rispetto reciproco e crescita economica offerti dalle industrie creative.

**PREMIO UE PER LA LETTERATURA 2012:** l'architettura, che eleva i nostri spiriti e rende la nostra vita più facile attraverso la progettazione intelligente, influisce sulla nostra vita quotidiana a livello ambientale, sociale e culturale. Il premio dell'Unione europea per l'architettura contemporanea/premio Mies van der Rohe celebra gli architetti europei creativi e innovativi di oggi e di domani. Si tratta del premio più prestigioso nel campo dell'architettura europea.

**PREMIO UE PER IL PATRIMONIO CULTURALE:** l'Europa vanta un ricco patrimonio culturale, dai siti architettonici agli edifici industriali, dalle opere d'arte ai giardini storici. Il premio dell'Unione europea per il patrimonio culturale/premio Europa Nostra viene assegnato ogni anno ai progetti migliori che salvaguardano, studiano e valorizzano il nostro patrimonio.



Parco archeologico di Carnuntum, marchio del patrimonio europeo 2014.





*I premi dell'UE danno ai giovani professionisti la spinta di cui hanno bisogno. Un esempio: il premio europeo Border Breakers 2014.*

**PREMIO «MEDIA» DELL'UE:** dal 2012 il premio viene assegnato al film con il maggior potenziale d'incassi presentato per ottenere un sostegno allo sviluppo dal programma MEDIA. Lo sceneggiatore e i produttori del progetto selezionato vengono premiati in occasione del festival cinematografico di Cannes.

**PREMI EUROPEI «BORDER BREAKERS»:** la ricca diversità culturale dell'Europa si manifesta nei musicisti emergenti. Gli European Border Breakers Awards (EBBA) celebrano gli artisti europei che riescono ad affermarsi all'estero con il loro primo album. Il premio pone in risalto il grande talento musicale dell'Europa, incoraggiando gli artisti a condividere la loro musica in tutta l'UE.

**PREMIO DELL'UNIONE EUROPEA PER LA LETTERATURA:** questo premio mira a dare risalto alla qualità e diversità della letteratura contemporanea europea promuovendo una maggiore circolazione delle opere letterarie in Europa e stimolando l'interesse dei lettori per le opere di autori di altri paesi. Le case editrici possono chiedere la traduzione delle opere vincenti attraverso il programma «Europa creativa».

**MARCHIO DEL PATRIMONIO EUROPEO:** viene attribuito ai siti con un valore emblematico per il processo di integrazione europea. Questi siti celebrano e simboleggiano l'integrazione, gli ideali, i valori e la storia dell'Europa. Vengono selezionati attentamente per il loro valore simbolico, il ruolo che hanno svolto nella storia europea e le attività che offrono per rendere più vicini l'UE e i suoi cittadini.

## Cosa fa l'UE

### Finanziamenti per la cultura: il programma «Europa creativa»

Il programma si basa sul successo dei programmi Cultura, MEDIA e MEDIA Mundus.

Il suo obiettivo è rafforzare i settori culturale e creativo dell'UE.

Oltre a salvaguardare e promuovere la diversità culturale e linguistica e mettere in risalto la ricchezza culturale dell'Europa, contribuisce a realizzare l'obiettivo di una crescita economica intelligente, sostenibile e inclusiva, aiuta i settori culturale e creativo a adattarsi all'era digitale e alla globalizzazione e crea nuovi mercati, opportunità e audience a livello internazionale.

I progetti finanziati dal programma raggiungono milioni di persone e organizzazioni, tra cui registi, distributori, agenti e altri professionisti dell'audiovisivo, cinefili, artisti, professionisti del settore, editori e amanti della lettura.

Il programma sostiene:

- i progetti di cooperazione transfrontaliera tra organizzazioni culturali e creative nell'UE e nel resto del mondo;
- reti che aiutano i settori culturale e creativo a operare a livello transnazionale e a rafforzare la loro competitività;
- la traduzione e promozione delle opere letterarie europee;
- le piattaforme di operatori culturali che promuovono gli artisti emergenti e incoraggiano una programmazione veramente europea delle opere artistiche e culturali;
- il potenziamento delle capacità e la formazione dei professionisti dell'audiovisivo;
- la produzione di fiction, animazioni, documentari creativi e videogame per il cinema europeo e lo sviluppo di mercati televisivi e di altre piattaforme;
- corsi di formazione e sviluppo delle competenze per i professionisti dell'audiovisivo;
- distribuzione e vendita di opere audiovisive in Europa e nel resto del mondo;

- fondi per la coproduzione internazionale di film;
- sviluppo dell'audience per promuovere l'educazione cinematografica e risvegliare l'interesse per il cinema europeo attraverso un'ampia gamma di eventi.

Dal 2016 «Europa creativa» comprenderà anche uno strumento finanziario di garanzia da 121 milioni di euro per aiutare i settori culturale e creativo a ottenere un migliore accesso al credito.

Altri programmi dell'UE offrono un ulteriore sostegno:

- Erasmus+ favorisce lo sviluppo delle competenze settoriali attraverso l'istruzione e la formazione e il rafforzamento delle conoscenze e le partnership mediante apposite alleanze;
- COSME, il programma per la competitività delle imprese e le piccole e medie imprese, sostiene l'imprenditorialità e l'accesso al credito e ai mercati da parte delle piccole e medie imprese;
- Orizzonte 2020 promuove la ricerca e l'innovazione nel settore della cultura e del patrimonio culturale.

Dal 2007 il Fondo europeo di sviluppo regionale ha stanziato 3,3 miliardi di euro per la protezione e la conservazione del patrimonio culturale, 2,2 miliardi di euro per lo sviluppo di infrastrutture culturali e 555 milioni di euro per il sostegno ai servizi culturali. Dal 1998 l'UE ha investito altri 150 milioni di euro attraverso i programmi quadro di ricerca e sviluppo tecnologico.

### La direttiva sui servizi di media audiovisivi

Se ogni paese dell'UE avesse una normativa separata in materia di emittenza televisiva, sarebbe difficile accedere ai programmi televisivi trasmessi da altri paesi europei. Per tale ragione, nel 1989 l'UE ha adottato la direttiva «Televisione senza frontiere», che introduce un insieme di norme minime comuni per l'intera UE.

La televisione collegata a Internet e i nuovi metodi di diffusione dei contenuti audiovisivi pongono nuove sfide alle autorità di regolamentazione, come la protezione dei minori dai contenuti nocivi, il divieto di incitamento



*La rete Europa Cinemas eleva il profilo del cinema europeo.*

all'odio e l'obbligo di garantire al tempo stesso la libertà di espressione.

Nel 2007 la direttiva «Televisione senza frontiere» è stata modificata per diventare la **direttiva sui servizi di media audiovisivi**. Nel 2010 la direttiva è stata codificata. Si applica a tutti i servizi di media audiovisivi — televisione tradizionale (servizio lineare) e video on demand (servizi non lineari) — e introduce una serie di requisiti generali. Questi ultimi riguardano l'identificazione dei fornitori di servizi di media, il divieto di incitamento all'odio, l'accessibilità per le persone con disabilità, le misure per la promozione di opere europee, taluni requisiti qualitativi per le comunicazioni commerciali, la sponsorizzazione e l'inserimento di prodotti.

Tuttavia, la direttiva sui servizi di media audiovisivi tiene conto del livello di controllo dell'utente sul servizio e pertanto disciplina in maniera diversa i servizi lineari e quelli a richiesta. I servizi a richiesta sono pertanto soggetti a una normativa un po' più leggera, che corrisponde all'impatto relativo che hanno sulla società nel suo complesso.

Per contro, le trasmissioni televisive sono soggette a requisiti più rigorosi, in particolare in materia di pubblicità, tutela dei minori e promozione e distribuzione delle opere europee.

Per quanto riguarda promozione delle opere europee, le norme sulle trasmissioni impongono che la quota preponderante del tempo di trasmissione sia riservata a opere europee di generi diversi. Le emittenti televisive devono inoltre riservare alle opere europee realizzate da produttori indipendenti almeno il 10 % del loro tempo di trasmissione o del loro bilancio destinato alla programmazione. Nel caso dei servizi di video on demand, gli Stati membri dispongono di un più ampio

marginale di discrezione su come promuovere le opere europee: possono ad esempio introdurre misure riguardanti la quota di opere europee nei loro cataloghi, misure volte a garantire il rilievo di tali opere o imporre ai fornitori di servizi video on demand un contributo finanziario alla produzione e all'acquisizione di diritti di tali opere.

In ogni caso, la direttiva sui servizi di media audiovisivi estende il principio del paese di origine a tutti i servizi di media audiovisivi. Ciò significa che ciascun servizio deve essere conforme alle norme del paese in cui ha sede il fornitore. L'applicazione di queste norme è responsabilità di tale paese.

Nel maggio 2012 la Commissione ha presentato la sua prima relazione sull'attuazione della direttiva. Poiché la convergenza tra emittenza tradizionale e universo digitale è sempre più visibile, la Commissione ha avviato recentemente una **consultazione** pubblica per valutare l'impatto di questo fenomeno sulla crescita economica e l'innovazione in Europa, sulla diversità culturale e sui consumatori. La consultazione, basata sul **libro verde** intitolato «Prepararsi a un mondo audiovisivo della piena convergenza: crescita, creazione e valori», è terminata nell'autunno 2013; i relativi **contributi** sono stati pubblicati insieme a un documento riassuntivo e ai risultati. Una valutazione dell'adeguatezza della regolamentazione disposta dalla direttiva è prevista per il 2015 tramite il programma **REFIT**.



## Capitali europee della cultura

*Da quando fu introdotto, quasi 30 anni fa, le città di tutta Europa gareggiano per aggiudicarsi l'ambito titolo di capitale europea della cultura. Essere una capitale europea della cultura può conferire un nuovo impeto creativo alle città, creare nuove audience locali per la cultura e aiutare gli operatori del settore a sviluppare attività di networking sulla scena europea e mondiale. Può inoltre offrire alle città una preziosa opportunità per rigenerarsi, cambiare immagine o innalzare il proprio profilo a livello internazionale, il che contribuisce a volte a promuovere il turismo e attirare nuovi investimenti.*

*Le capitali europee della cultura possono inoltre dare un contributo importante all'integrazione sociale e al dialogo interculturale, ad esempio mediante programmi creativi di assistenza alla comunità e un impiego efficace dei volontari.*

*Soprattutto offrono ai cittadini europei e non la possibilità di scoprire la grande varietà culturale del nostro continente e di apprezzare sotto una nuova luce le nostre radici comuni, la nostra storia e i nostri valori attraverso i numerosi eventi organizzati dai detentori del titolo.*

*«Questa iniziativa è una chiara prova dell'impegno dell'UE nei confronti della diversità culturale e di come la cultura possa unire i cittadini europei. Dimostra che la cultura deve svolgere un ruolo centrale nelle nostre politiche di sviluppo sostenibile, in quanto parte integrante dello sviluppo a lungo termine delle aree urbane e delle loro regioni e fonte di stimolo per il dinamismo, la creatività e l'integrazione sociale».*

*José Manuel Barroso,  
presidente della Commissione europea.*



*Attività di strada a Umeå (Svezia), una delle capitali europee della cultura nel 2014.*

## EUR-TEXT: ritorno al futuro!

*EUR-TEXT raccoglie artisti di Francia, Malta, Polonia e Repubblica ceca che operano in ambiti diversi (musica, moda, arti visive) allo scopo di creare un legame tra espressione contemporanea e patrimonio culturale europeo.*

*Che si tratti di una sfilata di moda ispirata alla pittura classica, dell'interpretazione della sinfonia n. 9 di Schubert eseguita su strumenti d'epoca o dell'esposizione di opere d'arte ispirate alla moda, EUR-TEXT crea un dialogo tra passato e presente per un vero e proprio «ritorno al futuro».*

## Iniziativa «Berlinale Talents»

Ogni anno, durante il festival del cinema internazionale di Berlino, giovani e dinamici professionisti dell'audiovisivo provenienti da tutto il mondo si riuniscono per sei giorni per condividere esperienze e imparare dagli esperti del settore. Trecento tra sceneggiatori, produttori, registi, compositori, editori e giovani critici cinematografici emergenti vengono selezionati e invitati a Berlino per partecipare a seminari e creare opportunità d'incontro tra culture e tra registi famosi e nuovi talenti promettenti. MEDIA, il sottoprogramma di «Europa creativa», è uno dei principali finanziatori dell'iniziativa.

## Operazione Kino

Attraverso il progetto Operazione Kino, «Europa creativa» raggiunge le zone più turbolente dei Balcani e della Turchia, dove scarseggiano le sale cinematografiche. L'obiettivo è incoraggiare le autorità locali a sostenere i cinema digitali polivalenti nei centri culturali della regione.

I festival cinematografici della Transilvania e di Sofia, Sarajevo e Istanbul presentano 15 lungometraggi in occasione di un tour fortemente pubblicizzato che attraversa tutti i paesi interessati.



Operazione Kino: portare il cinema nelle regioni più sperdute dell'UE.

## Zentropa: una società di produzione di film indipendenti

Registi come Lars von Trier, Susanne Bier e altri nomi illustri avranno sempre una buona probabilità di essere finanziati, con o senza i contributi del programma MEDIA. Tuttavia, trasformare i nuovi talenti in registi di alto livello richiede sostegno e finanziamenti.

Il programma MEDIA è stato fondamentale per Zentropa, una società di produzione con sede in Danimarca. Quando fu istituita all'inizio degli anni novanta, Zentropa ha infatti ricevuto un notevole sostegno da MEDIA, che le ha sostanzialmente permesso di sopravvivere ai primi anni di attività.

Anders Kjærhauge, capo dell'amministrazione, spiega: «Poiché nessuno in Danimarca in quel momento credeva nel progetto Zentropa, il sostegno del programma MEDIA era essenziale per la sopravvivenza della società».

I registi che beneficiano del programma capiscono l'importanza della società. Susanne Bier, regista di «In a Better World», vincitore dell'Oscar nel 2010, spiega: «Nell'attuale fase di globalizzazione riteniamo importante che l'Europa si esprima con una sola voce in molti settori, compresi gli scambi culturali, e nello stesso spirito occorre sostenere l'idea che è alla base del programma MEDIA».

«Zentropa e il programma MEDIA sono nati insieme all'inizio degli anni novanta. Siamo cresciuti insieme come figli impegnati e appassionati; siamo stati adolescenti, non sempre d'accordo ma sempre disposti ad ascoltarci a vicenda, poiché avevamo un obiettivo comune: sviluppare film europei di qualità. Presto saremo entrambi ventenni con un enorme bagaglio di fantastici film alle spalle, esperienze utili da trasmettere agli altri e un sincero desiderio di invecchiare insieme!»

Anders Kjærhauge,  
capo dell'amministrazione, Zentropa.

## Prospettive: puntare al futuro

*Guardando al futuro, il coinvolgimento dei cittadini deve essere al centro della strategia dell'UE per la cultura. Per trarre benefici economici dalla nostra diversità culturale e promuovere il rispetto e la comprensione tra culture diverse, occorre integrare nelle politiche a tutti i livelli le misure volte a migliorare l'accesso alla cultura nel campo dell'istruzione, a stimolare la produzione culturale e a sostenere la partecipazione. In tempi di instabilità economica e di globalizzazione occorre affrontare le sfide descritte qui di seguito.*

### Un futuro digitale

La tecnologia digitale sta avendo un impatto enorme sul modo in cui si fa cultura e su come vi si accede e la si distribuisce. Di conseguenza, cambiano le pratiche di distribuzione cinematografica e il digitale conquista le sale cinematografiche.

Milioni di europei seguono le loro serie TV preferite sullo smartphone mentre vanno al lavoro, guardano contenuti online sul televisore del salotto o caricano sul web contenuti da loro creati. In Europa le cosiddette «TV connesse» sono oggi più di 40,4 milioni ed entro il 2016 potrebbero entrare nella maggior parte delle case dei cittadini dell'UE. Questi cambiamenti stanno abbattendo i confini tradizionali tra consumatori, media e Internet.

I settori creativo e culturale dell'UE alimentano la rivoluzione digitale esplorando nuovi modi in cui i cittadini europei possano scoprire e godersi i contenuti digitali e partecipare alla loro creazione. La priorità della Commissione europea è sostenere il ruolo guida svolto dall'Europa nella produzione di contenuti di qualità mantenendo il vantaggio competitivo dei suoi settori creativo e culturale anche in ambito digitale.

«Europa creativa» punta ad aiutare tali settori a sfruttare appieno le opportunità create dal passaggio all'era digitale.

Per tener conto di questi mutamenti, il piano d'azione «circolazione dei film europei nell'era digitale» ha ricevuto una dotazione di 2 milioni di euro per:

- migliorare le condizioni di circolazione dei film europei nell'UE;
- aumentare il numero e ampliare la gamma di spettatori di film europei sui mercati internazionali;
- aiutare gli operatori del mercato e i responsabili politici a tenere il passo con i tempi aggiornandoli sui cambiamenti che avranno un impatto sulle piattaforme di distribuzione.



## Accesso ai finanziamenti

Le piccole e medie imprese dei settori culturale e audiovisivo necessitano di finanziamenti per espandere le loro attività, ma molte di esse hanno difficoltà a ottenere prestiti dalle banche.

A partire dal 2016 verrà introdotto un apposito fondo per agevolare l'accesso al credito da parte delle PMI. Inoltre, il nuovo piano per il potenziamento delle capacità fornirà servizi specializzati alle banche per promuovere la loro comprensione dei servizi culturali.

## Allargare il pubblico

In tutte le sue azioni, l'iniziativa «Europa creativa» punta anche a incoraggiare nuove tecniche per sviluppare e promuovere nel lungo termine un pubblico per le opere culturali europee.

Allargare il pubblico è un concetto multidimensionale con implicazioni culturali, sociali ed economiche e riguarda:

- la creazione di nuovi pubblici;
- l'approfondimento dei rapporti con i pubblici esistenti;
- la diversificazione dei pubblici;
- lo sviluppo della cooperazione europea in materia di alfabetizzazione mediatica.

## Per saperne di più

Se le questioni sollevate in questa pubblicazione hanno suscitato il tuo interesse, puoi trovare ulteriori informazioni sui seguenti siti:

- ▶ **«Europa creativa», il programma quadro della Commissione europea per il sostegno al settore della cultura e dei media:** <http://ec.europa.eu/programmes/creative-europe>
- ▶ **Domande sull'Unione europea? Europe Direct può aiutarti:** 00 800 6 7 8 9 10 11  
<http://europedirect.europa.eu>

