



Feiten & Cijfers Nederland en de Europese audiovisuele sector

MEDIA-budget dat werd geïnvesteerd in Nederlands (2007-2015): €42.4 million

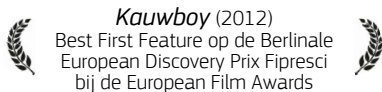
Sinds 1991 is er door **MEDIA** structureel bijgedragen aan een sterkere Europese audiovisuele sector (zowel op gebied van film, televisie als videogames) met als één van de belangrijkste doelen: het uitdragen van Europa's unieke culturele diversiteit. Er is meer dan 2,4 miljard euro geïnvesteerd in het samenbrengen van professionals en het bereiken van nieuw publiek. Deze investeringen stellen u in staat om Europa's rijke diversiteit aan culturen te ontdekken in de bioscoop, op televisie en via mobiele apparaten.

SUCCESVERHALEN

Veel Nederlandse projecten hebben baat gehad bij de steun van het MEDIA-programma:

- ▶ CineMart - International Film Festival Rotterdam (2007-2015: €1,950,000) – Markttoegang
- ▶ IDFA Bertha Fund-Europe - St. Jan Vrijman Fonds (2014-2015: € 620.000) – Internationale Coproductiefondsen
- ▶ DocsOnline (2007-2015: €1,085,000) – Online Distributie

...



▶ **Cinekid** ontvangt steun voor Festivals, Markttoegang, Publieksbereik en Training en is daarom in staat de gehele audiovisuele keten te bedienen: van scenario-ontwikkeling, coproductie, distributie/acquisitie tot kennisuitwisseling. Dit is cruciaal in een snel veranderend medialandschap. Dankzij MEDIA kan Cinekid zich richten op culturele diversiteit en artistieke kwaliteit en juist daarom heeft Cinekid een sterk aanvullende functie gekregen in de loop der jaren. Cinekid telde in 2015 bijna 55.000 bezoekers en 2500 professionals.

▶ **IDFA Forum** wordt vanaf de eerste editie in 1993 ondersteund door MEDIA. Sinds 2013 wordt ook de IDFAcademy en sinds 2014 het IDFA Bertha Fund - Europe gesteund door MEDIA. 90% van de projecten die pitchten op het Forum worden gerealiseerd. Mede dankzij de steun van MEDIA heeft IDFA kunnen uitgroeien tot een toonaangevend internationaal festival met 225.000 bezoekers en meer dan 3000 professionals.



▶ Borgman



▶ Oorlogswinter / Winter in Wartime



▶ Zwartboek / Black Book

FOCUS op Nederland

Nederland: **16,900,726** inwoners

Box office in 2014: **€249.882.391**

Bioscoopbezoekers in 2014: **30.757.595**

Aandeel van Europese films in bioscoopbezoek in 2014: **8,6%**

Aandeel van nationale film in bioscoopbezoek in 2014: **20,9%**

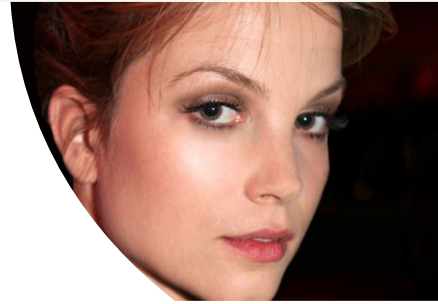
Aantal speelfilms geproduceerd in 2014: **37 (100% NL)**

Aantal gecoproduceerde films in 2014: **47**

Aantal Europa Cinemas-theaters in Nederland*: **44**

Aantal aanwezige Video-on-Demand diensten in Nederland: Nationaal: **26** Europees non-nationaal: **14** Totaal: **45**

* Het MEDIA-gesteunde Europa Cinemas is een netwerk van bioscopen, dat grotendeels Europese producties vertoont



Shooting Star-MEDIA ondersteunde ook de carrière van jong Europese talent zoals Sylvia Hoeks in 2011

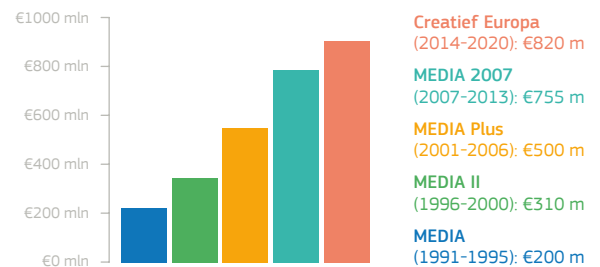
© Ron Stam

MEDIA throughout Europe

De EU heeft in de afgelopen 25 jaar €2,4 miljard in de AV-industrie geïnvesteerd. Voor de periode 2014-2020 is meer dan €800 miljoen geoordeeld om het concurrerend vermogen van de Europese audiovisuele industrie te vergroten en de diversiteit binnen de industrie te stimuleren en te waarborgen. In 2016 wordt maar liefst meer dan €103 miljoen geïnvesteerd in de volgende acties:

- Ondersteuning van training voor audiovisuele professionals
- Ondersteuning van ontwikkeling voor TV-series/drama
- Ondersteuning van niet-nationale distributie van films
- Ondersteuning van ontwikkeling van videogames
- Ondersteuning van markttoegang
- Ondersteuning van ontwikkeling van films
- Ondersteuning van filmfestivals die Europese content vertonen
- Ondersteuning van bioscoopnetwerken
- Ondersteuning van internationale coproductiefondsen
- Ondersteuning van initiatieven voor publieksbereik
- Ondersteuning van online distributie

In 2016 wordt een garantiefaciliteit geïmplementeerd, met een budget van €121 miljoen, om de verstrekking van leningen aan de culturele en creatieve sectoren te stimuleren en hiermee bij te dragen aan het concurrerend vermogen van beide sectoren. De Europese Commissie (strategie, budget, communicatie), het Uitvoerend Agentschap - Educatie, Audiovisueel en Cultuur en de Creative Europe Desken (lokale informatiepunten in de aan het MEDIA programma deelnemende landen) zijn verantwoordelijk voor de implementatie van de MEDIA acties.



Sinds de start van het MEDIA programma in 1991 is in de Nederlandse bioscopen het marktaandeel in recette van niet-nationale Europese films verdrievoudigd. Van 3% in 1991 naar ruim 9% in 2015. Het aantal vertoningen per Europese film is de afgelopen jaren ook sterk toegenomen (toename van 17% ten opzichte van 2010).

Door samenwerking, coproductie en niet-nationale distributie te stimuleren, draagt het **Creative Europe MEDIA** programma sterk bij aan de culturele diversiteit op de Europese schermen.