

Der Jahresbericht 2016



Inhaltsverzeichnis

Vorwort	1
Der Verein Creative Europe - MEDIA Desk Suisse	2
Information und Dokumentation	4
Nationales und internationales Netzwerk	6
Unterstützung für Schweizer Firmen aus den Ersatzmassnahmen 2016	10
Gesamtbilanz	12
Evaluationsprozess	14
Projektentwicklung	15
Aides à la distribution	20
Promotionsförderung	29
Weiterbildungsförderung	30
Get Trained – Stay Connected!	31
Finanzen 2016	34
Annex: Vergleich der verliehgeförderten Filme	39

Vorwort



„Was Du bist, bist Du nur durch Verträge“, heisst es mahrend in Richard Wagners Oper Rheingold, bevor das Unheil seinen Lauf nimmt.

2016, das dritte Jahr der MEDIA-Ersatzmassnahmen, war international ein Jahr des Nationalismus und des wachsenden Protektionismus. Eine Entwicklung, die sich 2014 in der Schweiz angekündigt hatte.

Die Schweiz ist im Kleinen das perfekte Modell für Europa, ein Zusammenschluss als Reaktion auf Jahrhunderte von Kämpfen und Krisen, basierend auf dem Prinzip der Subsidiarität, mit einer starken Vertretung der Minderheiten.

Bei einem Festakt zum 60. Jubiläum der Römischen Verträge kamen vor einigen Tagen auf Einladung des neuen EU-Botschafters in der Schweiz die sechs Botschafter der Gründungsländer der EU in der Fondation Jean Monnet in Lausanne zusammen.

Auch die EU bietet - wie der Luxemburger Botschafter betonte - die Garantie für kleine Länder, ihre Souveränität zwischen den grossen zu erhalten und sich repräsentiert zu finden, denn allein hätten sie keine Chance.

Jean Monnet, Gründungsvater der EU, strebte ursprünglich eine viel stärkere Integration an. Nachdem die Weltwirtschaftskrise von 1929 zu einem Erstarken von Nationalismus und Isolationismus geführt hatte, mit den durch Deutschland verursachten masslosen Folgen, erkannte er: Wenn wir, wenn Europa in der Welt Einfluss nehmen will, gibt es keine Alternative zum gemeinsam abgestimmten Handeln, basierend auf Subsidiarität. Dies gilt umso mehr heute, im Zeitalter der Globalisierung, der weltweiten Abhängigkeiten.

Es gibt Bereiche, die nur auf supranationaler Ebene gelöst werden können. Das sehen wir in der Schweiz besonders, seit die europäische Verleihförderung für unsere Filme 2014 weggefallen ist, und wir mühsam und punktuell Abhilfe schaffen müssen, mit Exportförderung und bilateralen Kooperationen. Ein multinationales System wie MEDIA, das auf Gegenseitigkeit beruht, ist viel effektiver.

Die MEDIA-Ersatzmassnahmen bilden innerhalb unserer Grenzen die einzige Möglichkeit, Projekte mit starkem Schweizer Charakter UND internationaler Ambition - ob als Film oder als Veranstaltung - anzuschieben und weiterzuentwickeln. Das funktioniert im Moment gut, aber wir müssen aufmerksam beobachten, wie die langfristige Entwicklung für die Sichtbarkeit von Schweizer Filmen aussieht.

Die EU entwickelt sich in kleinen Schritten und niemand weiss, was am Ende stehen wird. Wir sollten nicht vergessen, dass es dabei nicht nur um Wirtschaft, sondern um gemeinsame Werte, um das Fundament unserer gemeinsamen Kultur geht, deren besondere Stärke ihre Vielfalt ist. Die Schweiz gehört unweigerlich dazu, in welcher Form auch immer, und die Basis dafür bilden Verträge.

Corinna Marschall

Geschäftsführerin MEDIA Desk Suisse

3. April 2017

Der Verein Creative Europe - MEDIA Desk Suisse

Der Verein

Der Verein wurde 2006 als „MEDIA Desk Suisse“ anlässlich des Beitritts der Schweiz zum europäischen MEDIA-Programm ins Leben gerufen. Er löste euroinfo ab, das Büro, das seit dem Austritt der Schweiz aus MEDIA im Jahr 1992 die Ersatzmassnahmen verwaltet hatte. Die Gründung erfolgte auf Anregung des Bundesamts für Kultur durch die beiden Gründungsmitglieder Cinésuisse und Swiss Films.

Die Gründungsmitglieder dienen als Garant für die Nähe zur Branche und bilden die Mitgliederversammlung, das höchste Organ des Vereins.

Sie wurden 2016 vertreten durch:

Catherine Ann Berger (Swiss Films)

Salome Horber (Cinésuisse)

Der Vorstand

Die Mitgliederversammlung wählt vier bis sieben Vorstandsmitglieder für eine Amtsperiode von jeweils zwei Jahren (verlängerbar auf maximal acht Jahre). Der Vorstand ist das geschäftsführende Organ und setzt sich ausgewogen aus sachverständigen Vertretern der audiovisuellen Branche der Schweiz zusammen. Er wählt einen Präsidenten.

Dem Vorstand von MEDIA Desk Suisse gehören zur Zeit folgende Mitglieder als Vertreter der Bereiche Weiterbildung, Promotion, Verleih und Produktion an:

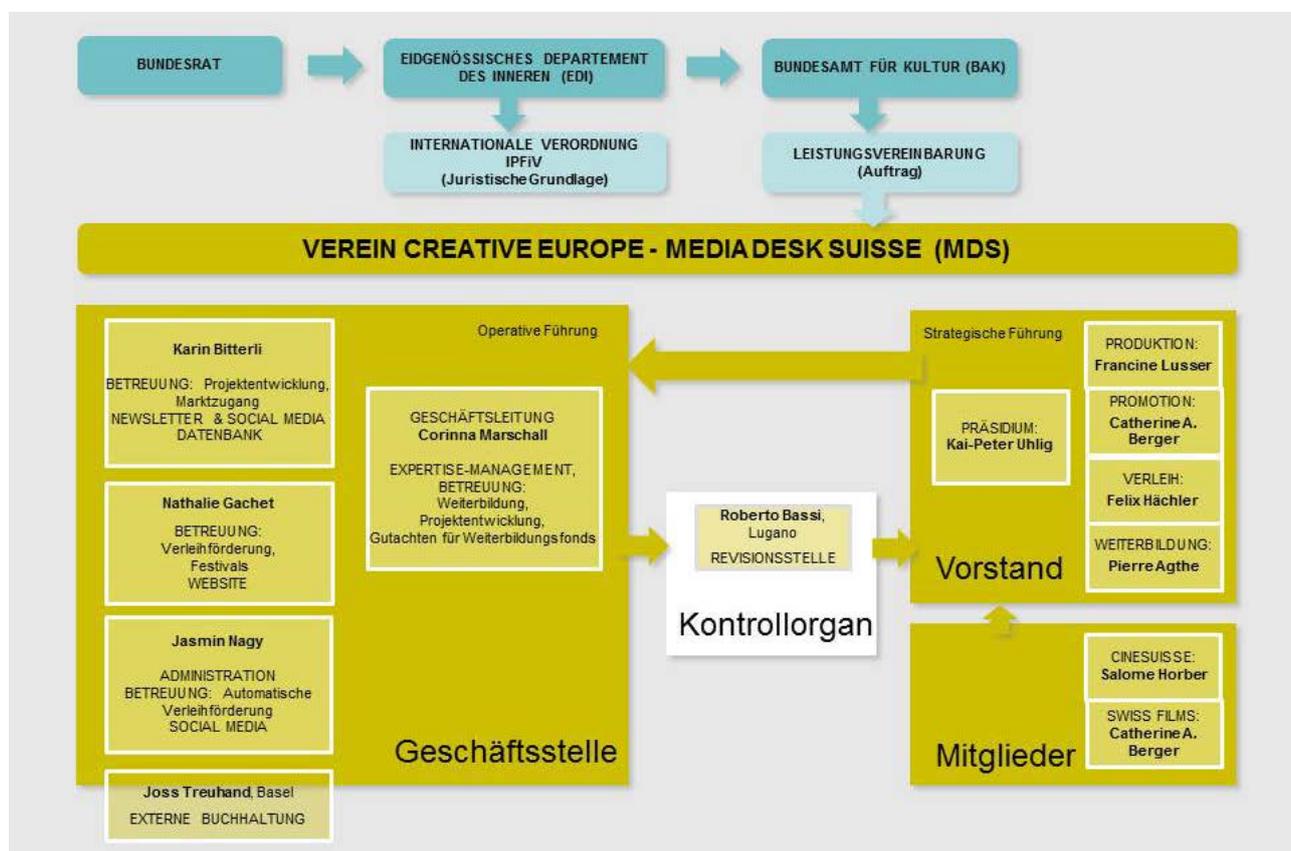
Pierre Agthe (seit 2010)

Catherine Ann Berger (seit 2013)

Felix Hächler (seit 2013)

Francine Lusser (seit 2011)

Kai-Peter Uhlig, Rechtsanwalt (Präsident, seit 2015)



Die Geschäftsstelle

Der Vorstand wählt die Geschäftsstelle, die die Vereinsgeschäfte leitet. Corinna Marschall wurde 2011 als Geschäftsführerin berufen und arbeitet in dieser Funktion eng mit dem Vorstand und den Mitgliedern zusammen.

Die Geschäftsstelle beschäftigte 2016 inklusive Leitung ein Team aus vier Personen mit insgesamt 290 Stellenprozent. Wegen eines Mutterschaftsurlaubs ohne volle Vertretung in den ersten zwei Monaten des Jahres wurden effektiv 5'797 Arbeitsstunden geleistet, was circa 2,85 Jahresarbeitsstellen in Vollzeit entspricht.

Die fachlichen Zuständigkeiten blieben weitgehend unverändert (siehe Organigramm), jedoch übernahm Jasmin Nagy den Bereich der automatischen Verleihförderung (Reinvestitionen) vollständig, während sich Nathalie Gachet in der zweiten Jahreshälfte vermehrt der Neugestaltung unserer Website widmete.

Unser Auftrag: Förderung, Beratung und Vernetzung im europäischen Kontext

Von 2006 bis 2013 diente der Verein MEDIA Desk Suisse im Auftrag des Bundesamts für Kultur (BAK) und der Europäischen Kommission als nationales Verbindungsbüro für die Beteiligung der Schweiz am europäischen Filmförderungsprogramm MEDIA. Die Geschäftsstelle finanzierte sich über Förderbeiträge des MEDIA Programms und eine Leistungsvereinbarung mit dem BAK.

Seit dem Ende der Mitgliedschaft bei MEDIA im Jahr 2014 ist der Verein vom Bundesamt für Kultur mit der Verwaltung der MEDIA-Ersatzmassnahmen beauftragt und wird ausschliesslich durch das BAK finanziert.

Neben der Betreuung der verschiedenen Förderlinien berät, informiert und vernetzt das Büro die Schweizer Film- und Audiovisionsbranche im europäischen Kontext. Es versteht sich als Brücke zwischen der Schweiz und Europa.

Unser Auftrag:
Förderung, Beratung
und Vernetzung im
europäischen Kontext.

Vorbereitung und Umsetzung der neuen Internationalen Verordnung (IPFiV)

Die acht Ausschreibungen und zwölf Einreichtermine des Jahres 2016 basierten auf zwei verschiedenen rechtlichen Grundlagen, da die neue Verordnung über die internationale Präsenz des Schweizer Filmschaffens und die MEDIA-Ersatzmassnahmen (IPFiV) und die Verordnung über die Filmförderung (FiFV) am 1. Juli 2016 in Kraft traten. Dies führte zu viel Zusatzaufwand, da die Ausschreibungen und Formulare mitten im Jahr geändert werden mussten.



MEDIA Desk Suisse feierte 2016 zehnjähriges Jubiläum mit einem Apéro in Locarno. Im Bild Kai-Peter Uhlig, Felix Hächler, Pierre Agthe und Corinna Marschall.

Weiterbildung der Mitarbeiterinnen

In einer zweitägigen auf die Bedürfnisse von MEDIA Desk Suisse zugeschnittenen InDesign Schulung erlernten die drei Mitarbeiterinnen Basisfunktionen von InDesign und Adobe Acrobat, sowie spezifische Funktionen zum Erstellen von Formularen mit diesen beiden Programmen.

Information und Dokumentation

Website

Avec l'introduction des mesures compensatoires, le site internet de MEDIA Desk Suisse s'est imposé comme la source principale d'informations vis-à-vis des professionnels suisses. L'augmentation constante du nombre de visites et de pages vues en témoigne : entre 2015 et 2016, la moyenne mensuelle des visites a encore progressé de près de 34%, le nombre de pages vues de presque 36%. Il devenait donc urgent de remplacer l'ancien site datant de 2006 et qui disposait d'un système de gestion de contenu (CMS) vétuste.

Nouveau site Internet

Avec une nouvelle stratégie de communication élaborée en interne par Karin Bitterli et Nathalie Gachet en toile de fonds, les objectifs et priorités du nouveau site ont été entièrement redéfinis:

- Site dynamique compatible pour tous les écrans avec gestion intégrale des contenus ;
- Architecture claire et intuitive ;
- Visibilité et hiérarchisation optimales des informations, complétées par différentes ressources et actualités correspondantes ;
- Promotion des activités du bureau et des actualités liées à la branche ;
- Promotion des projets soutenus ;
- Promotion des offres de formation continue et de l'accès au réseau international ;
- Complémentarité avec les autres canaux de communication (réseaux sociaux, rapports, articles et publications) ;
- Rédaction centralisée des actualités publiées sur le site et dans les newsletters ;
- Optimisation de la gestion des différentes versions linguistiques ;
- Gestion adaptée aux ressources en personnel.

Pour accompagner ce concept, Nathalie Gachet a élaboré un plan du site complet (sitemap) et des esquisses préparatoires des pages principales, éléments fondamentaux pour la recherche des partenaires.

Un appel d'offres a été lancé auprès de trois sociétés. Nous avons retenu la société Networking – partenaire du premier site de MEDIA Desk Suisse – pour la partie programmation du nouveau site. Le design a été confié à Mirja Lüthi de M2 Design, qui avait déjà collaboré à plusieurs reprises avec Networking.

Au final, si l'élaboration d'un outil qui prenne au mieux en compte les besoins des professionnels a nécessité un très gros investissement de la part de toute l'équipe, sa fonctionnalité élevée permet de maintenir les missions prioritaires du bureau, à savoir le soutien et le conseil des professionnels suisses.

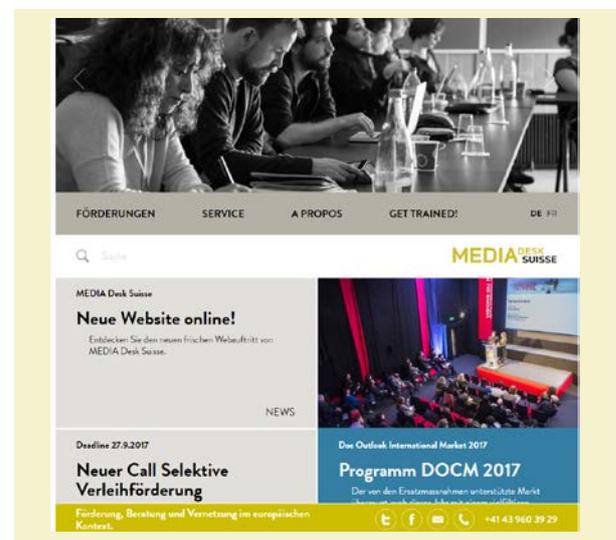
Newsletter

Der Newsletter war auch 2016 ein wichtiges Kommunikationsinstrument. Insgesamt wurden je 15 deutsche und französische Newsletter versendet (+ 6 im Vergleich zu 2015). Die Zahl der Abonnenten ist seit Jahren stabil und betrug Ende Dezember 2016 406 (-18) für die deutsche und 203 (-9) für die französische Version. Die Öffnungsrate lag bei durchschnittlich 54%, die Klickrate bei 10%.

Inhaltlich werden sowohl Neuerungen und Veröffentlichungen der Aufrufe, als auch Veranstaltungen, Resultate und interessante europäische Initiativen vorgestellt.

Neues Design

Mit der neuen Website wird gleichzeitig das Design des Newsletters erneuert und eine Verknüpfung mit der Website hergestellt. News werden zukünftig im CMS der Website erfasst und auf der Homepage angezeigt – aus diesen News kann nach Bedarf ein Newsletter generiert werden. Das separate Erfassen von Artikeln im Newslettertool fällt somit weg und die Website bleibt aktuell und lebendig. Die konzeptuelle Arbeit für diese Umstellung begann 2016 und wird 2017 abgeschlossen sein.

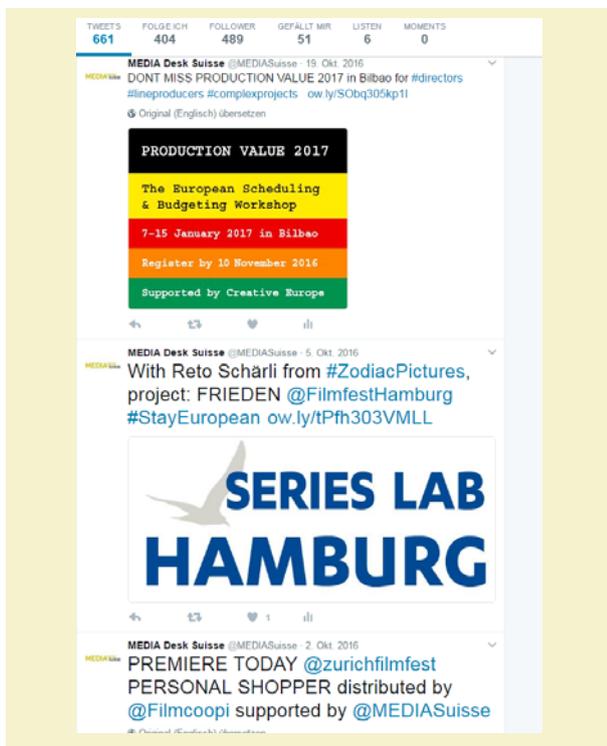


Social Media

2016 war das dritte Jahr unserer Social Media Präsenz. Inhaltlich werden auf Twitter und Facebook die gleichen Inhalte publiziert. Der Fokus liegt auf der Promotion von den durch MEDIA oder durch die Ersatzmassnahmen geförderten Weiterbildungen und der Verbreitung von „Success Stories“ aus unseren Förderlinien. Es wird aber auch immer wieder live von Veranstaltungen getweetet und auf interessante Aktivitäten und Entwicklungen in der audiovisuellen Branche aufmerksam gemacht.

Der Twitter Account zählt Anfang März 2017 473 Follower (+150) und hat ca. 650 Tweets abgesetzt, das bedeutet ca. 200 Tweets in den letzten 12 Monaten. Facebook liegt bei 300 likes (+30). Die deutlich geringere Reichweite der Facebook-Seite liegt daran, dass MEDIA Desk Suisse zur Zeit lediglich die Posts von Twitter automatisch auf der Facebook-Seite veröffentlicht und dort nicht aktiv andere Nutzer verlinkt.

Als Erfolg können die Promotionstweets für Weiterbildungen gewertet werden, die oft im europäischen Netzwerk geliked und retweeted werden. Nach drei Jahren zeichnet sich hier eine deutlich zunehmende Wirkung ab, die langsam auch mehr Resonanz in der Schweizer Branche findet.



Presse

Eine Auswahl der wichtigsten Medienpräsenzen und Artikel zu den Themen MEDIA-Ersatzmassnahmen, die Schweiz und Europäische Förderprogramme sowie zu Creative Europe findet sich in der Beilage „Pressespiegel“. Resultate der Ersatzmassnahmen werden weiterhin im Cinébulletin publiziert. Seit Heft 3/2016 wird im FOCAL Programm auf eine detaillierte Liste der MEDIA-Weiterbildungen verzichtet und stattdessen ein Hinweis auf die Website von MEDIA Desk Suisse publiziert. Die FOCAL-Liste war jeweils sehr aufwendig zu erstellen und ungenau, weil zum Redaktionsschluss oft noch keine Anmelde Daten bekannt waren.

Statistik

Die Statistik über die Schweizer Förderergebnisse wurde 2016 weitergeführt. In der Verleihförderung ziehen wir einen Vergleich zwischen den durch MEDIA und den durch die Ersatzmassnahmen geförderten Filmen. Ausserdem verfolgen wir die in der Entwicklung unterstützten Projekte aufmerksam, um in einigen Jahren eine Bilanz ziehen zu können. Drei Jahre nach Einführung der Förderinstrumente ist die Anzahl der fertiggestellten Filme (ca. 15) noch zu klein für eine statistische Auswertung.

Die Details der Statistik finden Sie weiter hinten im Kapitel „Unterstützung für Schweizer Firmen aus den Ersatzmassnahmen 2016“.

Datenbank und Förderplattform

Mitte 2016 wurde die Datenbank nochmals an unsere Bedürfnisse angepasst, indem neben einigen neuen Feldern die Dokumentvorlagen für Briefe und Checklisten vom Spezialisten Armin Biermann in die Vorgangsverwaltung integriert wurden. Das ermöglicht uns eine deutlich effizientere Bearbeitung der Dossiers. Zu den neuen Feldern gehören die Erfassung des Geschlechts bei Produzenten, Autoren und Regie, sowie eine systematische Erfassung der Eintrittszahlen in der Verleihförderung. Dies wird in der Zukunft eine Auswertung nach neuen Kriterien ermöglichen.

Die Förderplattform PPF wird nach wie vor als Antrags-Eingabepattform verwendet; die Verwaltung der Dossiers erfolgt danach auf dem Server von MEDIA Desk Suisse und über unsere eigene Datenbank.

Nationales und internationales Netzwerk

Verankerung in der Branche: national

MEDIA Desk Suisse geniesst Gastrecht beim Branchenverband Cinésuisse. Corinna Marschall nimmt regelmässig an den Sitzungen teil. Dadurch können aktuelle Themen erkannt und wichtige Änderungen bei den Ersatzmassnahmen der Branche effizient erläutert werden. Mit Swiss Films, der Zürcher Filmstiftung, dem Cinébulletin und natürlich mit dem BAK gibt es regelmässigen Austausch.

Besuche bei durch die Ersatzmassnahmen unterstützten Veranstaltungen

Die Mitarbeiterinnen besuchen ausserdem in unterschiedlichen Konstellationen Festivals, Märkte und Weiterbildungen, die durch die MEDIA-Ersatzmassnahmen unterstützt werden oder die planen, einen Antrag zu stellen. Sie stehen dort immer für persönliche Beratungstreffen zur Verfügung, besuchen verschiedene Veranstaltungen und nutzen die Anwesenheit zur Information. Ziel ist auch, den persönlichen Kontakt zu den verantwortlichen Personen zu pflegen und vor Ort einen Eindruck der Aktivitäten zu bekommen.

Besuchte Anlässe 2016		
DOCM Nyon	Market	16.-19.4.16
i_dw	Training	16.-18.4.16
World Virtual Reality Forum	Festival, Market	6.-8.5.16
Industry Days Locarno	Market	5.-9.8.16
Fantoche	Festival	1.-2.9.16
Tous Ecrans	Festival, Market	7.-9.11.16
Medici	Training	27.-28.9.16

Projekte

Im Jahr 2016 engagierte sich der Desk weiter in der Unterstützung von Koproduktionen. Corinna Marschall vertrat das BAK bei der ersten Ausgabe des Max-Ophüls-Preis-Koproduktionstreffens (MOP-Meeting). Jeweils zwei Nachwuchsproduzenten aus

der Schweiz, Deutschland, Österreich, Luxemburg und den Niederlanden nahmen teil. Zusammen mit dem BAK wurden dafür Rhea Plangg (2:1 Film) und Rajko Jazbec (Cognito Films) ausgewählt.

Die MEDIA-Projektentwicklung ist das zentrale Schweizer Förderinstrument zur grenzüberschreitenden Ko-Entwicklung.

Bei der zweiten Ausgabe der Alliance for Development in Locarno konnten auf Initiative von MEDIA Desk Suisse erstmals drei Schweizer Produktionen neben den Teilnehmern aus Frankreich, Italien und Deutschland von dem Treffen profitieren. Die drei Schweizer Projekte -

es handelt sich um „Taub“ von Tobias Nölle (8horses), „Les Ombres rouges“ von Aude Py (Alva Film) und „Urban Genesis“ (aka Buranest) von Dodo Hunziker (DokLab) - gehörten zu den im April 2016 im Rahmen der Ersatzmassnahmen eingegebenen Projekten. Sie wurden ausgewählt, weil sie noch auf der Suche nach Partnern aus den anderen teilnehmenden Ländern (DE/FR/IT) waren. Die Teilnahme bedeutete für die Projekte einen grossen Schritt nach vorne, denn durch Gespräche mit Experten und Teilnehmern ergaben sich viele positive Impulse und Entwicklungen.

Ziel ist, die Projektentwicklung im Rahmen der Ersatzmassnahmen verstärkt als zentrales Schweizer Förderinstrument zur grenzüberschreitenden Ko-Entwicklung zu positionieren.



Alliance for Development in Locarno

Verankerung in der Branche: international

Die Berlinale und das Festival in Cannes sind für MEDIA Desk Suisse die besten Gelegenheiten, um sich mit den Kollegen von den anderen Creative Europe - MEDIA Desks auszutauschen und den Wissensstand über die Entwicklungen in Brüssel zu erneuern. Es sind auch die einzigen Möglichkeiten, die Verantwortlichen aus Brüssel informell zu treffen, da wir an den offiziellen Brüsseler Treffen nicht mehr teilnehmen können.

In Cannes und Berlin finden jeweils auch Treffen mit verschiedenen europäischen Weiterbildungsorganisationen statt, bei denen wir neue Initiativen kennenlernen und mehr Details über ihr jeweiliges Angebot erfahren können.

Corinna Marschall besuchte ausserdem Anfang Dezember die „25 years of MEDIA conference“ in Brüssel.

Aufgrund interner Schwierigkeiten in Frankreich fand 2016 das jährliche Strassburger Koproduktionstreffen leider nicht statt. Dafür stellten wir anhand der Nachfragen aus der Branche fest, dass es sich als beliebte Veranstaltung etabliert hat und die Unterbrechung auffiel. Ab 2017 soll das Treffen wieder alle zwei Jahre durchgeführt werden.



Treffen der Creative Europe MEDIA Desks in Cannes

MEDIA Desk Suisse beteiligte sich dafür zusammen mit 12 weiteren Desks am neu gestarteten Series Lab Hamburg, das von unseren Kolleginnen im Norden initiiert worden war. Neben zehn deutschen Projekten konnte aus jedem Teilnehmerland ein Serienprojekt in Entwicklung teilnehmen. Aus der Schweiz kam Reto Schaerli von Zodiac Pictures mit dem Serienprojekt „Frieden“ von Petra Volpe, das im Rahmen eines Slates über die Ersatzmassnahmen gefördert wird. Die Veranstaltung bestand aus der Simulation eines Writers' Room, Panels und one-to-one-Treffen.



Reto Schaerli von Zodiac Pictures nahm mit dem Serienprojekt „Frieden“ von Petra Volpe am Series Lab Hamburg teil.

Im Rahmen unserer Kooperation mit dem Torino Film Lab besuchte Karin Bitterli den Abschluss-Event, das Pitching der entwickelten Projekte in Turin.



Duccio Chiarini gewann einen der drei TFL Production Awards für die Koproduktion „The Guest“ (IT, FR, CH).



„Molly Monster“ von Ted Sieger feierte auf der Berlinale 2016 Weltpremiere und wurde seither in 104 Länder verkauft. Der Film erhielt 2013 Entwicklungsförderung durch das MEDIA-Programm.



Der Dokumentarfilm „Demain“ von Cyril Dion und Mélanie Laurent wurde durch die selektive Verleihförderung unterstützt und hat in den drei Schweizer Sprachregionen mehr als 150'000 Zuschauer erreicht.



„The Beekeeper and his Son“ von Diederik Weng wurde 2014 als einer der ersten Filme durch die MEDIA-Ersatzmassnahmen gefördert und feierte 2016 am Festival Visions du Réel Premiere.



Der zweite französische Grosse Erfolg des Jahres 2014 „La Famille Bélier“ erzielte auch in der Schweiz über 170'000 Eintritte. Der Film wurde 2015 durch die selektive Verleihförderung unterstützt.

Unterstützung für Schweizer Firmen aus den Ersatzmassnahmen 2016

2016 ist das dritte Jahr der MEDIA-Ersatzmassnahmen – Zeit für eine erste Zwischenbilanz. Das Gesamtbudget der Ersatzmassnahmen ist über diesen Zeitraum gleich geblieben – lediglich die Maximalbeiträge wurden im Zuge der neuen Verordnung im Juli 2016 an den Eurokurs angepasst und bei der automatischen Verleihförderung wird eine Obergrenze ab 2017 eingeführt. Die gesprochene Fördersumme pro Bereich sowie auch die Anzahl geförderter Projekte ist darum relativ stabil geblieben und ein Vergleich über die Jahre sagt wenig aus. Die Zahlen der vergangenen Jahre können über unsere Website abgerufen werden (unter Resultate), Diagramme befinden sich in den alten Jahresberichten.

Das aus Vorjahren bekannte Kapitel zu den Netzwerkeffekten von MEDIA reduziert sich auf die Teilnahme an MEDIA-geförderten Weiterbildungen und Märkten. Das Europa Cinemas Netzwerk wird seit 2014/2015 von Eurimages getragen. Eurimages trägt auch eine zusätzliche Verleihförderung von Filmen aus den übrigen 36 (seit 2017: 37) Eurimages-Ländern in der Schweiz, die seit der neuen Verordnung mit der Verleihförderung durch die Ersatzmassnahmen kumulierbar ist. Bis Ende 2016 unterstützte Eurimages im Gegenzug auch den Verleih von Schweizer Filmen in den Eurimages-Mitgliedsländern, die gleichzeitig Mitglied von MEDIA sind. Diese Förderung wurde jedoch Anfang 2017 für die sechs Länder Armenien, Canada, Georgien, Russland, Schweiz, Türkei eingestellt.

Die Ersatzmassnahmen kompensieren einen Teil der Auswirkungen aus der Nichtteilnahme an MEDIA. Schweizer Kinos bieten dem Publikum weiterhin ein vielfältiges Programm an europäischen und internationalen Filmen. Die Auswirkungen auf den Verkauf von Schweizer Filmen ins europäische Ausland müssen regelmässig über die Zahlen von Swiss Films beobachtet und bei Sales Agents und Produzenten erfragt werden. Dabei gilt es vor allem, majoritäre Schweizer Filme und das Mittelfeld der Schweizer Produktion zu beobachten.

Die Ersatzmassnahmen kompensieren nur einen Teil der Auswirkungen aus der Nichtteilnahme an MEDIA.

Im Folgenden eine Übersicht der Negativeffekte durch die Nichtmitgliedschaft bei Creative Europe:

1. Für den Schweizer Film im Ausland gibt es mit Ausnahme der Exportförderung keine Unterstützung. Die Verleihförderung der Ersatzmassnahmen kommt also ausländischen MEDIA-Filmen zugute und garantiert das vielfältige Angebot an europäischen Filmen im Schweizer Kino.

Es gibt also keine Förderung für Investitionen von ausländischen Verleihern in Minimum Garantien oder in Koproduktionsbeiträge für Schweizer Filme, da sie keine erfolgsabhängigen Gutschriften mehr mit Schweizer Filmen generieren können.

2. Die ca. 100 von MEDIA unterstützten europäischen Festivals müssen Schweizer Filme unter die nicht-europäischen Filme zählen und verschlechtern dadurch die von ihnen geforderte Mindestquote von 70% europäischen Filmen.

3. Die Beteiligung von Schweizer Akteuren an MEDIA-geförderten Film-Literacy und Audience-Development-Netzwerken ist deutlich erschwert bis unmöglich (Ausnahme: Die Zauberlande).

4. Es gibt keine Unterstützung für die Teilnahme von Schweizer VoD-Plattformen an den unter dem MEDIA-Programm gebildeten und geförderten europäischen Netzwerken oder für die Entwicklung von alternativen digitalen Distributionsmethoden.

5. Es gibt keine Förderung für internationale Koproduktionsfonds.

6. Es gibt keine Förderung für den Bereich der narrativen und kulturell anspruchsvollen Computer Games.

7. Der grosse Bereich der Schweizer Kultur, von Architektur über Design und Musik bis Theater, kann nicht an den vom Creative Europe-Kulturprogramm geförderten europäischen Netzwerken teilnehmen (es soll allerdings Ausnahmen in bestimmten Programmen in Form der „Associated partnership“ geben).

MEDIA Ersatzmassnahmen 2016 (in CHF)

	Anträge	Antragsberechtigte Projekte	nicht antragsberechtigte Projekte	unterstützte Projekte	unterstützte/ antragsberechtigte Projekte (%)	zugespochene Beiträge(CHF)
Entwicklung - Einzelprojekte	37	33	4	19	58	797'500
Entwicklung - Projektpakete	2	2	0	1	50	220'000
Selektive Verleihförderung	49	46	3	31	67	902'300
Automatische Verleihförderung	16	15	1	15	100	1'598'840
Filmfestivals	2	1	1	1	100	51'250
Zugang zum Markt	5	4	1	3	75	275'876
Weiterbildung	4	4	0	4	100	302'823
TOTAL I	115	105	10	74	70	4'148'589
Automatische Verleihförderung (Reinvestitionen aus Calls 2014 und 2015)	63	63	0	63		
TOTAL II	178	168	10	137		

MEDIA Desk Suisse						407'500
Stipendien für MEDIA- oder EM-geförderte Weiterbildungen						14'878
Expertise der Gesuche						13'440
TOTAL III						435'818

TOTAL I + III **4'584'407**

Gesamtbilanz 2016

Im dritten Jahr der Schweizer MEDIA Ersatzmassnahmen wurde mit 4,15 Mio CHF ein etwas geringerer Betrag verpflichtet als im Vorjahr (-6.4%). Auch die Anzahl der bei MEDIA Desk eingegangenen Gesuche sank leicht von 124 auf 115 plus 63 (2015: 75) Reinvestitionsanträge aus der automatischen Verleihförderung, so dass insgesamt 178 Anträge erstmalig bearbeitet wurden. 70% aller antragsberechtigten Projekte (EM 2015: 66%, MEDIA 2013: 62%) wurden gefördert.

Zu den neuen Anträgen kommt seit dem zweiten Jahr der Ersatzmassnahmen vermehrt die regelmässige weitere Bearbeitung der alten Anträge bis zur Abrechnung hinzu.

Vergleicht man die Resultate der drei Ersatzmassnahmen-Jahre sind bei den zugesprochenen Summen keine grossen Unterschiede zu erkennen. Dies liegt daran, dass es pro Förderlinie ein festgelegtes Maximalbudget gibt, das sich kaum geändert hat.

Es bestanden weiterhin sechs Förderlinien, wobei in der Projektentwicklung seit Mitte des Jahres auch die Möglichkeit besteht, Projektpakete einzugeben. Die Verteilung der zugesprochenen Gelder bleibt aber in etwa gleich und der Grossteil der Gelder floss auch 2016 in den Verleih von europäischen Filmen in der Schweiz: 39% in Form von Gutschriften, die Schweizer Verleiher in neue europäische Filme reinvestieren können (automatische Ver-

leihförderung), und 22% in die Herausbringungskosten neuer europäischer Filme in Schweizer Kinos (selektive Verleihförderung). Mehr als ein Viertel der Fördergelder wurde für die Entwicklung von Stoffen mit internationalem Potential gesprochen. Sowohl bei den Märkten als auch bei den Weiterbildungen gab es je eine neu geförderte Initiative, während ein zuvor gefördertes Festival 2016 keinen Antrag stellte.

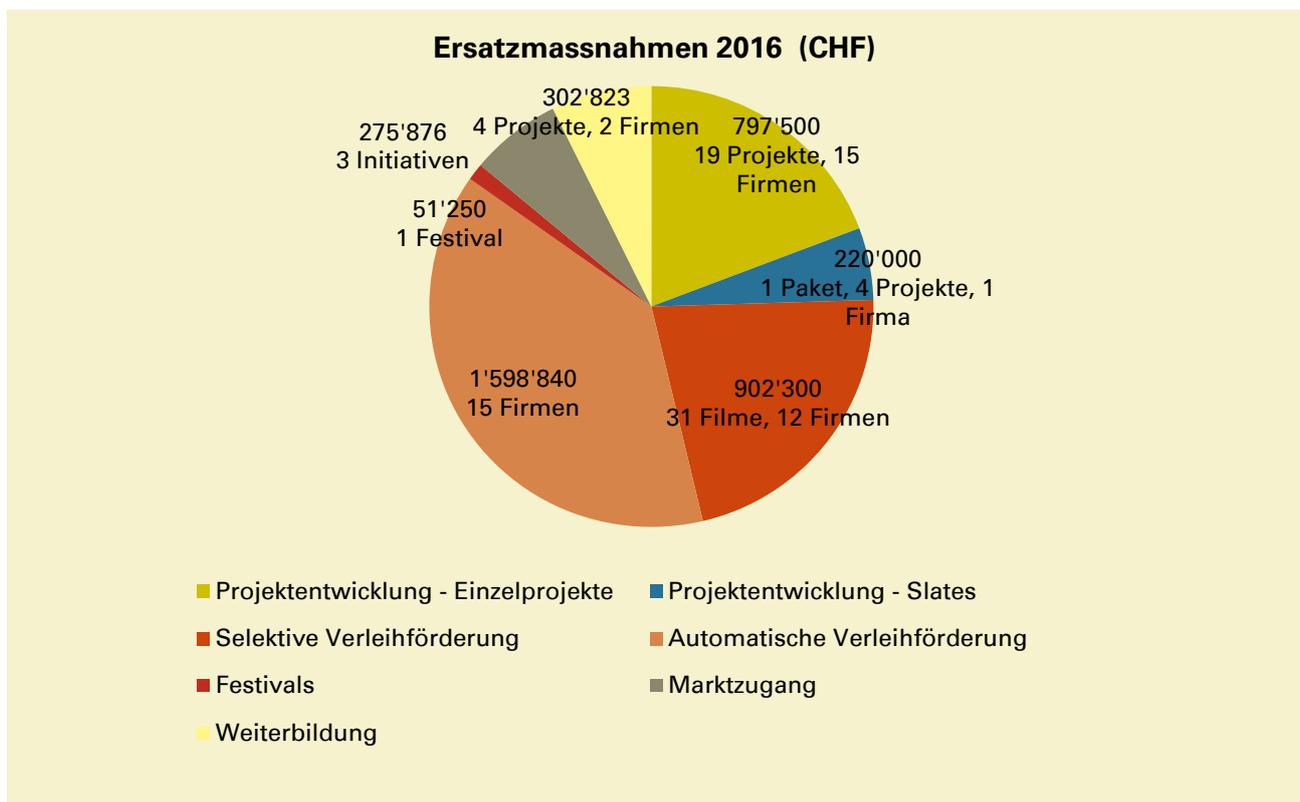
Regionale Verteilung der Ersatzmassnahmen

70% der Gelder unterstützten Aktivitäten von Firmen in der Deutschschweiz, 26% entfielen auf Firmen in der Romandie und 4% flossen ins Tessin (Abbildung rechts).

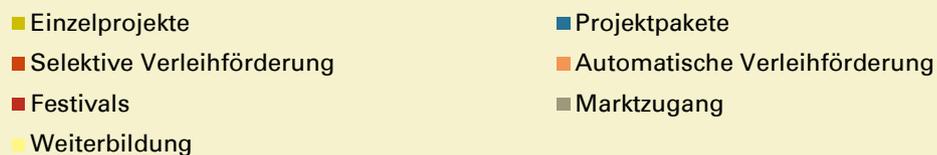
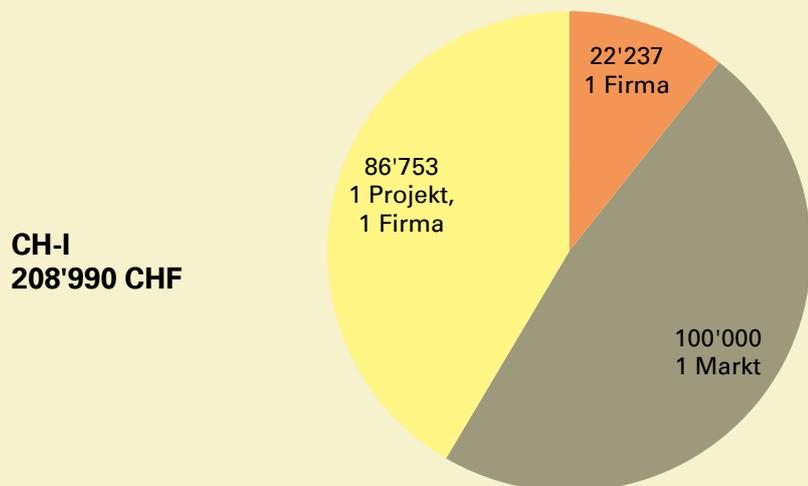
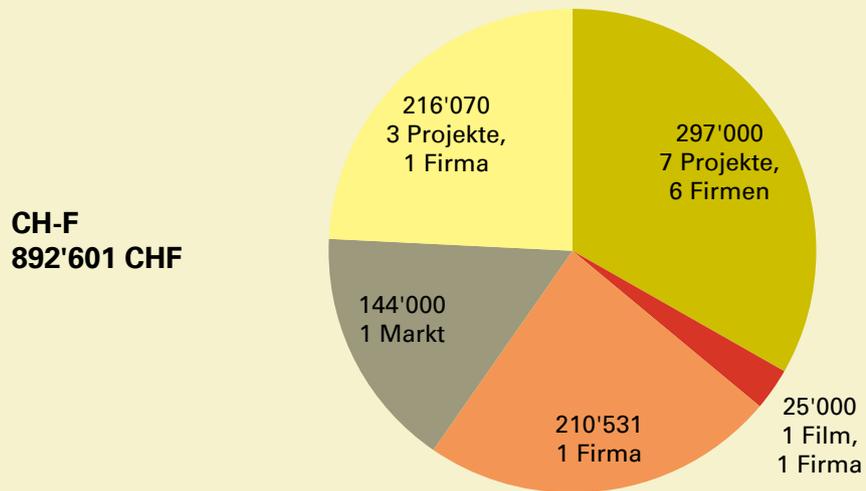
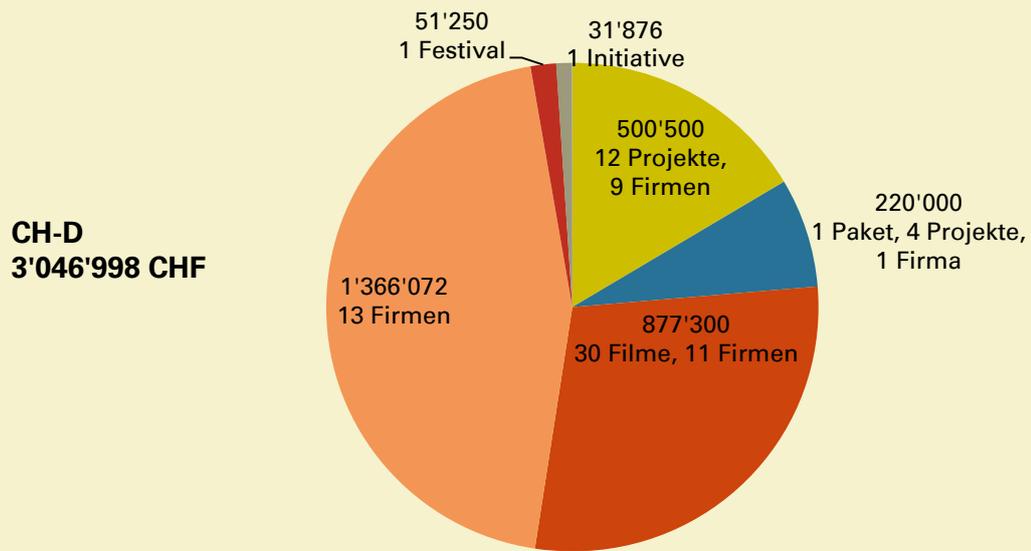
68% der geförderten Projekte (54 P.) kamen aus der Deutschschweiz, 29% (23 Projekte) aus der Romandie und 3% (2 Projekte) aus der italienischen Schweiz. Die Stärke der Deutschschweiz liegt auch darin begründet, dass die Mehrzahl der Verleihfirmen ihren Sitz im deutschsprachigen Teil des Landes hat. Für die Romandie ist dagegen die Projektentwicklung ein viel wichtigerer Faktor.

Administration:

Die Administrationskosten (Kosten MEDIA Desk Suisse) betragen 8,9% des vergebenen Gesamt Betrags von 4.6 Mio. CHF



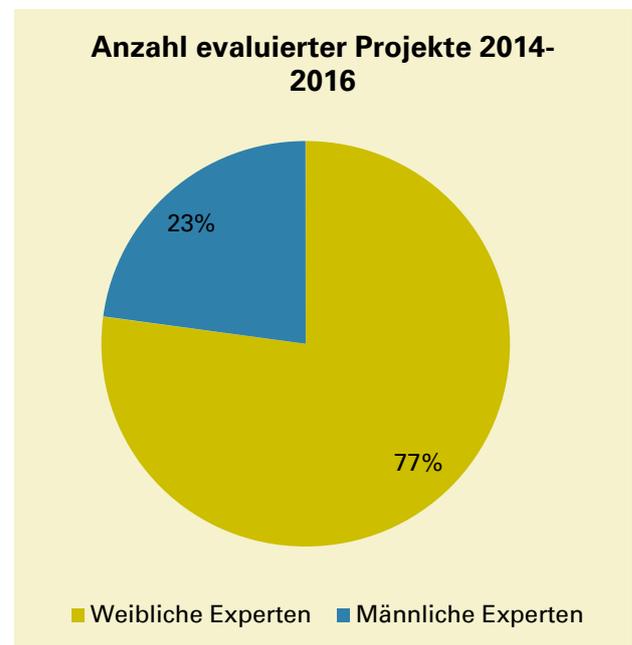
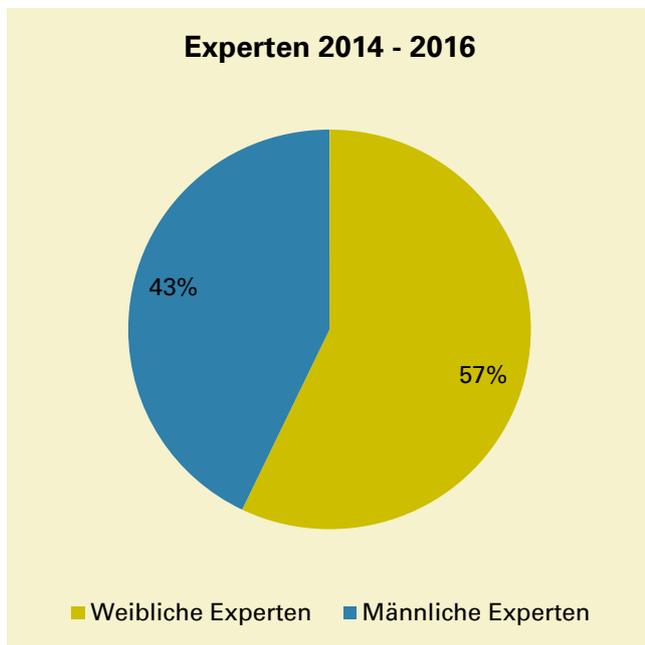
Fördergelder nach Sprachregionen 2016



Evaluationsprozess

Mit Ausnahme der Verleihförderung werden alle Förderlinien von externen, nicht-schweizerischen Experten nach einem Punktsystem und festgelegten Kriterien evaluiert. Alle Experten haben Erfahrung mit dem Creative Europe - MEDIA Programm. Die Entwicklungsförderung für Projektpakete ist die einzige Förderlinie, in der zwei Experten gleichzeitig ein Projekt bewerten und sich im Anschluss abstimmen müssen. Alle anderen Förderlinien werden von jeweils einer Person beurteilt.

Bis 2016 waren 12 verschiedene Personen als Experten für die Ersatzmassnahmen tätig, etwas mehr als die Hälfte von ihnen ist weiblich. Bei der Vergabe der Dossiers spielt die fachliche Eignung eine wichtige Rolle, aber auch die Sprachkenntnis der Experten, denn die Anträge sind in den Schweizer Landessprachen verfasst. Ausserdem soll ein Projekt, das in der Projektentwicklung abgelehnt wurde, bei der Zweiteingabe von einer anderen Person evaluiert werden. Diese Faktoren limitieren (neben der Verfügbarkeit) die Auswahl und führen zusammen mit der generell etwas vielfältigeren Sprachkompetenz der weiblichen Experten dazu, dass drei Viertel der über drei Jahre evaluierten Projekte von Frauen beurteilt wurden.



Projektentwicklung 2016

	Anzahl Anträge	Antragsberechtigte Projekte	Unterstützte Projekte	Anzahl geförderter Firmen	zugesprochene Beträge (CHF)
Entwicklung – Einzelprojekte	37	33	19	15	797'500
Entwicklung – Projektpakete	2	2	1 (4 Filme)	1	220'000

Neuerungen und Anzahl Projekte 2016

2016 wurde im Rahmen der neuen internationalen Verordnung (IPFIV) in der zweiten Jahreshälfte die Paketförderung für drei bis fünf Filme in Entwicklung eingeführt. Für diese steht eine Deadline pro Jahr zur Verfügung. Das bedeutet gleichzeitig, dass zur Einzelprojektdeadline maximal ein Projekt pro Firma eingereicht werden kann. Nur zwei Firmen haben von der neuen Paket-Eingabe Gebrauch gemacht und jeweils vier und drei Projekte zusammen eingereicht. Insgesamt ist die Zahl der eingegebenen Gesuche seit 2014 leicht angestiegen; gefördert wurde 2016 mit 23 Projekten eins weniger als im Jahr zuvor.

Nachdem es 2015 keine Projekte gab, die die formalen Kriterien nicht erfüllten, mussten 2016 erneut vier Projekte noch vor dem Evaluationsprozess abgewiesen werden – alle stammten von Firmen, die das Büro vor der Eingabe nicht kontaktiert hatten.

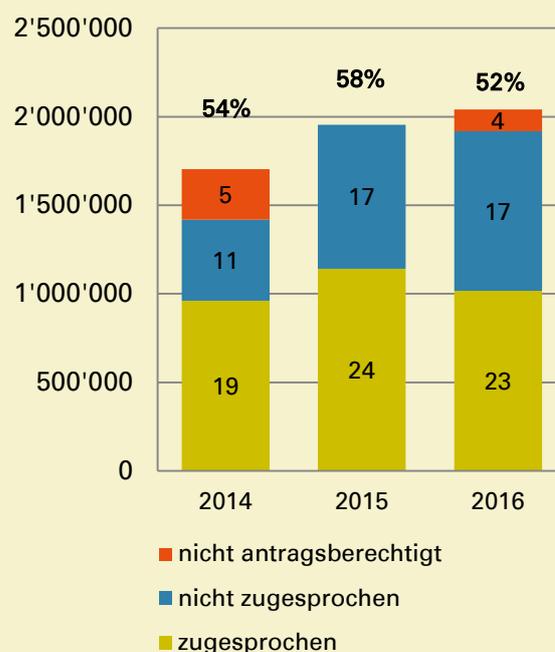
Da 2016 wieder etwas mehr Projekte für eine höhere Gesamtsumme eingegangen sind, sank die Erfolgsquote auf 52%. Diese Schwankungen sind allerdings minimal und hängen unter anderem vom Genre der eingegebenen Projekte ab, da die beantragten und bewilligten Höchstbeiträge damit verbunden sind.

Pro Projekt wurden 2016 im Durchschnitt 44'239 CHF gesprochen.

Tendenz über drei Jahre

Vergleicht man die Resultate in der Entwicklungsförderung über die letzten drei Jahre, sind die Resultate abgesehen von natürlichen Schwankungen stabil. Im Vergleich mit der „MEDIA-Periode“ kann aber festgestellt werden, dass uns viel mehr neue Firmen ansprechen, die vorher nie mit der MEDIA-Förderung Kontakt hatten.

Fördersumme und Anzahl Projekte beantragt vs. zugesprochen 2014-2016



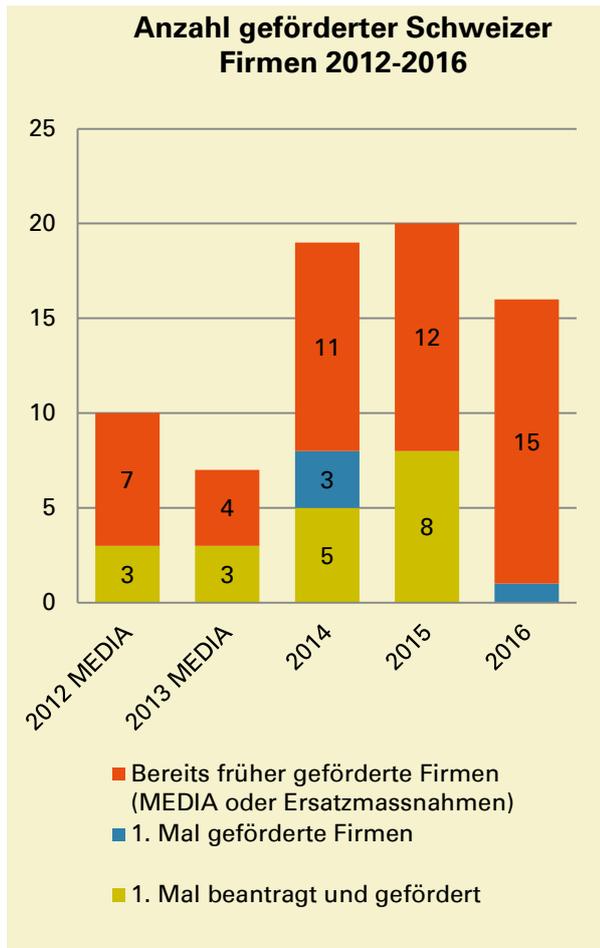
Benötigte Punktzahl

Die benötigte Punktzahl ist seit 2014 von 70 Punkten auf 76 Punkte bei der zweiten Deadline 2016 angestiegen. Nur 2015 gab es bei beiden Deadlines Projekte, die die Schwelle der Förderfähigkeit von 70 Punkten zwar erreichten, aber aufgrund des nicht ausreichenden Budgets nicht gefördert wurden.

Geförderte Firmen

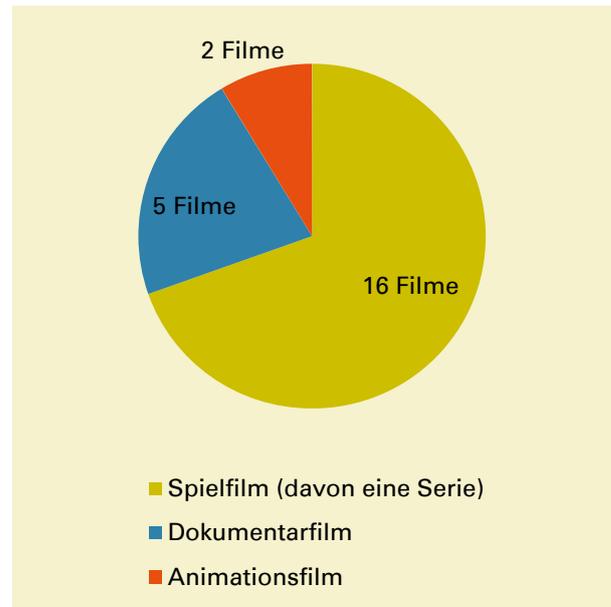
Unter den 16 geförderten Firmen war nur eine, die noch nie durch das MEDIA-Programm oder die Ersatzmassnahmen unterstützt wurde. Sieben Firmen haben erstmals einen Antrag gestellt, wurden aber nicht gefördert. Diese Zahlen sprechen dafür, dass das Förderinstrument offen ist für junge Firmen, diese aber in der Bewertung noch nicht zu überzeugen vermochten.

Drei Firmen haben innerhalb der Einzelprojektförderung Unterstützung für mehrere Projekte erhalten.



Genres

Bei den Genres blieb es auch 2016 bei einem deutlichen Überhang der Fiction-Projekte, die 69% der Projekte ausmachten, darunter eine Serie. Nach einem Jahr ohne Animationsfilme konnten 2016 wieder zwei Kinoprojekte unterstützt werden, beides internationale Koproduktionen.



Sprachregionen

Nachdem im vergangenen Jahr 15 Filmprojekte im Umfang von 705'000 CHF in der Deutschschweiz und 9 Projekte im Umfang von 435'500 CHF in der Romandie gefördert wurden, floss 2016 im Verhältnis nochmals mehr Geld in die Deutschschweiz, was unter anderem damit zusammenhängt, dass das geförderte Slate mit vier Projekten im Umfang von 220'000 CHF an eine deutschsprachige Produktionsfirma ging. Insgesamt wurden 720'500 CHF für 16 Projekte aus dem deutschsprachigen Gebiet gesprochen (bei 13 Absagen) und 297'000 für 7 Projekte aus der Romandie (bei 4 Absagen). Seit der Einführung der MEDIA-Ersatzmassnahmen haben 17 Firmen aus der Romandie und 19 aus der Deutschschweiz Gelder zugesprochen erhalten.

Gender

Erstmals wurde 2016 das Geschlecht von Autor, Regie und Produktion bei allen Gesuchen erfasst. Eine erste Auswertung auf Basis der Autoren der 44 eingegangenen Gesuche (die Autoren sind zum Zeitpunkt der Eingabe bei den MEDIA-Ersatzmassnahmen immer bekannt) ergab, dass mehr als doppelt so viele Projekte von Männern stammen – nämlich 26 – im Gegensatz zu 10 Stoffen von Autorinnen und 8 Filmen mit einem gemischten Autorenduo. Die Auswertung bestätigt auch, dass für Projekte von Männern im Durchschnitt mehr Geld beantragt und zugesprochen wird als für die von Frauen (im Schnitt ca. 2'700 CHF Unterschied).

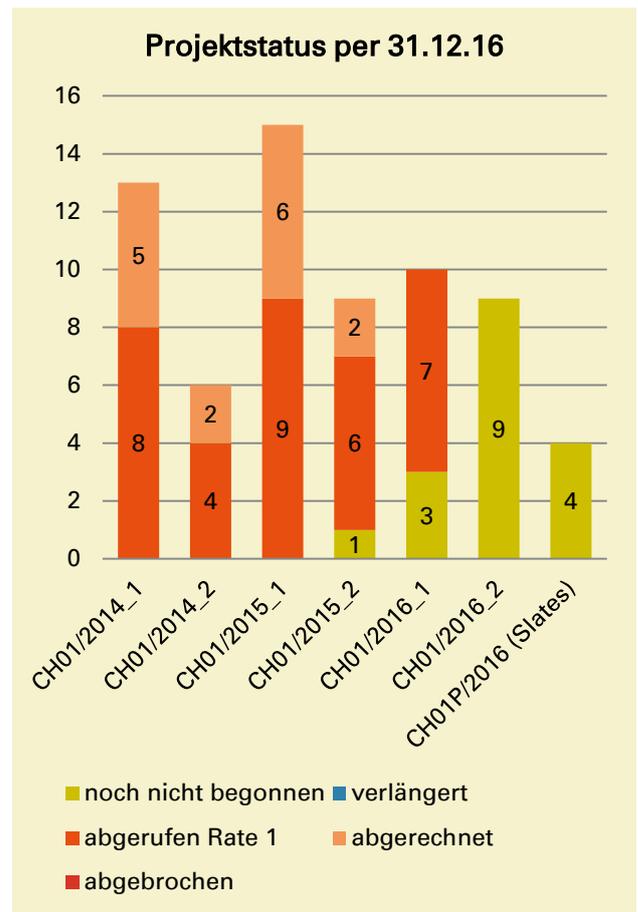
Status der Projekte

Nach wie vor wurde keines der 62 geförderten Projekte abgebrochen. Knapp ein Viertel wurde abgerechnet, das heisst die Entwicklung ist abgeschlossen; der Grossteil befindet sich noch in Entwicklung.

Sechs „unserer“ Filme haben 2016 Premiere gefeiert: Zwei wurden durch die MEDIA-Ersatzmassnahmen und vier noch durch das MEDIA-Programm gefördert.



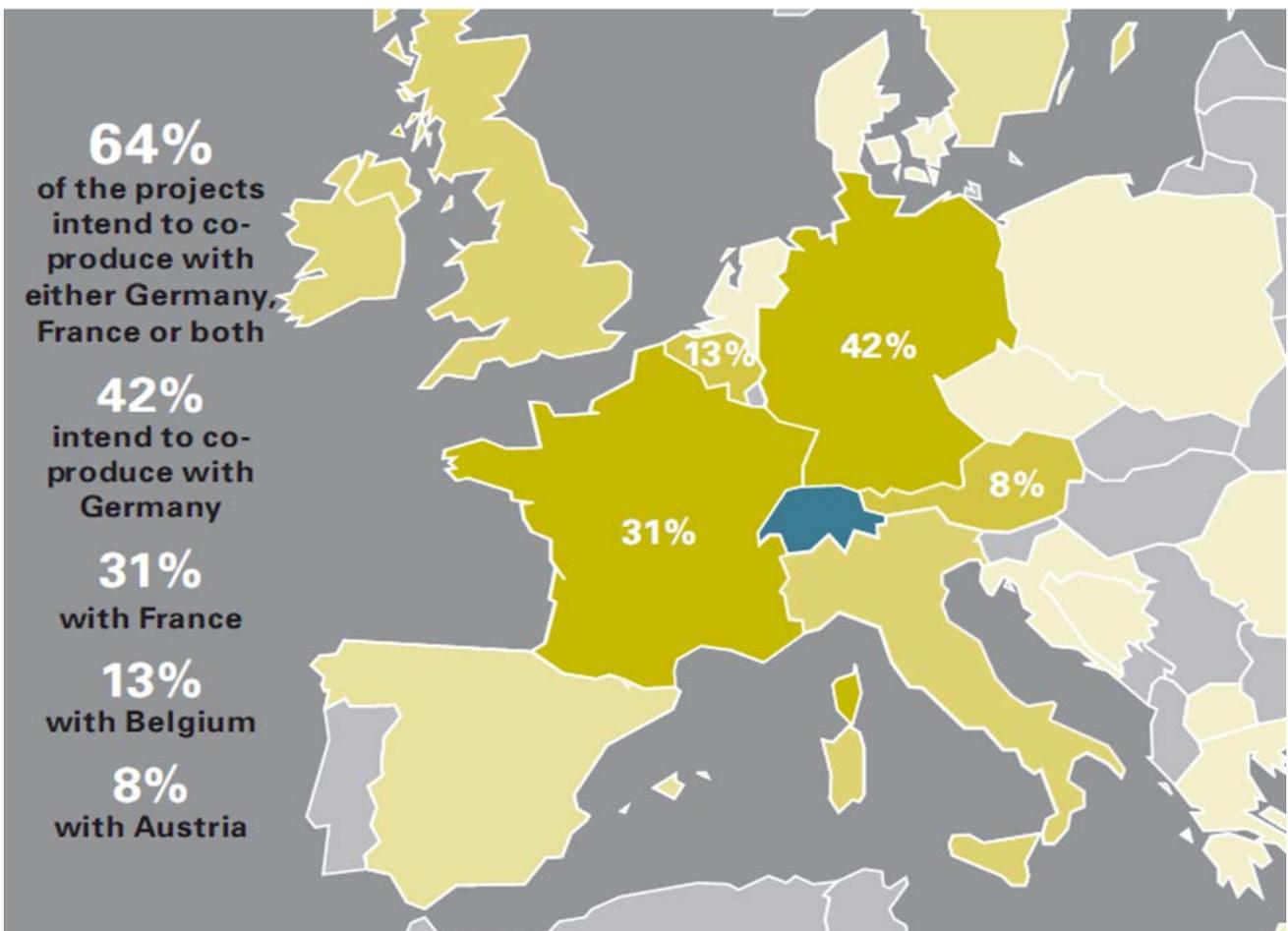
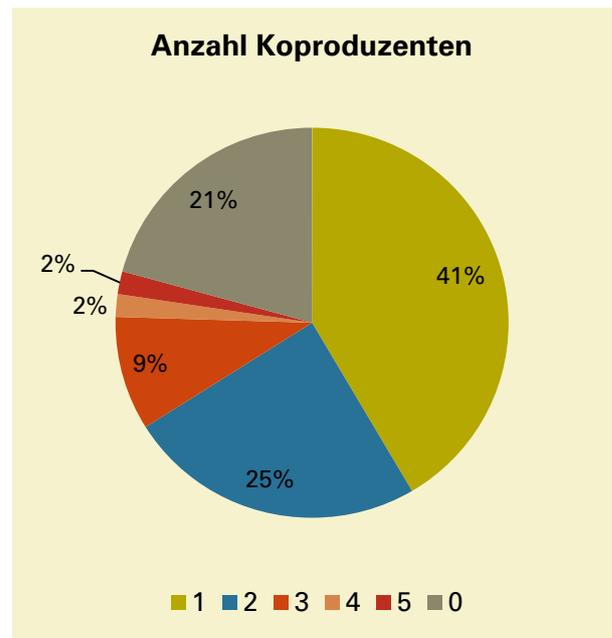
„Aloys“ von Hugofilm sorgte während der Berlinale 2016 für Gesprächsstoff.



Geförderte und fertiggestellte Filme 2016			
Film	Produktion	Festivalpremiere	TV-/Kinostart
Molly Monster	Little Monster	Berlinale 2016	17.2.2016
The Beekeeper and his Son	Mira Film	Visions du Réel 2016	20.07.2017
Aloys	Hugofilm	Berlinale 2016	31.3.2016
Un juif pour l'exemple	Vega Film	Festival del film Locarno 2016	14.9.2016
Wild Plants	Close Up Films	Visions du Réel 2016	27.10.2016
Gotthard	Zodiac Pictures	Festival del film Locarno 2016	11.12.2016

Koproduktionen

Für eine Publikation wurden Ende 2016 die Daten aus drei Jahren Ersatzmassnahmen in Bezug auf Koproduktionspartner ausgewertet. Es bestätigte sich, dass Länder, die eine Sprache mit der Schweiz gemeinsam haben, am häufigsten auf der Wunschpartnerliste in der Entwicklung stehen: Deutschland, Frankreich, Belgien und Österreich. Insgesamt wurden aber in 98 eingegebenen Projekten 26 verschiedene Länder als avisierte Koproduktionspartner genannt – eine grosse Bandbreite. Zwei Drittel der Projekte sind dabei als Koproduktion mit einem oder zwei Ländern aufgegleist, 20% sind als rein Schweizer Produktionen geplant. Die Daten wurden auf Basis der eingegangenen Gesuche erhoben.



Auszug aus dem Flyer zu den in den Anträgen meistgenannten Koproduktionspartnern.

Geförderte Projekte

Firma	Filmtitel	CHF
8horses	Der Unschuldige	50'000
8horses	Taub	55'000
Bande à part Films	Les Particules	50'000
Bohemian Films	Insoumise	30'000
C-Films	Fake	40'000
Cineworx Filmproduktion	Das Drama da drin (aka Helena)	25'000
Cineworx Filmproduktion	Hundert Tage	55'000
Cineworx Filmproduktion	Me fui sin mirarte de cerca (aka una historia invisible)	30'000
Elefant Films	Le Monde d'en bas	35'000
Intermezzo Films	Raul	66'000
Louise Productions	Depuis que la guerre est finie	20'000
Louise Productions	Une affaire urgente	30'000
Maximage	Der fliegende Berg	55'000
Mira Film	Forty Seven – The Cure	15'000
Nadasdy Film	A poings fermés	66'000
Okofilm Productions	Mare	33'000
Reck Filmproduktion	Touch the future	25'000
tellfilm	Das falsche Leben	62'500
Vega Film	Apollon	55'000
		797'500
Zodiac Pictures (Slate)	Fedora	55'000
	Frieden	55'000
	Haus am See	55'000
	The Human Touch	55'000
		220'000
TOTAL		1'017'500

Aides à la distribution 2016

	Nombre de demandes	Nombre de projets éligibles	Nombre de projets soutenus	Nombre de sociétés soutenues	Contributions attribuées (CHF)
Aide sélective à la distribution	49	46	31	12	902'300
Aide automatique à la distribution	16	15	15	15	1'598'840
Aide automatique à la distribution (réinvestissements des appels 2015 et 2016)	63	63	63		

Aide sélective à la distribution

Nouveautés 2016

En 2016, l'enveloppe annuelle de l'aide sélective a été réduite à 900'000 CHF, contre 1 million en 2015 et 2014. Avec l'introduction de la nouvelle ordonnance en juillet 2016, plusieurs modifications sont entrées en vigueur lors de la 2^e échéance de l'appel. La rétroactivité de l'appel a notamment été réduite : désormais la date de sortie du film peut se situer jusqu'à 2 mois avant la soumission de la demande au lieu des 6 mois autorisés jusqu'alors. En cela, nous nous rapprochons des conditions de MEDIA qui exige une sortie au plus tôt 2 mois avant l'échéance de l'appel.

Désormais, les coproductions minoritaires suisses pouvant bénéficier de bonifications de Succès Cinéma ou pouvant générer des primes ne sont plus éligibles. A titre d'exemple, un film comme « Keeper » de Guillaume Senez, soutenu dans le cadre de la 1^{re} échéance de l'appel 2016, n'est plus éligible depuis juillet 2016.

Les montants maximaux des contributions ainsi que les seuils des budgets de production pour la définition des deux catégories de films (petits et moyens) correspondent toujours aux montants définis par MEDIA mais ont été revus sur la base du nouveau taux de change et abaissés de quelque 15 à 20%.

Enfin, les distributeurs sélectionnés par le fonds de soutien Eurimages ont la possibilité de cumuler les deux aides, pour autant que les deux subventions additionnées ne dépassent pas 50% des coûts de P&A.

Demandes 2016

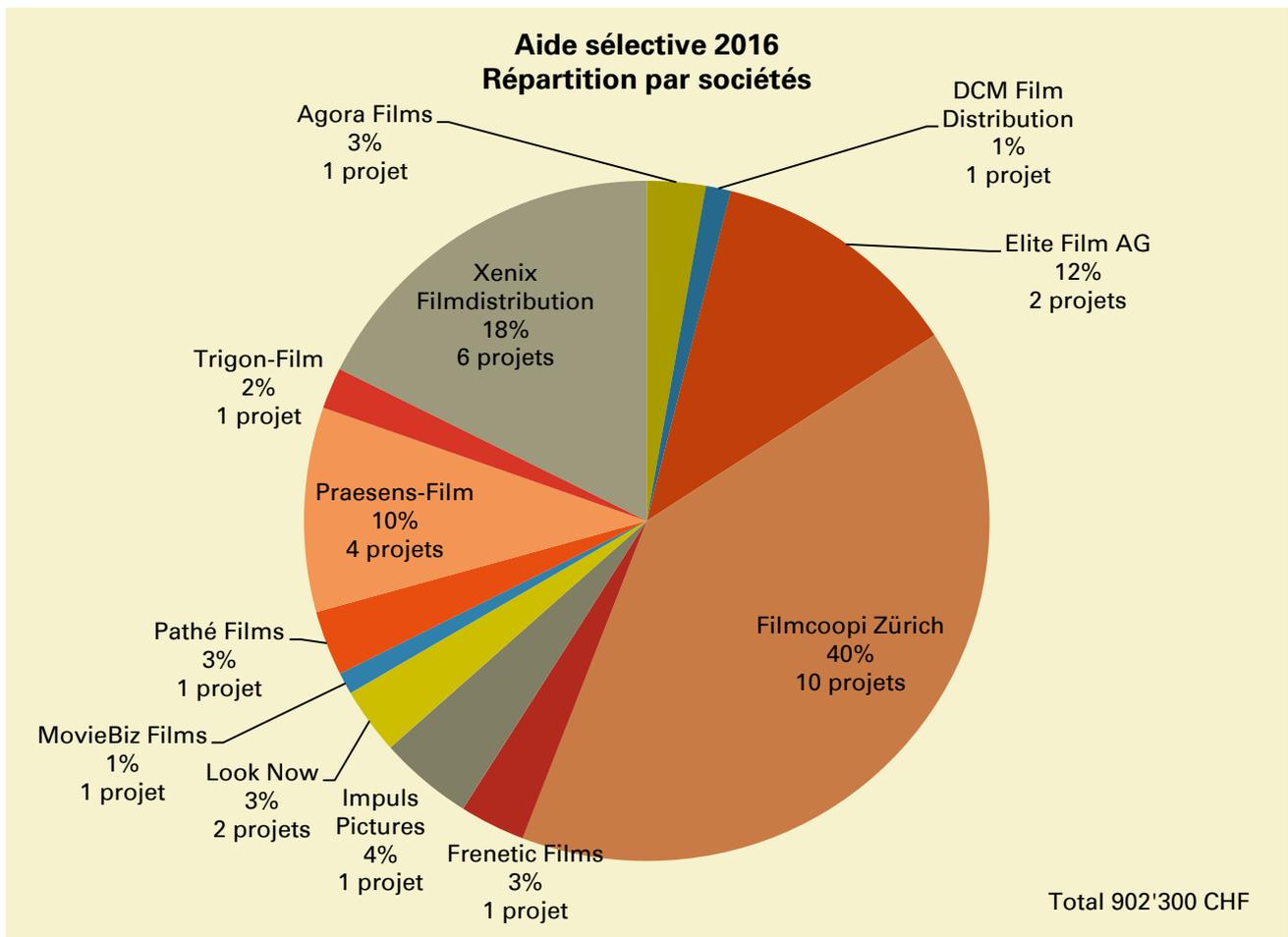
En 2016, 31 nouveaux films européens sont sortis en salle avec une aide sélective, dont 25 fictions, 4 documentaires et 2 films d'animation. Les œuvres sont issues de 13 pays différents dont 8 à faible capacité de production (soit tous les pays membres du programme MEDIA hormis l'Allemagne, la France, l'Espagne, l'Italie et la Grande Bretagne).

Quatorze petits films contre 17 moyens ont obtenu une contribution. En 2016, près de 35% du budget annuel a été attribué à la catégorie des petits films.

Parmi les 49 demandes déposées par les distributeurs, seules 3 n'étaient pas éligibles.

Le taux de sélection de l'appel demeure élevé, avec 67,4% des demandes éligibles soutenues contre 65,4% en 2015.

Parmi les 12 sociétés soutenues, 3 l'ont été une première fois. Il s'agit des sociétés DCM Distribution, MovieBiz et Pathé.



Tendances sur 3 ans (2014-2016)

154 demandes d'aide sélective ont été déposées depuis l'introduction des mesures compensatoires, avec 33 demandes en moyenne soutenues chaque année. Du temps de MEDIA, il s'agissait d'une moyenne de 28 demandes.

L'appel présente un taux de sélection très élevé avec une moyenne annuelle de plus de 70% des demandes éligibles qui sont soutenues. Si l'enveloppe annuelle permet de financer la sortie d'un plus grand nombre de films (les distributeurs suisses obtenaient quelque 530'000 € par année dans le cadre de l'aide sélective européenne), une autre explication possible est la flexibilité de l'attribution des fonds. Comme nous l'évoquons plus loin, la répartition budgétaire entre les deux catégories des films (petits et moyens) n'est pas prédéfinie, ce qui permet sans doute de soutenir aussi un plus grand nombre de films.

Des quelque 15 sociétés de distribution suisses qui obtiennent régulièrement des contributions des mesures compensatoires, 11 en moyenne sont soutenues chaque année dans le cadre de l'appel sélectif. La part des demandes inéligibles en baisse constante reflète nos efforts de maintenir un contact régulier avec les professionnels et de renforcer les consultations. Cela est d'autant plus important au-

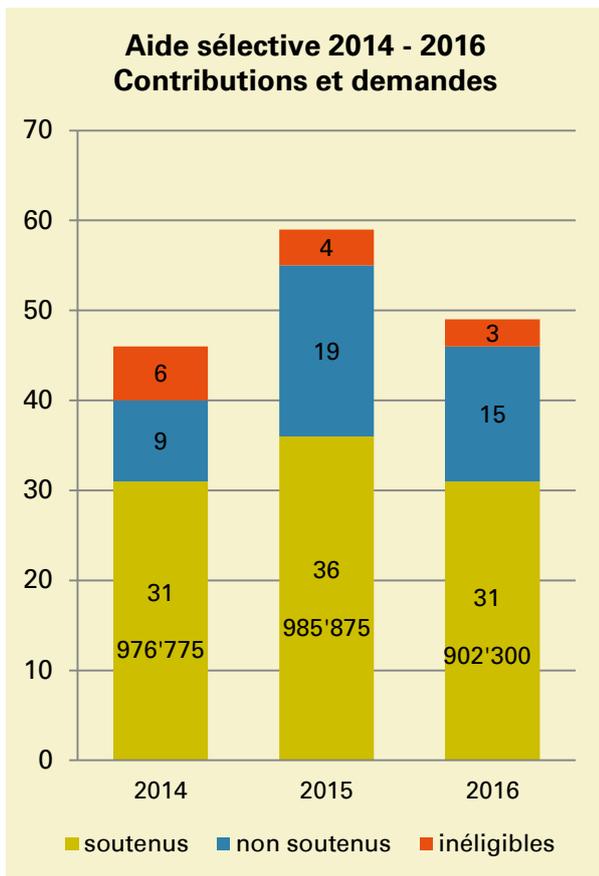
près des nouveaux candidats qui ont plus souvent tendance à surévaluer le nombre d'écrans et les budgets prévisionnels des coûts de P&A.

Chaque année, les soutiens sont attribués à des œuvres issues de quelque 12 pays différents, dont presque 64% de pays à faible capacité de production.

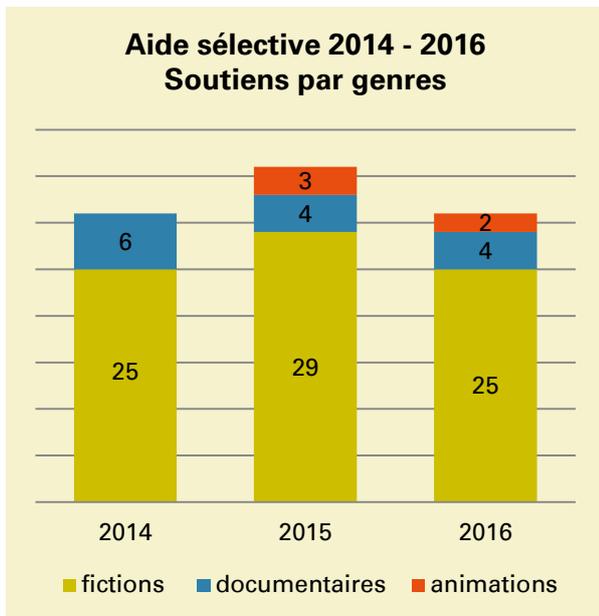
Entre 2014 et 2015, les 65 sorties confirmées (sur 67 films soutenus) ont attiré 917'614 spectateurs dans les salles suisses, soit une moyenne de 14'117 spectateurs par film.



„Belgica“ von F. van Groeningen, im Verleih bei Filmcoopi, startete 2016 mit Hilfe der selektiven Verleihförderung in den Schweizer Kinos.

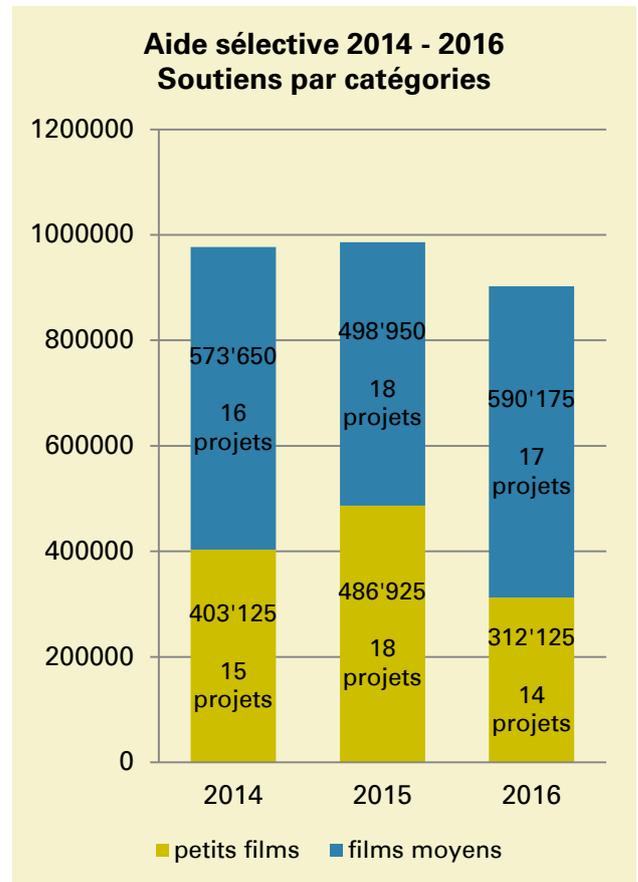


Près de 80% des projets soutenus sont des fictions. Chez MEDIA, la part d'attribution des aides à des fictions est encore plus marquée (environ 90%). En trois ans, les 19 demandes déposées pour des films documentaires et films d'animation ont toutes obtenu un soutien.



Les films à petit budget sont favorisés dans le cadre des mesures compensatoires (env. 35% des demandes, mais presque 48% des projets soutenus et près de 42% du budget annuel alloué).

MEDIA a fixé une part maximale de 25% de l'enveloppe de l'aide pour les petits films. L'introduction d'une mesure similaire dans le soutien national permettrait si nécessaire de rééquilibrer l'attribution des financements en faveur des films moyens.



Comparatif MC MEDIA / MEDIA (2014-2016)

Entre 2014 et 2016, un total de 131 films a obtenu une aide sélective à la distribution soit dans le cadre du programme de soutien européen soit des mesures compensatoires. 78 films (60%) ont été soutenus par MEDIA contre 97¹ (74%) par les mesures compensatoires. 44 films (34%) ont été soutenus par les deux programmes.

Six titres soutenus par MEDIA ont fait l'objet d'une demande dans le cadre des mesures compensatoires, mais n'ont pas été retenus.

La liste complète des films soutenus par les deux programmes se trouve en annexe de ce rapport.

¹ Il s'agit ici du total des titres soutenus, et non pas du total des demandes soutenues. Les 98 soutiens attribués comprennent une resoumission.

Aide automatique à la distribution

Nouveautés 2016/2017

L'introduction de la nouvelle ordonnance permet dès juillet 2016 un cumul des réinvestissements de l'aide automatique dans les coûts de P&A (module 3) avec une contribution du fonds de soutien d'Eurimages. Contrairement à l'aide sélective, il n'y a pas de maximum fixé pour le cumul.

Pour la phase de la génération des primes, les modifications prévues par l'ordonnance et décrites ci-après entreront en vigueur en 2017, sur la base des entrées 2016. Conformément aux nouveaux montants de base introduits par MEDIA dès 2016, les subsides fixés pour les films issus des pays à forte capacité de production seront abaissés et ceux pour les œuvres des pays à faible capacité de production légèrement augmentés.

En 2017, MEDIA a procédé à une nouvelle révision des montants. Les contributions de base pour les films issus des pays à faible capacité de production ont été revues à la baisse. Si ces montants devaient être adaptés en Suisse, une révision de l'ordonnance serait nécessaire.

Un nouveau seuil maximum de 350'000 CHF par société a été introduit et le seuil minimum revu selon le nouveau taux de change.

Enfin, les films ayant généré des primes dans le cadre de Succès Cinéma ne seront plus éligibles pour le calcul des subsides.

Demandes 2016

Tout comme en 2015, 16 demandes ont été déposées pour la génération des bonifications. Une demande n'a pas atteint le seuil minimum des primes fixé à 9'375 CHF (2015: 4).

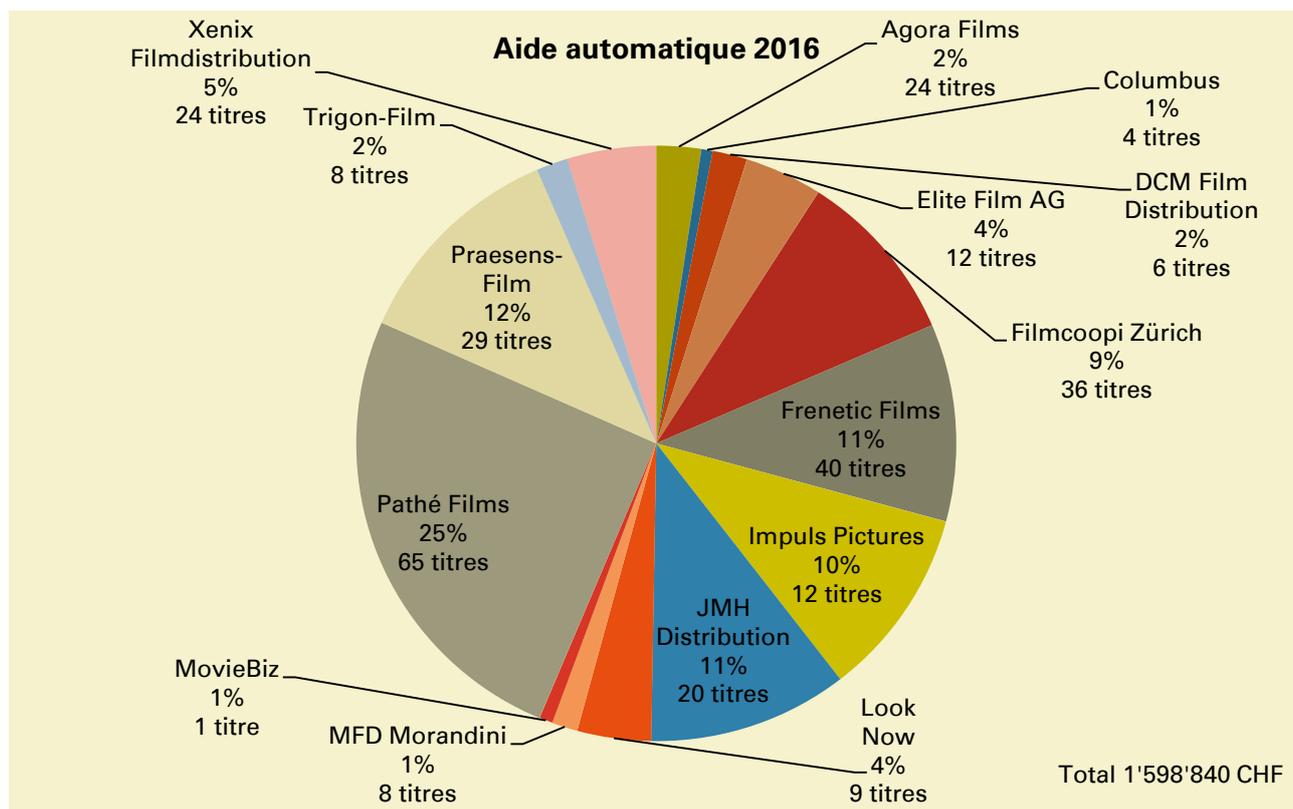
Parmi les 15 sociétés soutenues, MovieBiz a généré pour la première fois des bonifications.

Au total, 298 films européens non-nationaux éligibles, dont 160 premières, ont généré 1'598'840 CHF avec 2'623'147 entrées éligibles (2015: respectivement 1'697'936 CHF et 3'100'740 entrées). Pour rappel, les entrées des films sont cumulées sur 4 ans au maximum jusqu'à un seuil maximal de 200'000 entrées.

Une réduction de 13% (2015: 20%) des contributions s'est imposée sur la base de l'enveloppe annuelle disponible.

63 demandes de réinvestissements ont été traitées entre le 1^{er} janvier et le 31 décembre 2016.

Tout comme pour l'aide sélective, nous nous efforçons de maintenir un contact régulier avec les professionnels suisses et la gestion des deux phases de l'appel se fait sans accroc. Nous maintenons également un contact avec l'un des responsables de l'Aide automatique à Bruxelles qui reçoit la liste mensuelle des sorties dans les salles suisses ainsi que les nouveaux résultats nationaux en début de chaque année.



Tendances sur 3 ans (2014-2016) – Génération des primes

Le nombre de demandes demeure stable (47 sur 3 ans), avec environ 13 sociétés soutenues chaque année. Une moyenne de 2 sociétés seulement ne parvient pas à atteindre le seuil minimal des bonifications requis.

En trois ans, les 8'018'370 entrées reconnues pour les films européens ont généré 5'211'024 CHF. Selon les « Facts & Figures » publiés par ProCinema, les films européens ont attiré près de 12 millions de spectateurs durant cette même période.

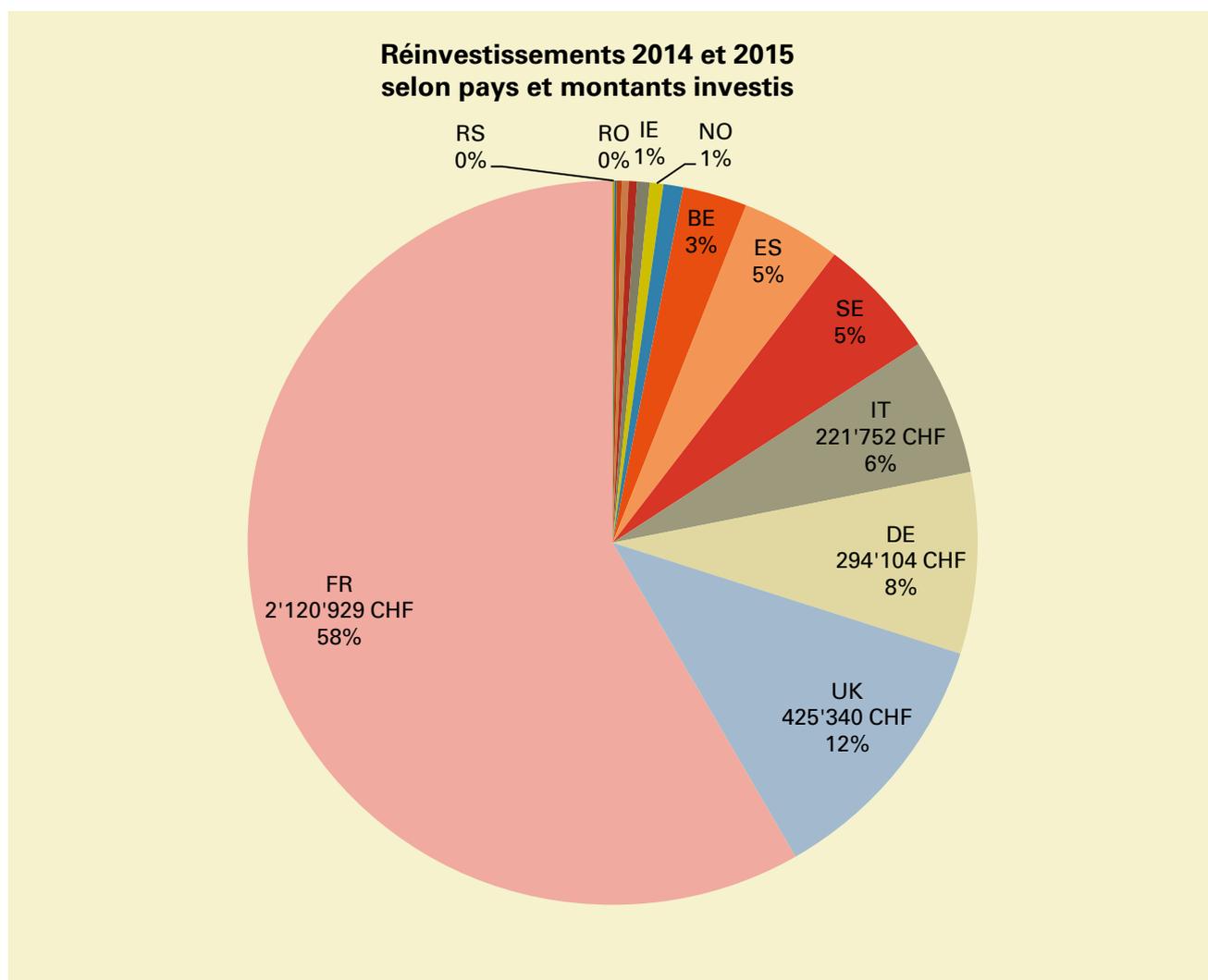
ProCinema considère comme européens les films issus des 28 pays de l'Union européenne. Dans le cadre des mesures compensatoires, les films des pays participant à part entière au programme MEDIA peuvent générer des bonifications, soit 35 pays en tout.

Tendances sur 2 ans (2014-2015) – Réinvestissements des primes

Sur les 130 demandes de réinvestissement éligibles entre 2014 et 2015, presque 75% (97) concernaient des projets de minimums garantis. Les autres réinvestissements couvraient des frais de sortie en salle.

Plus de 90% des réinvestissements concernent des films de fiction.

Les films étaient issus de 15 pays différents sur les 35 admis pour un réinvestissement, dont 10 pays à faible capacité de production (soit tous les pays membres sauf DE, ES, FR, IT et UK). Les bonifications les plus importantes ont été réinvesties dans les films issus des pays voisins de la Suisse (FR, DE et IT) et de la Grande Bretagne. Avec 58% des montants réinvestis, les films français se placent largement en tête.

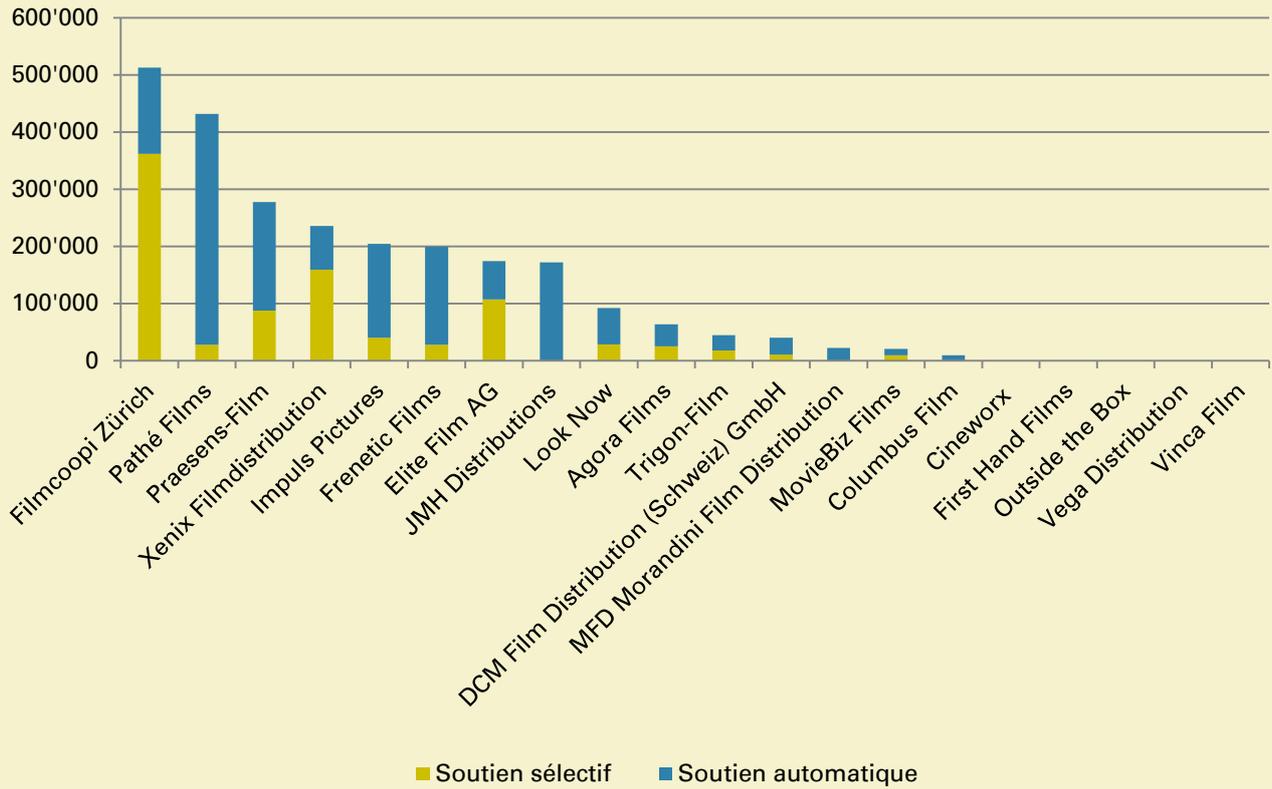


Aides à la distribution: Automatique et sélectif 2016

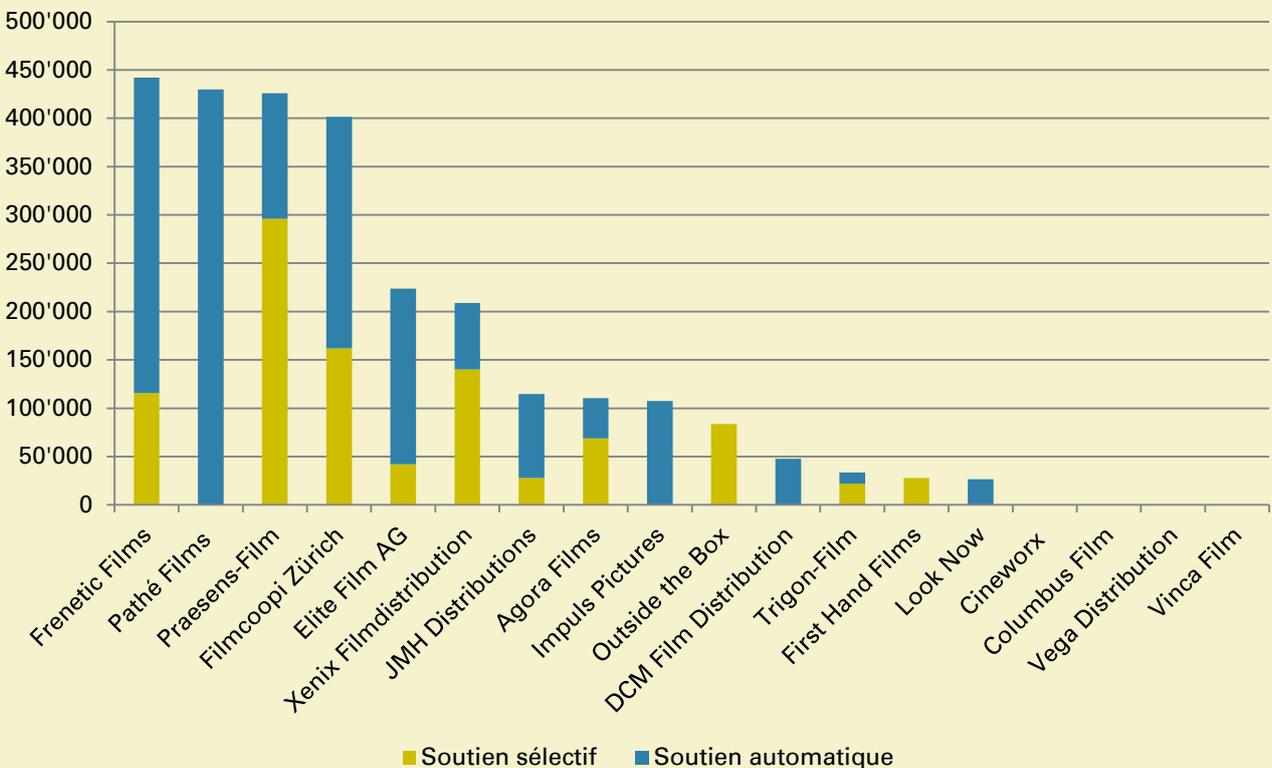
Société	Titre	CHF
Agora Films	Kiki, El Amor se hace	25'000
	Aide automatique à la distribution	38'515
TOTAL		63'515
Columbus	Aide automatique à la distribution	9'766
TOTAL		9'766
DCM Film Distribution	High-Rise	10'625
	Aide automatique à la distribution	29'792
TOTAL		40'417
Elite Film	Colonia	42'125
	Room	65'000
	Aide automatique à la distribution	66'913
TOTAL		174'038
Filmcoopi Zürich	Bacalaureat (AKA Fotografii de familie)	25'000
	Belgica	27'875
	Demain	73'875
	Fai Bei Sogni	24'000
	I, Daniel Blake	54'000
	Keeper	27'875
	Personal Shopper	25'000
	The Red Turtle	35'000
	Toni Erdmann	54'000
	Welcome to Norway	15'000
	Aide automatique à la distribution	150'946
TOTAL		512'572
Frenetic Films	Ma Ma	27'875
	Aide automatique à la distribution	171'392
TOTAL		199'267
Impuls Pictures	Lolo	40'000
	Aide automatique à la distribution	164'306
TOTAL		204'306

JMH Distributions	Aide automatique à la distribution	172'017
TOTAL		172'017
Look Now	Francophonia	10'625
	Zvizdan	17'750
	Aide automatique à la distribution	63'624
TOTAL		91'999
MovieBiz	Oops, Noah is gone...	9'300
	Aide automatique à la distribution	11'531
TOTAL		20'831
Pathé Films	Julieta (AKA Silencio)	27'875
	Aide automatique à la distribution	404'082
TOTAL		431'957
Praesens Film	Des nouvelles de la planète Mars	17'750
	Kollektivet	27'875
	Ma Loute	37'000
	The Look of Silence	5'000
	Aide automatique à la distribution	189'953
TOTAL		277'578
Trigon-Film	Cialo	17'750
	Aide automatique à la distribution	27'109
TOTAL		44'859
Xenix Filmdistribution	Fuocoammare	42'125
	La Fille inconnue	37'000
	Sieranevada	15'000
	Threstir	25'000
	Un tango mas	25'000
	Zjednoczone stany milosci	15'000
	Aide automatique à la distribution	76'657
TOTAL		235'782
Total Aide sélective à la distribution		902'300
Total Aide automatique à la distribution		1'598'840

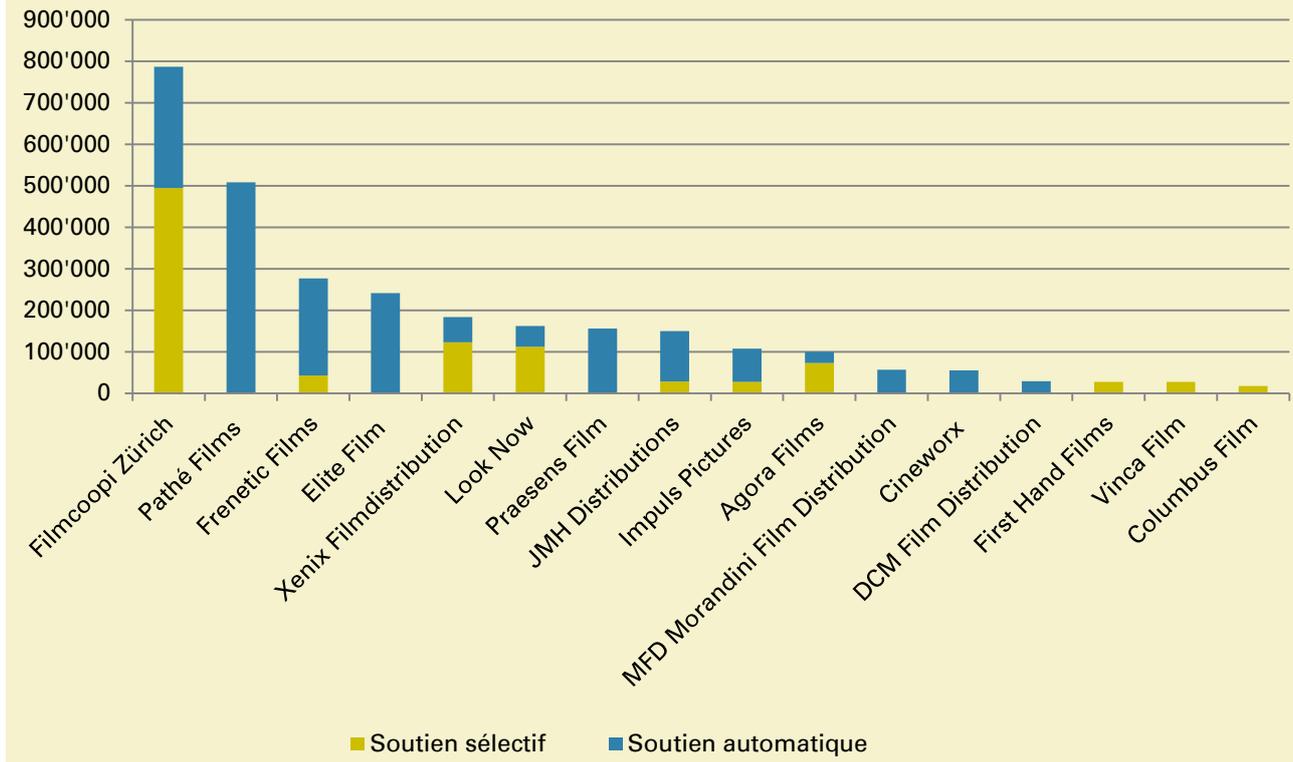
Soutiens automatique et sélectif par société 2016



Soutiens automatique et sélectif par société 2015



Soutiens automatique et sélectif par société 2014



Promotionsförderung 2016

	Anzahl Anträge	Antragsberechtigte Projekte	Unterstützte Projekte	Anzahl geförderter Firmen	Zugesprochene Beträge (CHF)
Festivals	2	1	1	1	51'250
Zugang zum Markt	5	4	3	3	275'876

Festivals

Das Festival Fantoche wurde mit dem gleichen Betrag wie im Vorjahr gefördert, während Tous Ecrans in diesem Jahr keinen Antrag eingereicht hat. Die Kriterien der Festivalförderung bleiben auch nach Einführung der neuen Verordnung gleich, bis auf die angepassten Maximalbeiträge.

Zugang zum Markt

Die Förderlinie Zugang zum Markt blieb zwar in der Struktur gleich, stösst aber je länger desto mehr auf das Interesse von Akteuren, die bis dato noch nicht mit dem MEDIA-Programm oder den Ersatzmass-

nahmen in Kontakt kamen. So konnte 2016 über die Promotionsagentur Swiss Films ein Teil der weggefallenen Beiträge für die Promotion von Schweizer Filmen im Ausland ersetzt werden. Swiss Films hat dafür einen Vertrag mit der European Film Promotion (EFP) geschlossen, durch den Weltvertriebe für die aussereuropäische Promotion von Schweizer Filmen Unterstützung erhalten können. Die Partnerschaft mit EFP ist dabei wichtig, weil die Schweizer Filme (und World Sales) so von der EFP-Präsenz auf den internationalen Märkten profitieren, und die Weltvertriebe ihre Anträge nach wie vor über EFP abwickeln können.

Promotionsförderung: Festivals und Märkte

Firma	Veranstaltung	CHF
Fantoche	Festival Fantoche 2016	51'250
Festival del film Locarno	Locarno Industry Days 2016	100'000
SF FSS Swiss Films Film Sales Support	FSS für Schweizer Filme über EFP	31'876
Visions du Réel	Doc Outlook – International Market 2017	144'000
TOTAL		327'126

Weiterbildungsförderung 2016

	Anzahl Anträge	Antragsberechtigte Projekte	Unterstützte Projekte	Anzahl geförderter Firmen	zugesprochene Beträge (CHF)
Weiterbildung	4	4	4	2	302'823

Kommentar

Im dritten Jahr der Ersatzmassnahmen gab es inhaltlich keine Veränderungen dieser Förderlinie. FOCAL stellte 2016 einen Antrag für ein neues Programm, „Working Together“, das die Zusammenarbeit der verschiedenen Gewerke eines Filmprojekts besonders in internationalen Koproduktionen verbessern soll. Der Antrag wurde angenommen und ist damit schon die zweite Weiterbildung nach „Constellations“, die neugeschaffen wurde und vorher nie von MEDIA unterstützt wurde.

MEDIA Desk Suisse setzt sich weiter für die Promotion der Schweizer Weiterbildungen im europäi-

schen Creative Europe MEDIA Desk-Netzwerk und über Twitter/Facebook ein, damit internationale Teilnehmer auf die Veranstaltungen aufmerksam werden.

Im September 2016 trafen sich zahlreiche Vertreter europäischer, aber auch internationaler Filmförderungen beim Seminar Medici - The Film Funding Journey, das in der Kartause Ittingen erstmals in der Schweiz stattfand. Die über die Ersatzmassnahmen unterstützte Veranstaltung bietet den Filmförderern jedes Jahr die einzigartige Möglichkeit, sich in entspanntem Rahmen über aktuelle Entwicklungen und Erfahrungen auszutauschen.

Weiterbildungsförderung: Trainingsprogramme

Organisation	Training	CHF
FOCAL	Medici – The Film Funding Journey 2017	63'820
FOCAL	Constellations 2017	100'000
FOCAL	Working Together	52'250
SUPSI	i_dw Workshop 2017	86'753
TOTAL		302'823

Get Trained – Stay Connected!

Nutzung des Creative Europe - MEDIA-Netzwerks

Creative Europe-geförderte Weiterbildungen und Koproduktionstreffen sind die Vernetzungsaktivitäten, die Schweizer Teilnehmern seit dem Ausschluss aus dem Programm weiterhin offen stehen. MEDIA Desk Suisse hat diese Veranstaltungen, besonders die Weiterbildungen, immer schon beworben und hält dies gerade in der jetzigen Situation für wichtig. Auf der neuen Website wird diesem Thema besonderes Augenmerk gewidmet.

Schweizer werden bei den MEDIA-geförderten Weiterbildungen – bis auf wenige Ausnahmen - im Rahmen des 20%-Anteils internationaler Teilnehmer akzeptiert.

Die Zahl Schweizer Teilnehmer nahm seit dem sprunghaften Anstieg im Spitzenjahr 2012, als unser Trainings-Newsletter eingeführt wurde, langsam wieder ab. Verschiedene Faktoren trugen zur neuerlichen Verringerung der Teilnehmerzahl bei. Aus Personalkapazitätsgründen mussten wir den Trainingsnewsletter zu Beginn des Jahres 2015 einstellen und haben ihn seit nunmehr zwei Jahren durch Social Media Postings ersetzt. Gleichzeitig wurde seit 2015 der sehr beliebte Trainings-Guide des MEDIA-Programms nicht mehr gedruckt.

Seit 2016 ist nun endlich wieder ein Anstieg der Teilnehmer zu verzeichnen. Unsere Reichweite auf Facebook und Twitter hat nach drei Jahren an Wirksamkeit gewonnen und beginnt, sich exponentiell zu erweitern. Trotzdem erreichen wir die Schweizer Zielgruppe dort noch nicht gut, da die Follower in der Mehrzahl aus Europa stammen. Hinzu kommt, dass die Zielgruppe Social Media selten systematisch und regelmässig nutzt, sondern eher in der Form des „Pausenfüllers“; die Informationsaufnahme ist also lückenhaft.

Ein vollständiger Überblick des Angebots ist daher wichtig – 2016 haben wir eine Liste auf unserer Website veröffentlicht, auf der alle Seminare – auch die durch die Ersatzmassnahmen geförderten – inhaltlich gruppiert und mit Links und Kurzbeschreibungen ergänzt werden. Wir werden die Promotion im Jahr 2017 durch bereichsspezifische Veranstaltungen verstärken; eine erste mit Focus Drehbuchentwicklung fand bereits in Solothurn 2017 mit grossem Erfolg statt.

BAK Stipendien

Mit dem Inkrafttreten der internationalen Verordnung wurde das Procedere bei den Weiterbildungszuschüssen neu festgelegt. Wie in den vergangenen Jahren erstellt Corinna Marschall die Gutachten für die vom BAK gewährten Stipendien und berät potentielle Teilnehmer bei der Auswahl einer passenden Weiterbildung. Neu läuft auch die gesamte Abwicklung, von der Verfügungsvorbereitung bis zur Endabrechnung über MEDIA Desk Suisse. Da die Abläufe etwas vereinfacht werden sollten, mussten auch neue Verfügungsvorlagen erstellt werden.

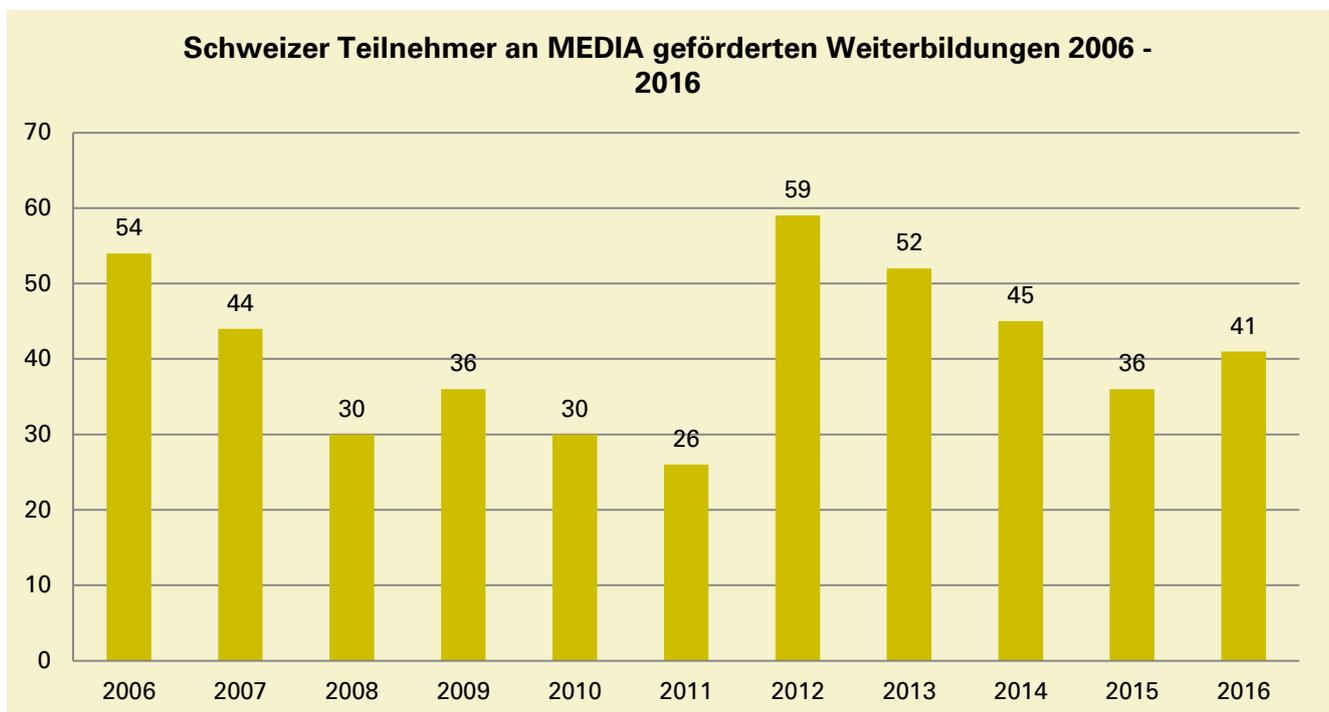
Der neuerliche Anstieg der Teilnehmer an MEDIA-Weiterbildungen wurde überraschenderweise begleitet von einer starken Abnahme der Gesuche um Zuschüsse von 11 auf 8. Die Zahl der Zusagen sank von 11 auf 7, die Anzahl der geförderten Teilnehmer sank von 13 auf 8 und die Summe der ausgerichteten Zuschüsse sank stark von rund 40'000 auf 14'878 CHF. Im Durchschnitt der letzten Jahre wurden meist ca. 10 Gesuche positiv beschieden. Der Rückgang der Zuschusssumme erklärt sich auch dadurch, dass 2016 keine teure Langzeitweiterbildung unterstützt wurde.

Im ersten Quartal des Jahres 2017 zeichnet sich eine deutliche Zunahme der Anfragen nach Weiterbildungen ab.



FOCAL-Seminar Constellations

Weiterbildung	Name	Zuschuss in CHF
MAIA Workshops	Björn Härtel	1'193
EPI TV Drama Series Lab	Romain Graf	2'833
Interactive Doc Workshop id_w	David Induni, Ricardo Torres	855
Screen Leaders	Mathias Noschis	1'845
Sources 2 Script Development	Christian Koch	1'476
ACE	Rajko Jazbec	5'780
EAVE Marketing Workshop	Marc Westerholt	896
TOTAL		14'878



Training	Anzahl CH Teilnehmer*
Archidoc	2
Berlinale Talent Campus	2
Cartoon Master Digital	2
Cartoon 360	1
Creative England – TalentX Developing the Developers	1
EAVE Film Marketing Workshop	1
EKRAN	6
EPI Essential Legal Framework: Clearing Rights	2
EPI European TV Drama Series Lab	1
éQuinoxe Screenwriters Workshop & Masterclasses	2
Eurodoc	1
ExOriente Film Workshop	1
FOCAL Constellations	1
FOCAL Digital Production Challenge	4
FOCAL Medici – The Film Funding Journey	3
FOCAL Production Value	1
IDF Academy	1
Maia Workshop Marketing and Distribution	1
MFI Script2Film	1
Sources 2 Script Development Workshop	3
SUPSI id_w interactive documentary Workshop	3
Torino Film Lab Adapt Lab	1
TOTAL	41

*Die Zahlen geben die uns gemeldeten Teilnehmer wieder. Wir erhalten nicht von allen Trainings eine Rückmeldung.

Finanzen 2016

Kommentar zur Jahresrechnung

Das Jahr 2016 wird mit einem Überschuss von 631 CHF abgeschlossen.

Im Vergleich zum im April 2016 abgenommenen Gesamtbudget wurden 4'631 CHF (1,14%) weniger als geplant benötigt.

Dadurch kann eine Rückstellung in Höhe von 4'000 CHF für weitere Website-Überarbeitungen im Rahmen des Re-launches (geplant: April 2017) vorgenommen werden. Alle Rückstellungen aus dem letzten Jahr (Urlaub/Überstunden, Website, Datenbank, IT-Infrastruktur) wurden aufgelöst. Im Bereich Personalkosten ergab sich durch die aufgelöste Rückstellung und den unbezahlten verlängerten Mutterschaftsurlaub einer Mitarbeiterin eine Reduktion im Vergleich zum Vorjahr.

Aufgrund der Ende 2015 bezogenen neuen Räume sind im Vergleich zu 2015 Miete, Unterhalt und die Büroausstattung, die Kosten der IT-Infrastruktur und der IT-Betreuung deutlich gestiegen. Da ausser dem Apéro zum zehnjährigen Jubiläum von MEDIA Desk Suisse in Locarno keine eigene Veranstaltung organisiert wurde, und keine gedruckte Veröffentlichung erfolgte, konnten Mittel aus diesen Bereichen für die Deckung der gestiegenen Kosten für die Datenbank und die Website verwendet werden. So konnten die umfangreichen Arbeiten an der Datenbank (neue Förderlinie, neue Felder u.a. für Gender-Auswertung) und die Konzeption sowie Programmierung der neuen Website finanziert werden, ohne das Jahresbudget zu überschreiten und das Vereinsvermögen anzugreifen.

Geschäftsleitung und Vorstand empfehlen dem Verein, den Überschuss auf das Vereinskonto zu übertragen.

Risikobeurteilung

Das Geschäftsrisiko des Vereins Creative Europe – MEDIA Desk Suisse kann als gering eingeschätzt werden. Im Wesentlichen könnte eine ausserordentliche Kündigung oder Nichtverlängerung der Leistungsvereinbarung durch das BAK zum Ende der Finanzierung führen. Für diesen Fall ist eine Spezialreserve in der Bilanz ausgewiesen, die zusammen mit dem vorhandenen Vereinsvermögen zur Überbrückungsfinanzierung für den Zeitraum der Anpassung oder Einstellung der Aktivitäten des Vereins dient.

Jahresrechnung in CHF

Aufwand	Budget 2016	2016	2015
1. Projektmanagement			
1.1 Gehälter	316'275	308'660	315'753
1.2 Transport Hotel, Verpflegung	19'425	15'458	14'882
1.3 Weiterbildung der Mitarbeiterinnen (budgetiert in 1.2)	0	3'283	980
2. Verwaltungskosten			
2.1 Büromiete	21'875	17'931	13'290
2.2 Büroausstattung, Abschreibung und Verbrauchsmaterial	1'500	6'388	5'794
2.3 Telephon, Internet, Porti, Mitgliedschaften	4'010	4'534	3'461
2.4 IT Kosten, Datenbank	6400	17'706	14'717
2.5 Drittleistungen (Buchhaltung, Revision, Anwaltskosten)	9'000	7'027	6'086
2.6 Bankspesen, Zinsen, Wechselkursverluste	0	77	55
3. Werbeaufwand			
3.1 Teilnahme an Veranstaltungen	3'450	1'563	1'859
3.2 Organisation von Veranstaltungen	8'600	2'767	10'163
3.3 Veröffentlichungen	8'650	875	2'305
3.4 Werbekosten	0	0	66
3.5 Website Hosting und Programmierung (incl. Rückstellung 2017)	15'300	20'601	13'442
GESAMTAUFWAND	407'500	406'869	402'853
Ertrag	Budget 2016	2016	2015
BAK (Leistungsvereinbarung 2015-2018)	407'500	407'500	408'000
Div. Betriebsbeiträge	0	0	3'962
Finanzertrag	0	0	10
GESAMTERTRAG	407'500	407'500	411'972
ÜBERSCHUSS	0	631	9'119



BEILAGE 1

Creative Europe - MEDIA Desk Suisse, 8005 Zürich

Bilanz per 31. Dezember	2016 CHF	2015 CHF
AKTIVEN		
<i>Umlaufvermögen</i>		
Flüssige Mittel	139'435.77	156'863.16
Guthaben	0.00	0.00
Transitorische Aktiven	1'953.40	786.90
Total Umlaufvermögen	<u>141'389.17</u>	<u>157'650.06</u>
<i>Anlagevermögen</i>		
Mobilien	9'000.00	11'400.00
Büro- und EDV-Geräte	3'000.00	4'000.00
Total Anlagevermögen	<u>12'000.00</u>	<u>15'400.00</u>
TOTAL AKTIVEN	<u>153'389.17</u>	<u>173'050.06</u>
PASSIVEN		
<i>Fremdkapital</i>		
Kreditoren	33'143.07	24'774.45
Transitorische Passiven	5'700.00	15'360.50
Rückstellungen	4'000.00	23'000.00
Total Fremdkapital	<u>42'843.07</u>	<u>63'134.95</u>
<i>Eigenkapital</i>		
Vereinskapital 1.1.	59'915.11	50'796.42
Überschuss 2016 bzw. 2015	630.99	9'118.69
Total Vereinskapital 31.12.	<u>60'546.10</u>	<u>59'915.11</u>
Spezialreserve	50'000.00	50'000.00
Total Eigenkapital	<u>110'546.10</u>	<u>109'915.11</u>
TOTAL PASSIVEN	<u>153'389.17</u>	<u>173'050.06</u>



BEILAGE 2

Creative Europe - MEDIA Desk Suisse, 8005 Zürich

Erfolgsrechnung	2016	2015
	CHF	CHF
Ertrag		
Betriebsertrag BAK	407'500.00	408'000.00
Übrige Betriebserträge	0.00	3'962.29
Finanzertrag	0.00	9.40
Total Ertrag	407'500.00	411'971.69
Aufwand		
Personalaufwand	311'942.75	316'733.25
Transport, Hotel und Verpflegung	15'458.11	14'881.60
Mietaufwand	17'299.15	12'309.40
Betriebsaufwand	31'242.23	24'549.58
Werbeaufwand	25'806.09	27'835.29
Abschreibungen	5'043.63	6'489.10
Finanzaufwand	77.05	54.78
Total Aufwand	406'869.01	402'853.00
Überschuss 2016 bzw. 2015	630.99	9'118.69

ANHANG

Es bestehen keine nach Art. 959c OR ausweispflichtige Sachverhalte.

ROBERTO BASSI & PARTNERS SA
Società di Revisione e Consulenza Aziendale



An die Vereinsversammlung der
Creative Europe - MEDIA Desk Suisse
Neugasse 10
8005 Zürich

Zürich, 27. März 2017

Bericht der Revisionsstelle zur Eingeschränkten Revision 2016

Als Revisionsstelle haben wir die Jahresrechnung (Bilanz, Erfolgsrechnung und Anhang) der für das am 31. Dezember 2016 abgeschlossene Geschäftsjahr geprüft.

Für die Jahresrechnung ist der Vorstand verantwortlich, während unsere Aufgabe darin besteht, diese zu prüfen. Wir bestätigen, dass wir die gesetzlichen Anforderungen hinsichtlich Zulassung und Unabhängigkeit erfüllen.

Unsere Revision erfolgte nach dem Schweizer Standard zur Eingeschränkten Revision. Danach ist diese Revision so zu planen und durchzuführen, dass wesentliche Fehlaussagen in der Jahresrechnung erkannt werden. Eine Eingeschränkte Revision umfasst hauptsächlich Befragungen und analytische Prüfungshandlungen sowie den Umständen angemessene Detailprüfungen der beim geprüften Unternehmen vorhandenen Unterlagen. Dagegen sind Prüfungen der betrieblichen Abläufe und des internen Kontrollsystems sowie Befragungen und weitere Prüfungshandlungen zur Aufdeckung deliktischer Handlungen oder anderer Gesetzesverstösse nicht Bestandteil dieser Revision.

Bei unserer Revision sind wir nicht auf Sachverhalte gestossen, aus denen wir schliessen müssten, dass die Jahresrechnung nicht Gesetz und Statuten entsprechen.

Roberto Bassi & Partners SA


R. Bassi
Dipl. Wirtschaftsprüfer
Revisionsexperte RAB

Beilage:
- Jahresrechnung 2016

Annex

Aides sélectives mesures compensatoires MEDIA et MEDIA: liste des films soutenus entre 2014 et 2016

FILMTITEL (alphabetisch)	MC MEDIA	MEDIA	MC MEDIA & MEDIA
1001 Grams	0	1	0
20000 Days on Earth	1	1	1
3 Coeurs	1	0	0
45 YEARS	1	0	0
A Bigger Splash	1	1	1
A Long Way Down	0	1	0
A Perfect Day	1	1	1
Als wir träumten	1	0	0
Amazonia	1	0	0
Amour fou	0	1	0
Amy	1	0	0
Antboy	0	1	0
As 1001 Noites Vol. 1	1	0	0
As 1001 Noites Vol. 2	1	0	0
As 1001 Noites Vol. 3	1	0	0
Bacalaureat (AKA Fotografii de familie)	1	1	1
Bande de filles	1	1	1
Belgica	1	0	0
Big Game	1	0	0
Cialo	1	0	0
Colonia	1	0	0
Dans la cour	1	0	0
Das grosse Museum	1	1	1
Demain	1	0	0
Des nouvelles de la planète Mars	1	0	0
Deux jours, une nuit	1	1	1
Dheepan	1	1	1
Dior et moi	1	0	0
Diplomatie	1	1	1
Doktor Proktors Prompepulver	1	0	0
Eden	1	1	1
El boton de nacar	1	0	0
En chance til	0	1	0
En duva	1	1	1
Everyday Rebellion	1	0	0
Fai Bei Sogni	1	1	1
Fasandraeberne (AKA The Absent One)	0	1	0
Feher isten	0	1	0
Flaskepost fra p	0	1	0
Force majeure (aka Tourist)	1	1	1
Francofonia	1	1	1
Fuocoammare	1	1	1
Fusi	1	1	1
Gett	1	0	0
Her er Harold	1	0	0
High-Rise	1	0	0
Hross i oss	1	0	0
Hrutar	1	1	1
Hundraaringen som klev ut genom fönstret...	0	1	0
I, Daniel Blake	1	1	1

Ida	1	1	1
Il capitale umano	1	1	1
Im Keller	1	0	0
Jimmy's Hall	1	1	1
Julieta (aka Silencio)	1	0	0
Kaptein Sabeltann og skatten i lama rama	0	1	0
Keeper	1	0	0
Kiki, El Amor se hace	1	0	0
Kollektivet	1	1	1
Kraftidioten ²	1	1	1
Krigen	0	1	0
La Famille Bélier	1	0	0
La Fille inconnue	1	1	1
La grande bellezza	0	1	0
La Isla Minima	1	0	0
La Loi du marché	1	0	0
La pazza gioia	0	1	0
La Rancon de la gloire	1	1	1
Le meraviglie	1	1	1
Le Père Noël	1	0	0
Le sel de la terre	1	1	1
Le Tout Nouveau Testament	0	1	0
Les Combattants	1	1	1
Les Innocentes	0	1	0
Locke	1	0	0
Lolo	1	0	0
Louder than Bombs	1	1	1
Love	1	0	0
Ma Loute	1	1	1
Ma Ma ³	1	1	1
Macondo	0	1	0
Marguerite	1	1	1
Marie Heurtin	1	1	1
Mia madre	0	1	0
Min lilla syster	1	1	1
Miss Julie	0	1	0
Mon Roi	0	1	0
Mustang	1	1	1
Muumit Rivieralla	1	0	0
National Gallery	1	0	0
N'importe qui	1	0	0
Ooops, Noah is gone...	1	0	0
Operasjon Arktis	0	1	0
Party Girl	1	0	0
Personal Shopper	1	0	0
Phantom Boy	1	1	1
Phoenix	1	1	1
Pride	0	1	0
Respire	1	0	0
Retour à Ithaque	0	1	0
Room	1	0	0
Sacro Gra	0	1	0
Saul Fia	1	1	1
Shirley: Visions of Reality	0	1	0
Sieranevada	1	0	0
Sils Maria	1	1	1
Siv sover vilse	0	1	0
Song of the Sea	1	0	0
Sous les jupes des filles	1	0	0

² Soutenu en 2013 par MEDIA

³ Soutenu en 2015 et en 2016 dans le cadre des mesures compensatoires MEDIA

Still Life	1	0	0
Suburra	0	1	0
Sur le chemin de l'école	0	1	0
Svecenikova djeca	0	1	0
The Girl King	0	1	0
The Look of Silence	1	0	0
The Red Turtle	1	0	0
Threstir	1	0	0
Timbuktu	0	1	0
Toni Erdmann	1	1	1
Tout en haut du monde	0	1	0
Un tango mas	1	0	0
Une nouvelle amie	1	1	1
Vi är bäst!	1	1	1
Victoria	1	1	1
Violette	0	1	0
W Immie...	0	1	0
Walesa. Czlowiek z nadziei	0	1	0
Welcome to Norway	1	0	0
X+Y	1	0	0
Zjednoczone stany milosci	1	1	1
Zvizdan	1	0	0

TOTAL			
131	97	78	44
100%	74%	60%	34%

MEDIA Desk Suisse

Neugasse 10

8005 Zürich

Schweiz

+41 (0)43 960 39 29

www.mediadesk.ch

info@mediadesk.ch

@MEDIASuisse #mdsfunded #trainingmds

MEDIA Desk Suisse wird vom Bundesamt für Kultur unterstützt.

Redaktionelle Leitung : Corinna Marschall

Texte : Corinna Marschall, Nathalie Gachet, Karin Bitterli

Diagramme : Karin Bitterli, Jasmin Nagy, Nathalie Gachet

Statistik : Jasmin Nagy, Karin Bitterli, Nathalie Gachet

Gestaltung: Karin Bitterli, Robert Köhler



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement des Innern EDI
Département fédéral de l'intérieur DFI
Dipartimento federale dell'interno DFI
Departament federal da l'intern DFI
Bundesamt für Kultur BAK
Office fédéral de la culture OFC
Ufficio federale della cultura UFC
Uffizi federal da cultura UFC

