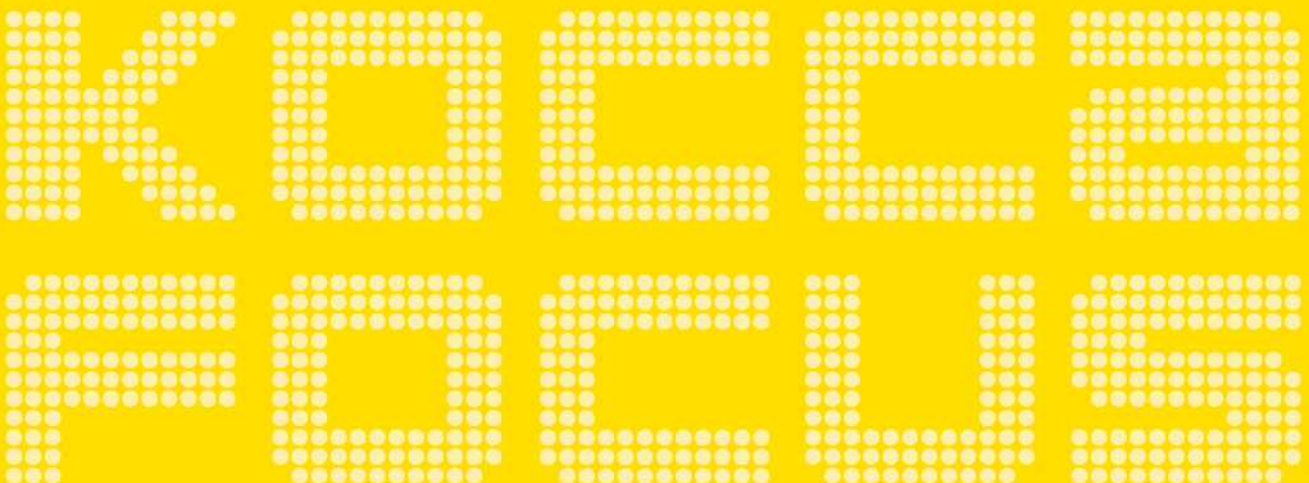


# 유럽연합(EU) 콘텐츠산업 정책의 현황과 전망

2010. 10.

- I. 유럽연합 콘텐츠산업 정책의 배경과 현안
- II. 유럽연합 콘텐츠산업 정책의 최근 동향
  1. 문화정책
  2. 미디어정책
  3. 유럽 2020
  4. EU 녹색(Green Paper 2010)
- III. 시사점



## 요 약

### I. 배경과 현안

- 최근 지난 7월 13일 한-EU FTA 최종 합의안이 타결(10월 15일 협정문 가 서명)됨으로써 한-EU FTA 발효가 가시화되고 있는 시점
- 한-EU FTA는 세계 최대 규모의 단일 경제권과 맺는 FTA로서 향후 국내 경제성장을 위한 전략적 차원에서 중요
- 동아시아 국가 최초로 EU와 FTA를 체결함으로써 EU 시장에 대한 선제적 진출효과 기대
- 이러한 상황에서 EU의 콘텐츠산업 정책의 현황과 내용을 살펴봄으로써 양국 간의 원활한 상호교류와 구체적인 진출 전략 마련 필요

### II. 유럽연합 정책의 최근 동향

- 유럽연합의 정책은 크게 문화 정책, 미디어 정책, 정보화사회 정책(eEurope) 등으로 다각적인 차원에서 추진되고 있으며, 최근 발표된 녹색(Green Paper 2010)에서는 문화창조산업(Culture & Creative Industries)의 용어를 사용하면서 관련 정책 방안 제시
- 특히 1991년부터 20년째 진행되고 있는 Media 프로그램과 최근 발간된 녹색(Green Paper)에서 유럽연합의 콘텐츠산업(문화창조산업)을 미래전략 산업으로 육성하기 위한 다양한 방안들을 제시

### III. 시사점

- 콘텐츠산업은 가장 역동적인 분야 중 하나로서 그 성장 잠재력과 함께 고용 창출의 기회를 제공할 것으로 전망

- 무엇보다도 GDP에 대한 직접적 기여를 넘어 다른 산업과의 연계 효과를 통하여 경제와 사회 전반의 혁신에 기여
- 국내에서도 다문화사회의 도래에 대비하여 문화적 다양성의 보호와 확대를 통한 정책적 노력이 필요하며, 지역, 국가, 권역 간 다차원적인 인적, 물적 교류를 통해 연대와 협력 필요
- 유럽연합과 마찬가지로 ‘다양성 속의 통일성’을 추구하려는 노력이 필요
- 이번 한-EU FTA 협정의 최종 합의안의 내용에 따른 문화 및 통신 분야의 경제적인 파급효과는 제조업, 농업, 수산업, 보건산업 등 타 분야에 비하여 상대적으로 미미한 수준임
- 공동제작협정, 저작권 보호기간의 연장과 통신시장의 개방과 관련하여, 양국간의 이해를 절충한 수준에서 합의가 이루어진 상태이며, 시장개방과 상호교류의 기본틀을 제시하고 있다는 점에서 의의가 있음
- 특히 공동제작협정은 위에서 살펴본 Media Mundus 정책의 연장선에서 이해할 수 있으며, 유럽연합의 기본 정책은 유럽연합과 유럽 외 국가 사이의 공동 제작을 활성화하여 유럽의 문화적 자산을 세계화하는 것에 있음
- 이상 일련의 협상 내용을 바탕으로 양국간 공동제작이 활성화될 가능성이 있으며, 우리의 입장에서는 동남아에 집중되어 있는 콘텐츠 수출을 유럽 지역으로 확대하기 위한 별도의 방안 마련 필요
- 향후 공동제작과 직접 수출, 라이선스 수출 등 해외진출의 방법을 다원화하는 구체적인 방안 모색이 필요한 시점임

## I. 유럽연합(EU) 콘텐츠산업 정책의 배경과 현안

### 1. 한-EU FTA 협정 체결 경과 및 현황

- 최근 지난 7월 13일 한-EU FTA 최종 합의안이 타결(10월 15일 협정문 가시명)됨으로써 한-EU FTA 발효가 가시화되고 있는 시점
- 한-EU FTA는 세계 최대 규모의 단일 경제권과 맺는 FTA로서 향후 국내 경제성장을 위한 전략적 차원에서 중요
- 동아시아 국가 최초로 EU와 FTA를 체결함으로써 EU 시장에 대한 선제적 진출효과 기대
- 한-EU FTA 이행의 경제적 효과는 실질 GDP 최대 5.6% 증가 효과 전망
- 한-EU FTA로 인해 장기적으로 자본 축적 및 생산성 향상이 이루어질 경우 서비스업 219,000명의 고용 증대 예상 (생산성 효과가 없을 경우 42,000명)
  - \* 서비스산업 중 공공서비스를 제외한 제조업과 관련이 있는 부문에서 1%의 생산성 향상 가정(대외경제정책연구원 등 10개 국책연구기관 분석 결과)
- 서비스산업 중 콘텐츠산업과 관련된 문화관광 및 통신 분야의 주요 개방 분야
  - 협정문 : 국경간 서비스 공급에 영향을 미치는 모든 조치에 적용
    - 양허안 : EU 측은 WTO 서비스 분류 155개 섹터 기준 총 139개 분야 개방, 우리나라는 115개 분야 개방
  - 문화/관광 : 상호 공동제작물 혜택 부여 및 저작물 보호기간 연장
  - 통신 : 기간 통신 사업자의 외국인 간접투자 100%까지 허용
  - 금융/법률 : 단계적으로 시장의 일부 개방

- 환경 : 생활하수 처리 서비스 외국인 사업자 비차별 대우 보장

<표 1> 한-EU FTA 서비스업 중 문화/관광 및 통신 분야 주요 내용

	세부 분야	주요 내용
문화/관광	공동제작협정	- 문화협력의정서에 EU27개국과 시청각 공동제작협정을 체결, 상호 공동제작물에 대한 혜택 부여 - 향후 15년간 연평균 103억원의 생산유발효과, 46억원의 부가가치유발효과, 72명의 고용유발효과
	저작권 보호기간	- 출판, 음악 등 저작물에 대한 보호기간이 현행 저작자 사후 50년에서 70년으로 20년 연장 - 해외 저작권자에게 추가 지불 저작권료 향후 20년간 연평균 22억원 수준 예상
통신	통신 분야 시장개방	- 협정 발효 2년 내에 기간통신사업자(KT, SKT 제외)에 대한 외국인 간접투자를 100%까지 허용 * 통신서비스 분야는 이미 외국인 49%까지 직접투자 가능 - 외국인 진입 확대 등으로 국내시장 규모 확대, 소득 증가 및 요금 인하 효과 발생 - 외국계 사업자의 시장 점유율 확대 및 배당 이익 등 해외 이전 증가 예상 * 국제 전화 및 국제 전용회선 시장에 대한 외국계 사업자 진출 가능

출처 : 대외경제연구원 외, 한-EU FTA의 경제적 효과 분석, 2010.10

## 2. 유럽연합 정책의 역사적 배경

○ 유럽의 콘텐츠산업 정책은 유럽연합(European Union)<sup>1)</sup>과 유럽회의(Council of

1) 유럽연합(EU: European Union)은 1992년 마스트리트조약에 의해 설립된 정치, 경제 연합체로 현재 27개국의 회원으로 가입되어 있음. 유럽연합의 최고 의사결정 기구는 회원국의 정상으로 구성된 유럽이사회(European Council 또는 European Summit)이며, 집행기구는

Europe)가 문화산업 관련 규제, 협약, 지원, 연구사업 등을 수행

- EU의 문화정책이 본격적으로 수립되기 시작한 것은 1984년 폰텐블로(Fortainebleau) 유럽 정상회담에서의 합의에 따른 아도니노 위원회(Adonnino Committee)의 설립이 시초
- 1985년 6월 밀라노에서 개최된 유럽이사회(European Council)에서 정식으로 문화정책이 채택되었으며, 이후 집행위원회(European Commission)가 주도하는 다양한 정책의 기반을 제공
- 특히 1991년 마스트리히트 조약(Maastricht Treaty)으로 통해 문화정책 분야가 법적 근거 위에서 정식으로 EU의 정책 권한 영역에 포함되어, 정책수립 및 집행의 조약상 근거 마련
- 이후 지속적으로 유럽적 정체성의 형성과 유럽 문화의 경제적 가치를 극대화할 수 있는 체계적인 방안을 모색

## II. 유럽연합(EU) 콘텐츠산업 정책의 최근 동향

- 유럽연합의 정책은 크게 문화 정책, 미디어 정책, 정보화사회 정책(eEurope) 등으로 다각적인 차원에서 추진되고 있으며, 최근 발표된 녹색(Green Paper 2010)에서는 문화창조산업(Culture & Creative Industries)의 용어를 사용하면 관련 정책 방안 제시

### 1. 문화 정책

유럽위원회(European Commission)임. 내각제 형식에 따라 총 27명의 위원(커미셔너)로 이루어진 유럽위원회는 법안 발의, 정책 집행, 유럽연합 조직 운영 등을 담당한다. 유럽연합이란 명칭은 마스트리히트 조약이 발효되기 시작한 1993년 11월 1일부터 사용된 명칭임.



○ 제 1세대 문화정책

- 1991년 마스트리히트 조약 체결 이후에 유럽연합은 유럽 문화의 다양성을 유지하면서 통일성을 모색해 유럽인들의 문화적 정체성을 형성하기 위한 노력의 일환으로 칼레이도스코프, 라파엘, 아리안으로 불리는 세 가지 사업 추진
- 이 세 가지 프로그램은 초국가적 파트너십을 확장하고 대중의 문화접근을 용이하게 하고, 유럽 문화 활동을 활성화 시켰다는 점에서 의의.

<표 2> 제1세대 문화정책

	Kaleidoscope 칼레이도스코프	Raphaël 라파엘	Ariane 아리안
분야	문화, 예술적 창작활동 지원 프로그램 <sup>2)</sup>	서적출판, 도서, 번역 지원 프로그램	문화유산 보존 프로그램
기간	1996년~1999년 (1998년에 1년 연장)	1996년~1999년 (1996년 시험단계)	1997년~ 1999년 (2000년까지 지원계획이었으나, 2000년에 'Culture 2000' 프로그램으로 통합)
예산	3억6천7백만 유로	1억1천3백만 유로	3천만 유로
주요사업	- 협동, 네트워크를 통한 문화 이벤트와 프로젝트 지원 - 대규모 유럽 협력 프로젝트 지원	- 번역지원 사업 - 협력 사업 - 진흥 사업	- 무형 문화유산 보존과 발전 - 문화유산 보존 경험과 기술 교환 - 유형 문화유산 개발과 홍보

○ 제 2세대 문화 정책 : 'Culture 2000'

- 'Culture 2000'은 2000년에 시작해 2006년까지 진행된 유럽연합 최초의 문화 단일 프로그램, 7년 동안 총 23억 6천 5백만 유로의 예산 투입
- 'Culture 2000'은 유럽 창작인들, 문화정책 입안자들, 문화전달자와 문화네트워크 활동가, 문화연구소들 간 국가를 초월한 강도 높은 협력 사업이 주된 목적
- 지원 범위를 기존 문화, 예술 분야뿐 아니라 대중문화와 문화산업 분야로 확대

2)EU 조약 128조 (암스테르담 조약 151조)에 의해 시행됨. EU 문화정책의 법적 근거가 되는 마스트리히트 조약 제 128조 전문은 (첨부 1)을 참조할 것.



- 'Culture 2000'은 문화와 예술 전 분야를 아우르는 단일 프로그램이며, 기간 별로 협력 프로젝트를 지원했다는 점이 특징
- 이후 유럽위원회는 후속 프로그램을 수립하기 위해, 2003년 4월 10일부터 3개월간 '2006년 이후 미래 EU 문화협력 프로그램 디자인'에 관한 설문조사를 실시해 문화정책에 유럽시민들의 의견을 반영
- 또한 EU가 25개 회원국으로 증가함에 따라 예산의 증액과 일관성 있는 행정 및 지원구조 개선을 통한 정책 효율성 향상 등 추후 문화정책의 방향 제시

○ 제 3세대 문화 정책: 'Culture 2007'

- 유럽위원회는 제 3세대 프로그램 'Culture 2007'은 2005년 2월 만장일치로 통과시키고, 2000년부터 2006년까지의 'Culture 2000'에 대한 평가보고서의 내용을 반영하여 구체적 지원 내용들을 확정
- 2007년부터 2013년까지 7년 동안 4억 유로가 투입될 'Culture 2007'은 문화 관계자들과 기관들 사이의 국경을 초월한 협력 속에서 유럽 문화의 다양성을 향상시키고, 공동 문화유산의 가치를 높이는 계획을 포함
- 신규 회원국들이 포함되는 'Culture 2007'은 “공동 미래 건설-정치적 도전과 확대된 유럽의 예산 2007~2013”이라는 위원회의 의지에 걸맞게 유럽 문화관계자의 초국가적 이동(cross-border mobility), 예술작품의 국가간 유통(trans-national circulation), 다양한 문화 간 대화(intercultural dialogue)가 목표
- 세부 계획은 크게 세 가지로 다년 프로젝트(3년~5년), 협력 정책(최대 2년), 유럽 문화도시와 축제 지원과 관련된 특별 정책을 포함한 문화활동 지원, 유럽 문화단체의 지원, 문화 정책연구 및 보급 활동 지원 등
- 유럽위원회는 청소년, 교육, 스포츠, 정보기술 등을 더욱 강화하기 위하여 예산을 20% 증액
- 'Culture 2007'은 'Culture 2000' 프로그램의 틀을 따르고 있으나, 시민 참여의



유도가 보다 더 강조되고 있다는 점이 특징

## 2. 미디어 정책

### ○ MEDIA I (1991년~1995년)

- 1990년 12월 유럽이사회(European Council)는 유럽 시청각산업의 발전을 촉진하기 위해 1991년부터 1995년까지 5개년의 미디어 프로그램에 관한 결의안 채택
- 미디어 프로그램의 목표는 유럽 시청각영상물의 경쟁력 증진, 유럽공동체 내에서 영화와 시청각영상물의 교류 확대, 세계 시장에서 유럽 시청각영상물의 중요성과 점유율 증대 등
- MEDIA I 은 국경을 초월한 유럽 차원의 추진 체계를 구축하고, 소규모 기업들을 우선적으로 지원하거나 문화적, 언어적 영향력이 약한 국가의 중소기업을 특별히 선호하는 차별적인 정책을 시행해 시장의 균형 유지 노력
- 이러한 정책을 통해 시청각산업의 가치사슬(chain)에 있어서 구조적 응집성을 촉진했다는 평가. 하지만, 시청각 작품의 경쟁력 증진, 사업 재정비를 통한 구조개선, 재정 확충의 노력 등이 과제로 남음

### ○ MEDIA II (1995년~2000년)

- MEDIA II는 영화와 TV산업 육성을 포함하는 시청각 정책을 포괄하며, ‘유럽적인 문화’ 보호를 목적으로 하는 프로그램으로 관련 업계 종사자들의 교육(training), 제작과 프로젝트의 개발(development), 영화 및 시청각 프로그램 유통(transnational distribution)을 포괄하는 일련의 사업들을 포함
- MEDIA II는 MEDIA I 프로그램에 비해 55% 증가된 3억 1천만 유로의 예산이 책정되어, 중장기적인 관점에서 시청각 산업을 지원하여 구조적인 효과를 거두

는 것이 목적

- 제작 분야의 주요 내용은, 대본 집필 기술, 디지털이나 멀티미디어와 같은 새로운 영상기술의 개발과 이용 등에 대한 노하우 제공, 대학의 영화 및 TV 관련 학과와 전문적인 훈련센터 운영, 영화, TV, 드라마, 다큐멘터리, 애니메이션 등의 장르 제작에 대한 기술적, 재정적 지원과 대본 집필, 합작 추진, 제작비 조성 등을 위한 대출 지원 등
- 유통 분야에서는 극장, 비디오, TV를 통해 유럽 영화와 시청각물의 국경을 초월한 유통을 위해서 영화 배급의 자동 지원 체계, 유럽 배급사 선별 지원, 유럽 영화 및 시청각물의 개봉과 비디오 배급 지원, 유럽 TV 방송 지원, 유럽 시청각물의 마케팅 지원, 멀티미디어물의 출판과 방송 지원, 시장 진출 지원, 극장 네트워크 지원 등
- 이러한 지원으로 자국에서 제작되지 않은 유럽의 영화는 4년 사이 100편이 늘어 약 20%의 성장률을 보였다. 또한 영화 제작과 TV 제작, 다큐멘터리, 애니메이션 제작의 성장으로 시청각 시장은 매년 평균 12% 성장
- MEDIA II는 언어와 문화의 다양성 때문에 유통이 취약할 수밖에 없는 구조 속에서, 인력 개발, 프로그램 개발, 유통지원으로 이루어진 체계적인 프로그램 시행으로 영화, 미디어 분야의 활성화와 네트워크 조성을 촉진해 유럽의 독립적인 영상물 제작 및 시장 접근성을 확대했다는 긍정적인 평가를 받음

#### ○ MEDIA Plus(2001년~2005년)

- MEDIA II에 이어 유럽 시청각 산업의 경쟁력 제고를 위해 채택된 정책으로서 MEDIA Plus 추진
- MEDIA Plus의 목적은 크게 네 가지로, 유럽연합 기업의 경쟁력 강화, 초국적 창작활동 촉진 및 언어와 문화적 다양성 증진, 유럽 방송 및 시청각 유산의 확대, 제작능력 취약 지역과 지리적·언어적 제약이 있는 지역의 시청각 산업 발전
- MEDIA Plus 프로그램은 인력양성, 프로젝트 개발과 제작(development), 유통

과 배급(distribution), 판매촉진과 홍보(promotion)에 3억5천만 유로, MEDIA Plus Training에 5천만 유로 투입

- MEDIA Plus 중간 보고서에 의하면, 프로그램 개발(제작)과 전문 인력양성의 중요성 인식 확산과 영화의 90% 해외 유통으로 배급 부분에서 성과를 보임

○ MEDIA 2007 (2007년~2013년)

- 2006년 12월 유럽위원회의 결정에 따라 MEDIA 2007 프로그램 발표하고 7년간 7억5천5백만 유로를 유럽의 시청각산업을 위해 투자할 계획
- MEDIA Plus에 비해 시행 기간 및 예산 3배 정도 확대 : 전체 예산의 약 65%는 유럽과 전 세계와의 유통 활성화 지원, 그 외 디지털 테크놀로지, 유럽의 시청각물 제작에 대한 재정적 지원 계획

<표 3> MEDIA 2007 지원체계(2007~2013)

분과	세부 사업	예산	
Media training 미디어 훈련	scriptwriting techniques 대본작성 기술, economic & financial management 경제 재정 관리	7%	7억 5,500만 유로
Development 제작/개발	single projects 개별 프로젝트, catalogues 목록, new talent 새로운 인재, co-productions 공동 제작, other financing 다른 용자	20%	
Distribution 배급	distributors 유통, sales agents 판매 업체, broadcasters 방송사, cinema exhibitors 영화전시, digitising works 디지털화 작업	55%	
Promotion 진흥	market access 시장 진출, festivals 축제, common events 일반 행사, heritage 유산	9%	
Horizontal costs 수평적 비용	to make it easier for SMEs to access funding 중소기업 자금지원 접근성 제고, to encourage the presence of European films on digital platforms 디지털 플랫폼에서 유럽 영화의 유통 촉진	5%	
Pilot projects 파일럿 프로젝트	new technologies 새로운 기술 (digital technologies for film development, production and distribution 영화, 제작, 배급을 위한 디지털 기술)	4%	

- 총 예산의 7%는 대본작성과 인력양성(Training), 20%는 개별 프로젝트와 공동제작 등의 개발(Development), 55%는 방송사업자, 배급업자, 판매회사 지원 등의 배급(Distribution), 9%는 해외시장 진출, 전시, 축제 등과 관련된 해외



홍보(Promotion), 나머지 4%는 중소기업(SMEs)의 좀 더 쉬운 자금조달과 유럽 영화의 유통 촉진 등을 위한 수평적인 지원 활동(Horizontal actions)을 위해 투자할 계획

- MEDIA 2007의 목표와 계획은 크게 3가지 :

시청각 분야의 능력 배양(acquisition and improvement of skills in the audiovisual sector) 및 개발(development)의 제작 전(Pre-production), 배급(distribution) 및 유통 홍보(promotion) 등 제작 후(Post-production), 그리고 파일럿 프로젝트(Pilot projects)로 구분

<표 4> MEDIA 2007 프로젝트별 지원 내용

프로젝트	목표	지원내용
제작 전 (Pre-production)	능력 배양	-창의력 향상과 시청각 전문 인력 관리 능력 향상 -시청각 훈련 규모 확대(영화 학교, 훈련기관 등)
	개발 (Development)	-독립적 제작사의 프로젝트 개발
제작 후 (Post-production)	배급 (Distribution)	-배급사들의 투자 장려 및 배급 강화 -유럽국가 영화 유통 지원 -독립 제작사 영화의 초국가적 배급, : 방송인, 독립 제작자, 배급사 사이의 협력 장려 -시청각 작품의 디지털화 지원 -영화의 디지털 배급 촉진
	유통 홍보 (Promotion)	-유럽 시청각 작품의 유통 지원 -유럽과 세계 시민들이 유럽 시청각 작품의 접근 지원 -유럽 영화 및 시청각 유산 정책과 시청각 작품을 육성하기 위한 국가 기관 사이의 공동사업 지원
파일럿 프로젝트 (Pilot projects)		-파일럿 프로젝트를 통한 혁신 지원 -기술 개발에의 대응

○ MEDIA Mundus (2011년~2013년)

- 최근에 유럽연합은 유럽의 시청각 산업의 발전과 시청각 제작자들 사이의 강한 문화적 상업적 관계의 강화를 위해 시청각 산업의 새로운 국제적 협력 프로그램인 “MEDIA Mundus”를 채택



- 2011년부터 2013년까지 1천5백만 유로를 투자할 계획으로 프로젝트 제안서 제출 마감은 2010년 10월 15일
- 문화에 있어서 유럽의 역할 확대, 유럽 시청각산업의 경쟁력 강화와 다양성을 증대를 목표로 하는 이 프로그램의 세부 목표는 크게 3가지 구분
- 첫째, 정보교환 및, 교육과 시장 정보에 있어서는 유럽과 제3 세계 국가의 전문가들이 만나 제작 환경, 법적인 틀, 재정 체계 그리고 협력의 가능성 등 시청각 시장의 상호이해 강화
- 둘째, 경쟁력 강화와 배급에 있어서 공동 제작 시장의 확대 지원 및 유럽 시청각물 제작을 위한 해외 파트너의 검색과 조사의 편의성 증대
- 마지막으로, 유통 부문에 있어서 유럽과 제3세계 국가의 상영관에서 시청각 작품의 상영 환경 및 프로그램 개선, 유럽 시장에서 제3세계 국가의 시청각 작품의 방송과 배급 환경의 개선, 세계시장에서 유럽 작품의 방송과 배급 환경의 개선, 특히 젊은 세대들을 위한 행사와 기획

<표 5> Media Programme 총괄 개요

	MEDIA I	MEDIA II	MEDIA PLUS	MEDIA 2007	MEDIA MUNDUS
기간	1991년~1995년	1996년~2000년	2001년~2005년	2007년~2013년	2011년~2013년
예산	2억(단위: 유로)	3억 1천만	4억만	7억 5천 5백만	1천 5백만
목표	-유럽 시청각영상물의 경쟁력 촉진 및 증대 -유럽공동체 내에서 영화와 시청각영상물의 교류 확립 -세계 시장에서 유럽 시청각영상물의 중요성과 점유율 증대	-시청각 산업의 경쟁력 강화 -시청각유산 강조 -지리적, 언어적 제약 있거나 생산력 미약 지역의 시청각산업의 발전 -독립적인 제작, 배급 회사(특히 SMEs) 지원	-유럽연합 기업의 경쟁력 강화 -초국적 창작활동 독려, 언어와 문화적 다양성 증진 -유럽 시청각 유산의 확대 촉진 -생산능력 미약한 지역, 지리적 언어적 제약이 있는 지역의 시청각산업의 발전	-문화와 언어의 다양성 보존(영화, 시청각 유산) -문화 간 대화, 접근 보장 -유럽 연합 안팎의 시청각 작품의 유통과 소비자 증가 -개방적, 경쟁적 시장에서 유럽 시청각 분야의 경쟁력 향상	-작업 환경, 법적인 틀, 재정체계, 협력의 가능성 등 시청각시장의 이해 강화 -공동 제작 시장의 조직 지원 및 외국 파트너에 대한 검색 용이성 제고 -작품의 전시 환경과 프로그램 개선 및 젊은 세대들을 위한 행사 기획

### 3. eEurope 및 eContent 정책

- 유럽위원회는 1999년 “information society for all”을 실현하기 위해 ‘eEurope’ 계획을 채택, 이후 ‘eEurope 2002’, ‘eEurope 2005’, ‘i2010’으로 발전
- ‘eEurope’은 정보사회가 수반하는 다양한 변화로부터 유럽 연합이 보다 많은 혜택을 얻기 위한 계획

<표 6> eEurope 정책의 발전 과정

전략	보고서	세부 내용
eEurope	"eEurope - An information society for all."	
eEurope 2002	"eEurope 2002: Impact and Priorities"	-Stimulating the production of European digital content: the eContent Programme (2001-04) -Go Digital: helping small and medium-sized enterprises "go digital"
eEurope 2005	"eEurope 2005 Action Plan : An information society for all"	-eGovernment -Online learning: eLearning Programme (2004-06) -eContentplus (2005-2008) -eHealth: improving health and healthcare through the use of information and communications technologies -eTen Programme: support for trans-European telecommunications networks -MODINIS programme: follow-up of eEurope 2005 action plan
i2010	"i2010 - A European Information Society for growth and employment."	-Access for rural areas to ICTs -i2010: Information Society and the media working towards growth and jobs -i2010 eGovernment Action Plan -Ageing well in the Information Society: Action Plan on Information and Communication Technologies and Ageing -eAccessibility -i2010: Digital libraries

- eContent Programme(2001년~2005년)
  - eContent programme은 eEurope Action Plan이 달성하고자 하는 3가지 목표 중, 인터넷 이용 활성화와 관련된 부분이며, 유럽이사회는 2000년 12월 eContent programme을 채택하고 2001년부터 2005년까지 예산 1억 유로를 편성



- eContent programme은 2000년 5월 유럽 디지털 콘텐츠의 사용과 개발을 촉진하고 정보사회 속에서 언어적 다양성을 목표로 하는 다년도 사업에 대한 위원회의 결의안을 기초로 탄생
- 유럽위원회는 2001년 3월 향후 2년 동안의 활동계획을 담고 있는 eContent Work Programme을 채택 : 3가지 주요 실행 목표는 1) 접근성 개선과 공공부문 정보이용 확대, 2) 다언어 및 다문화 환경에서의 콘텐츠 상품 확대, 3) 디지털 콘텐츠 시장의 활성화

○ eContent Plus Programme(2005년~2008년)

- eContent Plus프로그램의 목적은 혁신적인 온라인 서비스를 제공하는 다국어 콘텐츠를 개발하고, 유럽 디지털콘텐츠 시장의 분산을 줄이며, 시장진입과정의 개선을 지원하고, 지리 정보, 교육 자료, 문화콘텐츠 이용을 용이하도록 지원하는 프로그램
- eContent Plus프로그램은 eContent 프로그램(2001년~2004년)의 후속 프로그램으로, 'MEDIA Plus'와 '국경 없는 TV'(Television without frontiers)와 함께, 콘텐츠 시장에서의 혁신과 창의성 개발을 위한 환경 조성에 기여
- 목표 달성하기 위한 실행 계획으로는 디지털콘텐츠 이용과 개발 과정을 간편하게 하고, 콘텐츠 제공자와 이용자 사이에 최적의 관계를 형성하며, 디지털 콘텐츠의 질적 개선을 촉진하며, 디지털 콘텐츠의 이해 관계자 사이의 협력을 강화하는 것 등

#### 4. Europe 2020 : A strategy for European Union growth

- 유럽위원회는 취업, 생산성 그리고 유럽의 사회적 통합을 지원하기 위한 새로운 전략인 'Europe 2020'을 제안

- 유럽 연합은 다른 지역과 마찬가지로 세계화로 인한 변화, 기후 변화와 노령화 문제 등에 직면, 또한, 2008년 금융 위기는 EU 국가의 사회 경제적 발전에 대한 도전이었으며, 2010년 시작된 경제 회복 이후 향후 10년 동안 EU의 지속 가능한 발전을 위한 개혁의 필요성 제기
- 유럽위원회는 유럽연합의 성장을 위한 전략을 제시하고 있는데, 크게 세 가지로 요약 : 지식과 혁신을 통해 스마트(smart)하며, 환경 친화적이고 자원 효율성과 경쟁력을 가진 경제를 기반으로 지속가능(sustainable)하며, 고용과 사회 통합을 목적으로 하는 포용적인(inclusive) 성장
- 유럽위원회는 2020년까지의 목표 제시 : 20-64세 인구의 고용비율을 75%까지 증대, 연구와 개발에 있어서 국내총생산(GDP)의 3% 투자, 탄소 배출을 20%까지 경감(탄소 배출량 조건이 허용되는 경우 30%), 재생 가능한 에너지의 비율을 20%증대, 에너지 효율성 20%까지 증대. 학교 자퇴 비율을 10% 아래로 경감, 고등 교육의 과정을 40%까지 증대, 빈곤층의 인구를 2천만까지 축소.
- 세부적으로 EU의 2020 프로그램은 유럽 수준에서 추진하고자 하는 7가지의 주요 계획을 가지고 있으며 내용은 아래와 같음
  - 이 계획은 2010년 6월 유럽의회에서 채택된 '유럽 2020'의 통합 지침을 통해 제시되었으며, 광범위한 경제 정책 지침과 고용 지침을 포함. 또한 EU 회원국에 대한 정책 권고, 예산, 경제의 모든 주제에 대하여 다루고 있으며, 계획의 실질적인 내용은 국가, 지역 및 지방 정부에 의해 시행되고, 유럽 시민들의 인식을 높이기 위한 활동도 실시.
- 유럽위원회는 향후 진행 상황을 모니터링하며, 프로그램의 성과에 관한 보고서를 포함한 연간 보고서 제출 예정



<표 7> EU의 2020 프로그램의 7개 주요 계획

계획	세부 내용
혁신 연합 (Innovation Union)	혁신적인 제품과 서비스(특히 기후 및 인구 노령화 문제에 관한)의 생산을 지원
청년들의 이동 계획 (Youth on the move)	교육 시스템, 비공식과 공식적인 학습, 학생 및 연구원의 이동 및 청년층의 노동시장 진입 지원
유럽을 위한 디지털 의제 (Digital Agenda for Europe)	높은 수준의 신뢰와 명확한 법적 틀을 가진 디지털 단일 시장의 형성을 촉진, 전체 인구의 신속하고 빠른 인터넷 사용
자원 효율적 유럽 계획 (Resource-efficient Europe)	유럽의 경제, 에너지, 안보의 경쟁력을 유지하는 동시에 탄소 배출 줄이고 자원의 지속 관리 지원
세계화 시대를 위한 산업 정책 (industrial policy for the globalisation era)	경제 위기를 극복하기 위한 기업 지원, 더욱 환경 친화적 생산 방법을 적용하고 국제무역 통합 지원
새로운 기술과 직업을 위한 계획 (agenda for new skills and jobs)	사회 모델의 지속가능성 및 고용 향상 flexicurity의 전략, 노동자와 학생 교육 뿐 아니라 남녀평등, 노령 근로자의 고용 장려
빈곤 퇴치를 위한 유럽 플랫폼 (European Platform against Poverty)	유럽 국가들 사이의 협력 증대 사회적 배제와 보호 문제에 대한 OMC <sup>3)</sup> 진행 플랫폼의 목적 - 유럽 연합의 경제, 사회적 통합, 빈곤 계층 포용

### 5. Green Paper 2010 : Unlocking the potential of cultural and creative industries

- 이 문서는 유럽연합에서 문화창조산업(CCI : cultural and creative industries)의 육성을 위해 창조적인 환경을 조성하는 데 필요한 사항들에 대한 논의의 활성화를 목적으로 함. 이러한 논의를 통해 유럽 문화의 다양성을 반영하는 “문화”와 “창조” 영역에 내포되어 있는 다양한 의미를 도출
- 문화 다양성, 디지털 변화 및 세계화 : 문화창조산업 발전의 주요 동인

3) The Open Method of Coordination (OMC)은 유럽연합의 회원국 정부들이 실험하는 개방형 조정방식으로서, 2000년 리스본의 유럽이사회에서 결의된 리스본전략(Lisbon Strategy)을 바탕으로 본격적으로 출범함. OMC는 유럽 공동의 정치적·사회적 도전에 대응하는 국가정책 수립에서 회원국 간 상호학습의 장려라는 궁극적 목적을 지닌 유럽연합 회원국 상호 간 목표설정과 정책조정 한 방식



- 정보통신기술의 발달에 따라 다양한 문화서비스와 제작시장이 확대되고 있는 상황에서, 문화콘텐츠는 브로드밴드 인프라와 서비스 확대, 디지털 기술개발, 디지털 단말기의 개발 등에 대한 투자 확대를 촉진함으로써 정보사회의 성숙에 중요한 역할
- 그 동안 콘텐츠산업은 심각한 불법 복제와 판매 손실로(예, CD, DVD) 타격을 입었고, 이러한 맥락에서 문화창조산업은 디지털 전환을 위한 콘텐츠 디지털화, 기술과 숙련된 인력 개발, 디지털 저작권 관리의 복합적인 문제들의 해결을 위한 비용을 부담해야 하는 상황

- 이러한 배경에서 유럽위원회는 주요 3대 정책을 제시:

첫째, Europe 2020 전략의 7가지 주요 계획이 하나인 ‘디지털 의제(Digital Agenda)’의 틀 속에서 온라인 콘텐츠와 서비스의 단일 시장 형성을 위해 노력

둘째, Europe 2020 전략의 7가지 주요 계획이 하나인 ‘혁신 연합(Innovation Union)’의 일환으로, 혁신과 구조변화를 위한 촉매제로서 문화창조산업의 역할 강화. 특히 기업 활동의 지원, 금융지원에 대한 접근성 개선, 연구와 숙련기술의 수요 파악, 새로운 아이디어 형성과 더 나은 사업 및 혁신을 위한 지원 등

셋째, 지적 재산권의 관리와 이용에 대해서, 필요한 보호 및 창조 활동의 지속과 새로운 서비스 및 비즈니스 모델 개발의 필요성 사이의 균형 유지에 주목. 이를 위한 방법으로, 위원회는 내수 시장과 경쟁 규칙을 고려하여 개선이 필요한 영역이 어디인지 잘 파악하고 있으며, 버텀업(bottom-up) 방식으로 이해 관계자들을 참여시킬 예정

#### ○ 여건 조성

- 문화와 창조 분야에서의 실험, 혁신 그리고 기업을 위한 새로운 공간의 제공
- 사회의 다른 모든 분야와 마찬가지로, 창의성 분야의 연구와 개발 그리고 창조의 필요성 더욱 증대. 예술, 학술 및 과학 기관 사이의 더욱 체계적이고 집중적이며, 광범위한 협력 권장. 또한 혁신, 성장, 발전의 유리한 환경을 보장하는 총

체적인 접근으로 다양한 요소들을 결합하는 논의의 확대 필요

- 소비자 수용의 관점에서 소비자의 다양한 취향은 높은 불확실성을 수반하며, 최상의 조직적 구조는 “문화창조산업 클러스터”임. 이러한 기능적 클러스터는 다양한 종류의 혁신 주체와 조직들 사이의 밀접한 협력에 기반
- 문화창조산업의 숙련된 인력 수요의 충족 : 예술, 디자인 학교 및 대학 그리고 기업 사이의 협력은 숙련된 인력의 공급과 노동 시장의 수요에 부응하는 데 기여함
- 특히 문화창조산업은 관리와 영업 등 비즈니스 능력, 재정 운용 능력(은행 및 금융기관, 스폰서 그리고 기부 등), 디지털 환경에서의 새로운 정보통신기술 등의 능력을 갖춘 인력이 필요. 이를 통해, 위험과 기술 부족, 숙련 불일치와 격차의 문제를 해결하고 문화창조산업의 잠재력 실현 가능
- 자금 조달은 많은 기업의 성장에 있어서 핵심적인 장벽. 문화창조산업의 기업은 대부분 중소기업이고, 자금을 관한 소스에 대해 이해와 정보가 부족하거나, 사업계획을 제안하는 데 어려움을 겪거나, 실패한 사업 모델에 의지 하는 등 문화창조산업은 여러 가지 이유로 인해 재정 문제에 직면
- 또한 기술 분야의 비즈니스와는 다르게 문화창조산업의 무형 자산은 표준 개념이 없고 가치 평가가 제대로 되지 않아 만성적인 자금조달의 문제로 상존. 이를 해결하기 위해, 투자자와 은행은 문화창조산업의 경제적 가치와 잠재력을 제대로 인식할 필요가 있으며, 보증 시스템 등의 재정 지원 방안 마련 시급
- 재정 지원의 혁신은 중소기업의 자금 조달을 원활하게 하는 데 중요한 역할 수행. 최근 문화창조산업 기업에 초점을 맞춘 새로운 재정지원 모델이 국가 혹은 지역 차원에서 등장.

예) 크라우드펀딩(crowd funding) 모델 등 새로운 모델은 기업과 투자자를 벤처 자본으로 유도.

시청각 분야를 위한 “제작보증기금”(Production Guarantee Fund)의 도입 가

### 능성 검토 중

#### ○ 세계적인 성공을 위한 도약대로서의 지역개발

- 문화창조산업은 위축되어 있는 지역 경제를 살리고 새로운 경제 활동을 창출
- 먼저 EAFRD(European Agriculture Fund for Rural Development)의 재정 지원을 받는 농촌개발정책은 여가 활동 뿐 아니라 농촌 유산 보존, 마을 재건, 문화 유산 보호를 포함. 또한 지역별 정책과 지원 기구를 정하고, 지역적인 특수성을 기반으로 지역 자원을 활용
- 성공적인 전략은 인프라와 인적 자본을 투자하는 중-장기적(10~20년) 개발 모델 : 투자는 새로운 비즈니스 모델, 창의력과 혁신, 디지털화, 인적 자본의 개발과 기술, 그리고 다른 영역과의 창조적 협력이 목표
- 먼저 예술가와 문화 전문가들의 교류와 이동을 통해 전문성 제고와 예술 발전에 기여하고, 새로운 시장을 여는 기회를 제공
- 지역적 이동은 수출 전략 및 국제적인 일자리 촉진 등을 통한 새로운 시장 기회를 열어 문화창조산업에 직접적인 영향
- 또한 유럽연합 내 국가 간 유통은 서로 다른 문화에 대한 상호이해에 기여하고, 문화적 다양성의 향유 기회 제공
- 예술가, 문화 전문가, 언어 혹은 국경을 넘는 작품 아이디어의 이동과 교류도 필수적. 비자 규정, 사회 조세 제도, 행정적 장애, 정확한 정보의 부족 등의 어려움을 해결하고 이동성을 증대하는 노력 필요
- 국제적인 문화 교류와 무역에 대한 유럽연합의 입장은 문화적 표현의 다양성을 보호하고 촉진하기 위한 2005년 유네스코 협약에 명시. 이 협약에 따라 유럽연합은 문화교류의 균형을 유지하고 국제적인 협력과 문화 표현의 다양성을 보호하고 증진시키기 위해 국제적인 연대와 협력을 강화하는데 최선
- 이러한 목표는 협약의 원칙, 특히 공평한 접근과 개방, 균형의 원칙 유지. 이러

한 맥락에서 유럽연합과 회원국은 문화적 다양성 유지를 목표로 문화정책을 정의하고 시행하며, 전 세계적인 문화적 상호 교류를 촉진하는데 노력

- 문화적 교류는 풍부한 유산과 세계적인 문화개방을 통해 독특하고 역동적이며, 매력적이고 창조적인 ‘유럽의 이미지(image of Europe)’를 구축하는데 기여.
- 또한 제 3세계 국가들과 예술적 교류의 촉진을 통해 문화다양성을 위해서 중요하며, 특히 중소기업의 해외 활동을 지원하기 위한 장치로서 산업 간 대화, 인력 채용, 시장 정보, 국제 박람회 참가 등 시행
- 이를 위해 유럽은 다수의 제 3세계 국가 혹은 지역 단체들과 협정을 체결, 기술적 지원과 협력을 통한 경제 교류에 있어서 문화창조산업을 우선적으로 포함

○ 창조 경제를 향하여 : 문화창조산업(CCI)의 확산

- 최근의 보고서들은 문화창조산업이 과거 정책 담당자들이 인식했던 것보다 국가와 지역적 혁신에 더 중요한 역할을 하고 있다는 것을 증명

첫째, 문화창조산업은 디지털 디바이스 및 네트워크에 콘텐츠를 제공하고, 브로드 밴드와 같은 정보통신기술의 발전과 수용에 기여

둘째, 사회적 문화적 트렌드와 수용을 창출하는 역할 뿐 아니라, "체험 경제 (experience economy)"로 가는 새로운 트렌드와 디지털 변화에 핵심적인 역할을 함으로써 문화창조산업은 유럽의 혁신 친화적인 분위기를 조성하는 데에 기여

셋째, 문화창조산업이 제공하는 창조적 혁신서비스는 전체 경제와 기업조직의 혁신 활동에 촉매제 역할

- 문화창조산업은 녹색 경제와 지속가능한 새로운 개발 모델을 만드는 데에도 기여
- 문화와 교육 사이의 협력을 극대화하는 방법 중 하나는 생애의 관점에서의 창의력 배양 : 창의력 및 사업적이고 다문화적인 숙련기술을 육성하는 것은 새



로운 경제와 사회 도전에 대응하는데 기여. 또한 문화와 교육 사이의 시너지 효과를 제고하고, 체계적이고 지속가능한 협력 추구 필요

- 미디어 교육도 시민의 창의성과 문화생활에 참여를 촉진하는 매우 중요한 방법이며, 정보력을 가지고 다양한 선택을 할 수 있는 미디어 콘텐츠의 소비자로서 유럽 시민의 능력 키우는 노력 필요
- 거시 경제 차원에서 문화창조산업과 기타 산업의 연계 강화 필요 : 다른 산업 분야에서 어떻게 창의력을 활용하고 있는지, 기업은 어떤 창의력을 요구하고 있는지, 이러한 상호작용을 위한 올바른 방법이 무엇인지에 대한 고민 필요
- 문화창조산업과 교육, 산업, 연구, 행정과 같은 분야의 효과적인 연계를 위한 진정한 “창조적 파트너십” 구축 필요.
- 디자인과 같은 창조적인 지식을 타 산업에 이전하기 위한 효과적인 메커니즘이 구현 : 아이디어 개발을 돕는 “창조적 신용용자(Creative Credit)”와 같은 “혁신 바우처 제도”(innovation voucher schemes)
- 문화창조산업의 발전을 돕는 혁신 지원 메커니즘은 문화창조산업 내부의 혁신 뿐 아니라, 다른 영역이나 산업에도 혁신 솔루션을 제공하여 유럽 전체의 혁신 잠재력을 촉진, 유럽 경제 전반에 기여.

### III. 시사점

#### ○ 종합적인 시사점

- 유럽연합의 문화정책, 미디어정책, 콘텐츠산업정책을 종합적으로 검토한 결과, 몇 가지의 핵심적인 정책 방향과 기조를 파악할 수 있음
- 첫째, “문화다양성”에 대한 강조는 언어, 인종, 역사가 다른 유럽연합의 회원국 간의 결속과 통합을 위해 필수적인 사항으로서 이를 위한 다양한 정책방안들을 제시
- 둘째, “지속가능한 성장”은 기후변화, 환경, 고령화 등 유럽연합이 안고 있는 문제들을 해결하기 위한 종합적인 정책 방향으로서, 특히 콘텐츠산업(문화창조 산업)은 창조와 혁신을 전체 사회로 확산시키는데 첨병 역할을 할 것으로 기대
- 셋째, 정책추진의 방식과 관련하여, 콘텐츠산업은 단일 부처에서 추진하는 것이 아니라, 부처간 산업간 종합적인 협력체계의 구축이 필요(앞에서 언급한 개방형조정방식 OMC 참고)
- 세부적인 정책 방안들은 대략 4개의 영역으로 분류할 수 있으며, 1) 창의적인 인력양성, 2) 혁신적인 연구개발의 지원, 3) 지역개발을 통한 불균형 해소, 그리고 4) 유럽 내외의 국제교류와 이동을 통한 사회통합 등으로 정리됨.

#### ○ 국내 산업 및 정책과 관련한 시사점

- 콘텐츠산업은 가장 역동적인 분야 중 하나로서 그 성장 잠재력과 함께 고용창출의 기회를 제공할 것으로 전망
- 무엇보다도 GDP에 대한 직접적 기여를 넘어 다른 산업과의 연계 효과를 통하여 경제와 사회 전반의 혁신에 기여

- 국내에서도 다문화사회의 도래에 대비하여 문화적 다양성의 보호와 확대를 통한 정책적 노력이 필요하며, 지역, 국가, 권역 간 다차원적인 인적, 물적 교류를 통해 연대와 협력 필요
- 국내 콘텐츠산업의 글로벌화는 우리 콘텐츠의 해외진출을 넘어서서 상호교류와 이해를 기초로 해외 우수 콘텐츠의 수용에도 관심을 기울여야 할 시점
- 유럽연합과 마찬가지로 ‘다양성 속의 통일성’을 추구하려는 노력이 필요
- 국내 콘텐츠산업에서도 금융지원제도의 혁신을 통해 중소기업의 자금 조달을 원활하게 하고, 민간 투자를 확대하는 방안 마련 시급
- 창의력 향상을 위해서는 교육과 문화 사이의 시너지 효과에 주목해야 함 : 미디어 교육을 확대하고 시민의 문화활동 참여를 유도하는 방안 필요
- 유럽연합도 생애적 관점에서 ‘창조성’의 근본이 되는 개인의 잠재력 향상을 위해 노력하고 있으며, 장기적인 안목으로 콘텐츠산업 정책을 추진

### ○ 한-EU FTA와 관련한 시사점

- 이번 한-EU FTA 협정의 최종 합의안의 내용에 따른 문화 및 통신 분야의 경제적인 파급효과는 제조업, 농업, 수산업, 보건산업 등 타 분야에 비하여 상대적으로 미미한 수준임
- 공동제작협정, 저작권 보호기간의 연장과 통신시장의 개방과 관련하여, 양국 간의 이해를 절충한 수준에서 합의가 이루어진 상태이며, 시장개방과 상호교류의 기본틀을 제시하고 있다는 점에서 의의가 있음
- 특히 공동제작협정은 위에서 살펴본 Media Mundus 정책의 연장선에서 이해할 수 있으며, 유럽연합의 기본 정책은 유럽연합과 유럽 외 국가 사이의 공동제작을 활성화하여 유럽의 문화적 자산을 세계화하는 것에 있음.



- 또한 유럽연합 회원국 사이의 공동제작과 교류를 활성화하기 위한 방안으로 활용 가능성이 높음
- 공동 투자·제작된 시청각물은 공동제작물로 인정하여 우리나라와 EU 회원국 각국에서 시장 접근 관련 제도상의 혜택 부여를 의무화함. 그 기준은 아래와 같음
- \* 애니메이션 분야의 경우 유럽연합 회원국 3개국 이상 공동 참여하고 양측 기여도 35% 이상인 경우
- \* 영화 및 기타 시청각물의 경우 유럽연합 회원국 2개국 이상 공동 참여하고 양측 기여도 30% 이상인 경우
- ※ EU 회원국 국적별 기여도는 각 10% 이상이어야 함
- 이 외에 예술가, 배우, 기술자, 문화전문가 및 공연자 등에 대한 입국 및 체류를 원활화하기 위하여 지속적인 훈련과 접촉 노력(체류기간 1년 90일까지 허용)
- 이상 일련의 협상 내용을 바탕으로 양국간 공동제작이 활성화될 가능성이 있으며, 우리의 입장에서는 동남아에 집중되어 있는 콘텐츠 수출을 유럽 지역으로 확대하기 위한 별도의 방안 마련 필요
- 향후 공동제작과 직접 수출, 라이선스 수출 등 해외진출의 방법을 다원화하는 방안 모색이 필요한 시점임

## &lt;참고 자료&gt;

- 권진(2006). 유럽연합 문화정책의 현황과 과제 - 유럽 문화정책성 형성의 가능성 검토. 연세대학교 대학원 지역학협동과정 유럽지역전공 학사논문.
- 박이도(2003). 유럽연합시대, 서울(한국문화사).
- 사순옥(2005). 유럽연합(EU)의 문화 정책과 문화협력 프로그램, 독일언어문학 제30집.
- 이기현·정윤식(2006). 디지털 융합시대 미디어 산업 및 정책 패러다임 전환 종합 연구: 디지털시대 미디어 융합 정책의 현안과 과제, 한국방송광고공사.
- 최진우(2006). 유럽연합의 문화정책과 정체성의 정치. 국제정치논총 제 46집 4호. 대외경제연구원 외, 한-EU FTA의 경제적 효과 분석, 2010.10

## &lt;웹사이트&gt;

- <http://cordis.europa.eu/econtent/policy.htm>
- [http://ec.europa.eu/culture/our-programmes-and-actions/doc411\\_en.htm](http://ec.europa.eu/culture/our-programmes-and-actions/doc411_en.htm)
- [http://ec.europa.eu/culture/media/mundus/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/culture/media/mundus/index_en.htm)
- [http://ec.europa.eu/culture/media/programme/overview/training/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/culture/media/programme/overview/training/index_en.htm)
- [http://ec.europa.eu/dgs/education\\_culture/evalreports/culture/2007/report2000\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/dgs/education_culture/evalreports/culture/2007/report2000_en.pdf)
- [http://europa.eu/legislation\\_summaries/information\\_society/index\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/index_en.htm)
- [http://europa.eu/legislation\\_summaries/audiovisual\\_and\\_media/l24104a\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/l24104a_en.htm)
- [http://europa.eu/legislation\\_summaries/information\\_society/l24221\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/l24221_en.htm)
- [http://europa.eu/legislation\\_summaries/audiovisual\\_and\\_media/l24224\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/audiovisual_and_media/l24224_en.htm)
- [http://europa.eu/legislation\\_summaries/information\\_society/l24226g\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/l24226g_en.htm)
- <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2001:013:0034:0043:EN:PDF>
- [http://eur-lex.europa.eu/smartapi/cgi/sga\\_doc?smartapi!celexplus!prod!DocNumber&lg=en&type\\_doc=COMfinal&an\\_doc=2003&nu\\_doc=802](http://eur-lex.europa.eu/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexplus!prod!DocNumber&lg=en&type_doc=COMfinal&an_doc=2003&nu_doc=802)
- [http://eur-lex.europa.eu/smartapi/cgi/sga\\_doc?smartapi!celexplus!prod!DocNumber](http://eur-lex.europa.eu/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexplus!prod!DocNumber)

er&lg=en&type\_doc=Decision&an\_doc=1995&nu\_doc=563  
[http://eur-lex.europa.eu/smartapi/cgi/sga\\_doc?smartapi!celexplus!prod!DocNumber&lg=en&type\\_doc=Decision&an\\_doc=1995&nu\\_doc=564](http://eur-lex.europa.eu/smartapi/cgi/sga_doc?smartapi!celexplus!prod!DocNumber&lg=en&type_doc=Decision&an_doc=1995&nu_doc=564)  
<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/07/169&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>