



Brussel, 3.12.2020
COM(2020) 784 final

**MEDEDELING VAN DE COMMISSIE AAN HET EUROPEES PARLEMENT, DE
RAAD, HET EUROPEES ECONOMISCH EN SOCIAAL COMITÉ EN HET COMITÉ
VAN DE REGIO'S**

**Europese media in het digitale decennium:
Een actieplan ter ondersteuning van het herstel en de transformatie**

1. INLEIDING

De Europese sectoren nieuwsmedia en audiovisuele media hebben een cruciale rol gespeeld bij het informeren en vermaken van de burgers tijdens de COVID-19-pandemie. De vraag naar op feiten gecontroleerde informatie en nieuws is aanzienlijk gestegen, terwijl films, series en videogames de belangrijkste bron van vermaak waren tijdens de maanden van lockdown.

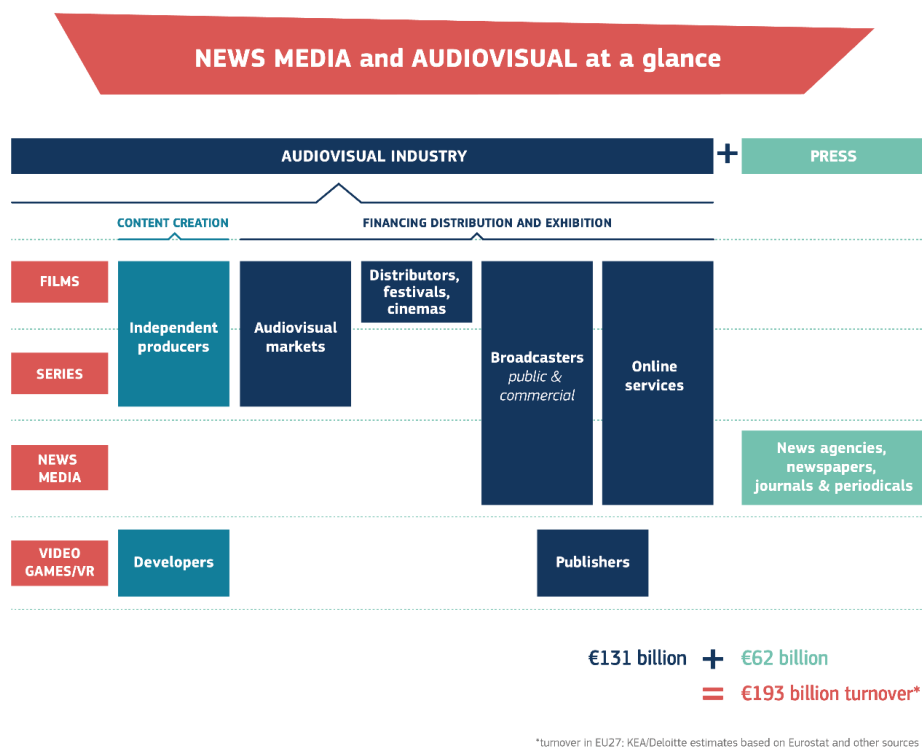
Een vrije, diverse en dynamische mediaomgeving is de sleutel tot de versterking van open en democratische samenlevingen en de bevordering van de culturele verscheidenheid van Europa. Op artistiek en cultureel gebied is Europa een grootmacht. Het volledig benutten van de mogelijkheden van de Europese eengemaakte markt om culturele verscheidenheid te bevorderen zal de media, de audiovisuele sector en de bredere culturele sector als geheel ten goede komen.

De Europese mediasector

De mediasector als geheel omvat een variëteit aan bedrijven die inhoud produceren en verspreiden en synergieën delen, en waarvan de waarde is gebaseerd op intellectueel eigendom. De sector bestaat grotendeels uit kmo's, hoewel sommige grotere mediabedrijven qua schaalgrootte omvangrijk genoeg zijn om media-activiteiten uit verschillende sectoren en de hele waardeketen te omvatten. De gehele mediasector draagt bij aan de werkgelegenheid en de groei, met een omzet die meer dan 3 % van het bbp vertegenwoordigt¹.

¹ Ramingen van de Europese Commissie, gebaseerd op gegevens van Eurostat en andere bronnen, waaronder EAO, Statista.

Deze mededeling is gericht op de nieuwsmediasector (met inbegrip van de geschreven en onlinepers, radio en audiovisuele diensten) en audiovisueel amusement – in het bijzonder film-, tv-, radio- en videostreaming, evenals videogames en innovatieve formats, zoals virtualreality-ervaringen.



De gevolgen van COVID-19

Het culturele en creatieve ecosysteem, waar de sectoren nieuwsmedia en audiovisuele media integraal deel van uitmaken, is zwaar getroffen door de pandemie. Tijdens algemene lockdowns in het tweede kwartaal van 2020 daalden de advertentie-inkomsten van nieuwsuitgevers tussen 30 % en 80 %² en van televisie met 20 %³. Europese mkb-bedrijven in de media kampen met ernstige liquiditeitsproblemen, terwijl de werkloosheid is gestegen en veel mediaprofessionals en journalisten – vooral degenen die te maken hebben met onzekere arbeidsvoorwaarden of freelancer zijn – geen inkomen meer hebben⁴. De inkomsten van bioscopen zijn sterk gedaald⁵ (met verliezen die worden geschat op 100 000 euro per scherm per maand tijdens lockdown), terwijl de opnamen van nieuwe films, programma's en tv-series in veel gevallen zijn stopgezet, waarbij vaak niet kan worden teruggevallen op verzekeringen die gebeurtenissen als een wereldwijde pandemie dekken⁶.

² <http://www.newsmediaeurope.eu/news/covid-19-and-the-news-media-journalism-always-comes-at-a-cost/>

³ EAO, Ampere Analysis, oktober 2020.

⁴ Voor een overzicht van de audiovisuele sector in het kader van COVID-19, zie: <https://rm.coe.int/iris-plus-2020-2-the-european-audiovisual-industry-in-the-time-of-covi/16809f9a46>

⁵ <https://www.unic-cinemas.org/en/news/news-blog/detail/the-impact-of-the-coronavirus-outbreak-on-the-european-cinema-industry/>

⁶ Het gebrek aan een toereikende verzekering is ook naar voren gekomen in de context van maatregelen die door nationale filmfondsen zijn genomen om de pandemie het hoofd te bieden: <https://europeanfilmagencies.eu/news-publications/our-press-releases/241-measures-by-efad-members-to-mitigate-the-consequences-of-the-covid-19-outbreak>

Tegelijkertijd heeft de crisis belangrijke, al geruime tijd geleden in gang gezette trends in de digitale technologie versneld. Onlineplatforms hebben tijdens de lockdowns hun marktpositie verstevigd, nieuwe diensten gelanceerd en nieuw publiek aangetrokken. Nieuwe online-socialemediaplatforms – die grotendeels zijn gebaseerd op audiovisuele inhoud – hebben een recordaantal downloads bereikt, vooral onder jonge gebruikers⁷.

Met deze mededeling wordt beoogd het herstel, de transformatie en de veerkracht van de mediasector te versnellen. Daarvoor is het noodzakelijk dat de structurele uitdagingen waar de audiovisuele en nieuwsmediasector voor staan worden aangepakt. In de nieuwsmediasector hebben traditionele media moeite om zich aan te passen aan een onlinemarkt waarin de meeste advertentie-inkomsten naar wereldwijde onlineplatforms gaan. Sinds de uitbraak van COVID-19 hebben adverteerders hun totale advertentie-uitgaven verlaagd met het oog op economische onzekerheden, hetgeen de duurzaamheid van de sector nog verder onder druk heeft gezet en mogelijk gevolgen zal hebben voor de toegang van burgers tot pluralistische en onafhankelijke informatiebronnen.

De grootste uitdaging in de audiovisuele sector is de marktfragmentatie. Over het algemeen richten Europese audiovisuele bedrijven zich op het nationale publiek, op enkele uitzonderingen na. Binnen de EU worden Europese films gemiddeld naar drie landen uitgevoerd, terwijl Amerikaanse films naar tien landen worden uitgevoerd. Amerikaanse films zijn goed voor 66 % van de EU-kaartverkoop⁸. Als gevolg hiervan zijn zelfs de grootste Europese mediaspelers merkbaar kleiner dan hun belangrijkste wereldwijde concurrenten. Europese groepen zijn goed voor 11 % van de inkomsten van de 50 grootste audiovisuele groepen wereldwijd, tegen een aandeel van meer dan 70 % van Amerikaanse groepen⁹.

De rol van platforms op de Europese audiovisuele markt

Een aantal krachtige internationale platforms voor video op aanvraag heeft de Europese markt betreden en produceert met succes inhoud in Europa. Dit vormt zowel een kans als een uitdaging voor Europese onafhankelijke audiovisuele producenten en werken.

Enerzijds kunnen platforms Europese producenten en artiesten toegang bieden tot een breder internationaal publiek, evenals aantrekkelijke vergoedingen. Deze vergoedingen worden in sommige gevallen aangevuld met stimulansen op basis van de exploitatie van de film/serie en/of bonussen die samenhangen met het succes van hun werken.

Anderzijds kan de toepassing door platforms van wat zou kunnen worden gedefinieerd als een “ingehuurd werk”-model (“work-for-hire”, d.w.z. de verwerving van alle intellectuele-eigendomsrechten van de producent en/of van individuele makers vanaf het begin, wereldwijd en voor eeuwig), producenten/talenten in het betreffende platform kunnen “opsluiten”.

Audiovisuele bedrijven zouden het Europese continent – en niet alleen hun respectievelijke binnenlandse markten – als hun thuismarkt moeten kunnen beschouwen. Om dit mogelijk te maken, is het nodig dat Europese spelers voldoende schaalgrootte

⁷ Bijvoorbeeld: <https://www.businessinsider.com/tiktok-app-2-billion-downloads-record-setting-q1-sensor-tower-2020-4?r=US&IR=T>

⁸ Europees Waarnemingscentrum voor de audiovisuele sector.

⁹ Europees Waarnemingscentrum voor de audiovisuele sector.

bereiken om over de nationale grenzen heen te kijken en overal in de EU te investeren in inhoud, talenten, promotie, verspreiding, innovatie en technologie. In de nieuwsmediasector moeten bedrijven voldoende levensvatbare en duurzame financieringsmodellen kunnen vinden om ervoor te zorgen dat burgers toegang hebben tot een pluriforme, diverse en onafhankelijke mediaomgeving, ook op regionaal en lokaal niveau.

De digitale transformatie zal een doorslaggevende rol spelen bij het ontsluiten van dit werkelijk bestaande potentieel. Dit geldt voor de economie als geheel, en de media vormen daarop geen uitzondering. Europa heeft met zijn eengemaakte markt en 450 miljoen consumenten, zijn talentenpool, de creativiteit van zijn producenten, auteurs en artiesten en de kwaliteit van de Europese inhoud alle troeven in handen die nodig zijn om te gedijen in het digitale decennium.

Een gevoel van urgentie

De combinatie van de onderliggende trends en de COVID-19-crisis zou, zonder een krachtige beleidsreactie, de veerkracht van de Europese mediasector en de democratische rol ervan kunnen ondermijnen. Dit zou de culturele verscheidenheid en het pluralisme in de media in Europa kunnen verzwakken.

De Europese burgers moeten kunnen blijven profiteren van de rijkdom aan informatie en amusement van de mediasector en kunnen blijven rekenen op een open democratisch debat, samen met media- en artistieke vrijheid. Tegelijkertijd moeten ze in staat worden gesteld om vrij te kiezen uit deze verscheidenheid aan opties en in staat zijn om door de moderne nieuwsomgeving te navigeren en weloverwogen beslissingen te nemen.

Intellectuele eigendomsrechten¹⁰ zijn essentieel voor de mediasector. De effectieve handhaving van intellectuele-eigendomsrechten – en van het auteursrecht in het bijzonder – is een sleutelement voor het ondersteunen van de sector, vooral in de huidige moeilijke tijden.

De EU heeft recentelijk haar regelgevingskader geactualiseerd door de vaststelling van de herziene richtlijn audiovisuele mediadiensten (AVMD-richtlijn)¹¹ en de hervorming van het auteursrecht¹², na brede discussies over de beste manier om de vrijheid van meningsuiting in al zijn facetten te waarborgen. In deze mededeling wordt voortgebouwd op deze reeks moderne regels en worden verdere stappen voorgesteld – waarbij investeringen worden gecombineerd met andere beleidsmaatregelen – teneinde de mediasector te helpen de crisis het hoofd te bieden en daarna concurrerender te worden. Deze mededeling is dan ook opgebouwd rond drie thema's:

a) *Herstellen*: wat de Commissie van plan is te doen om audiovisuele en mediabedrijven te helpen de huidige storm te doorstaan en liquiditeit en financiële steun te bieden;

b) *Transformeren*: structurele problemen aanpakken door de sector te helpen zich aan te passen aan de klimaatverandering en mee te gaan met de digitalisering, tegen een achtergrond van hevige wereldwijde concurrentie;

¹⁰ Zie COM(2020) 760 - Het innovatiepotentieel van de EU optimaal benutten – Een actieplan inzake intellectuele eigendom om het herstel en de veerkracht van de EU te ondersteunen https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/nl/ip_20_2187

¹¹ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/audiovisual-media-services-directive-avmsd>

¹² <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/eu-copyright-legislation>

c) *Mogelijkheden en kansen bieden*: de voorwaarden voor meer innovatie in de sector scheppen, en tegelijkertijd een daadwerkelijk eerlijk speelveld creëren en burgers gemakkelijker toegang bieden tot inhoud, zodat die weloverwogen beslissingen kunnen nemen.

Het economisch herstel en het concurrentievermogen van de mediasector zijn voorwaarden voor een gezonde, onafhankelijke en pluralistische mediaomgeving, die op haar beurt van doorslaggevend belang is voor onze democratie. Deze mededeling vormt een aanvulling op het actieplan voor Europese democratie. Daarin wordt ingegaan op risico's voor de Europese democratische systemen op het gebied van desinformatie, integriteit van verkiezingen en mediavrijheid en pluralisme. De mededeling omvat een reeks initiatieven om een veiligere en betere omgeving te creëren voor journalisten en om mediageletterdheid te bevorderen.

Deze mededeling is ook volledig in overeenstemming met de aanstaande voorstellen van de Commissie over de wet inzake digitale diensten en de wet inzake digitale markten, die gericht zijn op het moderniseren van het wetgevingskader dat van toepassing is op digitale diensten in de EU. Samen zullen deze wetgevingspakketten duidelijke regels en verantwoordelijkheden vaststellen voor onlineplatforms, en vooral voor de machtigste daarvan, om online voor een eerlijk speelveld te zorgen.

Een gezonde mediaomgeving is ook van cruciaal belang voor democratische en stabiele EU-uitbreidings- en nabuurschapslanden. Indien haalbaar en passend, zullen de in deze mededeling geschetste initiatieven – inclusief die gericht op nieuwsmedia en mediageletterdheid – openstaan voor onafhankelijke professionele media in de landen die onder het EU-uitbreidings- en nabuurschapsbeleid vallen. Deze initiatieven zullen de in het EU-actieplan inzake mensenrechten en democratie 2020-2024¹³ genoemde acties aanvullen en versterken. Waar relevant zullen acties ook bijdragen tot de bevordering van Europese media-inhoud in derde landen.

Bij de maatregelen die in deze mededeling worden opgesomd, wordt rekening gehouden met de noodzaak van een inclusieve Europese mediasector die de verscheidenheid van Europa weerspiegelt. Deze maatregelen zullen worden ingevoerd om gelijke toegang tot kansen en middelen te bevorderen voor mensen die anders buitengesloten of gemarginaliseerd dreigen te raken, waaronder toegang tot inhoud door personen met een beperking¹⁴.

De bestaande regels inzake staatssteun verduidelijken de voorwaarden waaronder de lidstaten overheidssteun kunnen verlenen. Om steun door de nationale autoriteiten te vergemakkelijken, heeft de Raad de Commissie verzocht de toepassing van de staatssteunregels op de perssector te evalueren. De Commissie werkt aan een beoordeling van de noodzaak van passende maatregelen. Het kader voor tijdelijke staatssteun is ook van toepassing op sectorspecifieke maatregelen, zoals steun aan de pers, de muzieksector en de audiovisuele sector¹⁵.

¹³ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=JOIN:2020:5:FIN>

¹⁴ Hierbij wordt rekening gehouden met het VN-Verdrag inzake de rechten van personen met een handicap (CRPD): <https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities.html>

¹⁵ Om de steun aan de pers te vergemakkelijken en de transparantie en voorspelbaarheid van het toezicht op staatssteun in deze sector te vergroten, heeft de Commissie voorts een onlineregister van relevante besluitvormingspraktijken opgezet, dat zij regelmatig zal bijwerken (https://ec.europa.eu/competition/sectors/media/sa_decisions_to_media.pdf). Regelmatig geactualiseerde

2. HERSTELLEN

Mediabedrijven zijn essentieel voor het concurrentievermogen van Europa. Daarom is het van cruciaal belang om de juiste financiële steun en liquiditeit te bieden, zodat ze de huidige economische storm kunnen doorstaan. In dit verband zal het programma Creatief Europa – en met name het onderdeel MEDIA – een doorslaggevende rol spelen. Dit programma heeft de afgelopen 30 jaar gefungeerd als het belangrijkste instrument van de EU-steun voor culturele en creatieve sectoren, waaronder de audiovisuele sector.

Op basis van het politieke akkoord over de volgende langetermijnbegroting en Next Generation EU, dat op 10 november 2020 is bereikt, zal de begroting 2021-2027 voor het programma Creatief Europa met ongeveer 58 % toenemen, met een totaalbedrag van 2,2 miljard EUR in prijzen van 2018 (vergeleken met 1,4 miljard voor 2014-2020 in prijzen van 2018 – op EU-27-niveau). Bovendien zal het programma, op basis van het voorstel van de Commissie en in afwachting van de afronding van de onderhandelingen, voor het eerst acties omvatten die gericht zijn op mediavrijheid en -pluralisme, journalistiek en mediageletterdheid.

De Commissie heeft in 2020 al een aantal maatregelen genomen. Zo zijn er flexibiliteitsmaatregelen voor de garantiefaciliteit voor de culturele en creatieve sectoren¹⁶ ingevoerd, met name een verhoging van de garantiedekking tot 90 % voor individuele kmo's en een garantielimiet tot 25 % voor financiële tussenpersonen, samen met uitstel van de terugbetaling van leningen. De steun aan het netwerk van Europese bioscopen wordt in het eerste kwartaal van 2021 met 5 miljoen euro verhoogd.

Europese structuur- en investeringsfondsen¹⁷ kunnen een belangrijke rol spelen bij de ondersteuning van de mediasector. Deze sector komt ook reeds in aanmerking voor steun in het kader van de twee pakketten van het “corona-investeringsinitiatief”, dat bestaande cohesiemiddelen omleidt naar crisisresponsmaatregelen, zoals het verstrekken van werkkapitaal aan kmo's¹⁸.

Aanvullende cohesiefinanciering wordt ook beschikbaar gesteld via React-EU¹⁹, waarbij de cultuursector wordt erkend als prioriteit en de steun zal worden gericht op regelingen voor arbeidstijdverkortingen en zelfstandigen, evenals steun aan kmo's.

De tijdelijke steun om het risico op werkloosheid in noodsituaties te beperken (SURE) is eveneens een belangrijk instrument dat beschikbaar is voor lidstaten die aanzienlijke

informatie over door de lidstaten verleende steun is tevens beschikbaar in het transparantieregister. Om de lidstaten in staat te stellen bedrijven te ondersteunen in het kader van de COVID-19-uitbraak, heeft de Europese Commissie op 13 oktober 2020 besloten het toepassingsgebied van de tijdelijke kaderregeling inzake staatssteun, die op 19 maart 2020 is goedgekeurd, te verlengen en uit te breiden. Steun verleend op grond van de tijdelijke kaderregeling kan worden gecumuleerd met steun op grond van de minimisverordeningen (Verordeningen (EU) nr. 1407/2013, nr. 1408/2013, nr. 717/2014 en nr. 360/2012 van de Commissie), die is vrijgesteld van de aanmeldingsverplichting op voorwaarde dat de bepalingen en cumuleringsregels van die verordeningen worden nageleefd. [SA.59106 (2020/N) Compensation scheme for the Danish media sector related to COVID-19 – Denmark; SA.57530 (2020/N) – COVID-19-Aid scheme for audio-visual production companies – Luxembourg; State Aid SA.58801 (2020/N) – Italy COVID-19: Aid to small book publishers and State Aid; SA.58847 (2020/N) – Italy COVID-19: Aid to music.]

¹⁶ https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/cross-sector/guarantee-facility_en

¹⁷ https://ec.europa.eu/regional_policy/nl/funding/

¹⁸ https://ec.europa.eu/regional_policy/en/newsroom/coronavirus-response/

¹⁹ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/nl/IP_20_2140

financiële middelen moeten inzetten om de negatieve economische en sociale gevolgen van de uitbraak van het coronavirus op hun grondgebied te bestrijden²⁰.

De faciliteit voor herstel en veerkracht vormt een uitgelezen kans voor de lidstaten om te investeren in de digitale en de groene transitie en het bedrijfsleven veerkrachtiger te maken. In elk nationaal plan voor herstel en veerkracht zal minimaal 20 % van de uitgaven worden uitgetrokken voor digitale initiatieven. Maatregelen om de productie en verspreiding van digitale inhoud, zoals digitale media, te stimuleren, tellen mee voor deze doelstelling.

In het kader van de plannen voor herstel en veerkracht, en in overeenstemming met de staatssteunregels, kunnen nationale hervormingen en investeringen ook bijdragen aan de versterking van de digitale capaciteiten van Europese nieuwsmedia en audiovisuele spelers, onder meer via meerlandenprojecten, zoals coproducties van Europese inhoud, infrastructuur voor een EU-ruimte voor mediagegevens of kapitaalinvesteringen om de Europese audiovisuele productie of verspreiding te stimuleren (zie actie 2 hieronder).

In deze context moeten de lidstaten, zoals uiteengezet in de jaarlijkse strategie voor duurzame groei 2021 van de Commissie, aandacht besteden aan sectoren die een sleutelrol spelen binnen onze democratieën, “met name de mediasector, waar steun moet worden verleend op een manier die de vrijheid en het pluralisme van de media respecteert en bevordert”, en daarnaast de uitwisseling tussen de lidstaten van beste praktijken op het gebied van mechanismen voor overheidssteun in gang zetten²¹.

ACTIE 1 – Gemakkelijker toegang tot EU-steun

- *Een nieuwe interactief hulpmiddel dat mediabedrijven door de verschillende ondersteuningsinstrumenten begeleidt*

Voor: alle mediabedrijven in de EU, ongeacht hun werkterrein (audiovisuele media, nieuwsmedia enz.) en omvang

De Commissie zal ervoor zorgen dat mediabedrijven toegang hebben tot EU-ondersteuningsmogelijkheden uit alle beschikbare instrumenten en programma's. Daarom zal zij – in nauwe coördinatie met de enkele EU-toegangspoort tot EU-financieringsmogelijkheden²² – een nieuw interactief instrument ontwikkelen, toegesneden op de mediasector. Dit instrument zal ondersteuning bieden voor het aanvragen van EU-steun in de context van het meerjarig financieel kader 2021-2027, maar ook via nationale plannen voor herstel en veerkracht.

Het instrument bundelt alle relevante EU-financieringsmogelijkheden voor audiovisuele media en voor nieuwsmedia. Met een paar muisklikken wordt elk Europees mediabedrijf, ongeacht zijn omvang en focus en afhankelijk van zijn kenmerken en behoeften, doorverwezen naar de meest geschikte bron van EU-steun. De bedrijven zullen ook toegang krijgen tot informatie over de verschillende oproepen tot het indienen van voorstellen en over de mogelijkheden voor het verkrijgen van hulp bij het aanvraagproces.

²⁰ https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/financial-assistance-eu/funding-mechanisms-and-facilities/sure_nl

²¹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/nl/TXT/?qid=1600708827568&uri=CELEX:52020DC0575>

²² <https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/home>

Daarbij wordt voortgebouwd op bestaande instrumenten en op de ervaring van het Enterprise Europe Network²³, dat ondersteuning en begeleiding biedt aan bedrijven, ook in de media- en audiovisuele sector.

ACTIE 2 – MEDIA INVEST gericht op het stimuleren van investeringen in de audiovisuele sector

- *Een speciaal investeringsplatform om Europese audiovisuele producties en distributiestrategieën te stimuleren*
- *Ontwikkeling van een investeringstraject door capaciteitsopbouw voor investeerders en investeringsbereidheid voor bedrijven*

Voor: Audiovisuele productie- en distributiebedrijven in de EU

De Europese audiovisuele sector wordt gekenmerkt door een groot aantal zeer innovatieve en creatieve onafhankelijke productie- en distributiebedrijven met een hoog groeipotentieel. Het ontbreekt deze bedrijven echter vaak aan de financiële soliditeit om op Europees en mondiaal niveau te concurreren. Tegelijkertijd zijn Europese investeerders zich nauwelijks bewust van het potentieel van deze bedrijven. Investeringen in dergelijke ondernemingen worden vaak geassocieerd met hoge risico's vanwege het ontbreken van een geschiedenis van succesvolle producties en omdat de activa voornamelijk immaterieel van aard zijn.

De garantiefaciliteit voor de culturele en creatieve sectoren heeft een belangrijke bijdrage geleverd aan het verbeteren van de toegang tot leningen²⁴. Deze vorm van steun zal worden voortgezet via InvestEU.

Er is echter ook sprake van een tekort aan financiering met eigen vermogen voor audiovisuele en andere creatieve sectoren, dat wordt geraamd op 399-648 miljoen euro per jaar²⁵. Daarom moet er een nieuw initiatief ter ondersteuning van aandelenfinanciering worden opgezet om een onafhankelijke audiovisuele productiecapaciteit in Europa te stimuleren, waardoor in alle delen van Europa kwaliteitswerken voor de internationale markt kunnen worden gecreëerd. Europese bedrijven moeten toegang hebben tot de financiële middelen die ze nodig hebben om zelfstandiger te worden en de intellectuele eigendom van de inhoud die ze produceren te kunnen exploiteren.

De Commissie zal de oprichting van een speciaal investeringsplatform ondersteunen, dat in eerste instantie zal worden opgestart met middelen die onder meer afkomstig zijn van Creatief Europa MEDIA en InvestEU. Het platform is bedoeld om particuliere investeerders te mobiliseren en staat open voor samenwerking met nationale promotie-instellingen en brancheverenigingen. Ook zal het ondersteuning bieden aan audiovisuele ondernemingen die hoogwaardige werken voor de Europese en internationale markten kunnen produceren, waarbij de exploitatie en distributie van rechten in meerdere landen zullen worden gecoördineerd.

²³ <https://een.ec.europa.eu/>

²⁴ https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/cross-sector/guarantee-facility_en

²⁵ Evaluatie vooraf van nieuwe financiële instrumenten voor kmo's, midcapondernemingen en organisaties uit de culturele en creatieve sector, SQW, 2019

Het investeringsplatform zal audiovisuele bedrijven helpen om op te schalen naar internationaal niveau, zodat ze grotere risico's kunnen nemen, gestructureerde samenwerkingsverbanden kunnen aangaan met distributeurs of andere mediakanalen en hun catalogi kunnen beheren en exploiteren. Door het eigen vermogen van de bedrijven te vergroten, kunnen deze investeren in grotere producties die meer kans hebben om een breder publiek te bereiken en een kassucces te worden.

Het doel is om over een periode van zeven jaar investeringen ter waarde van 400 miljoen euro aan te trekken en zo een aanzienlijke bijdrage te leveren aan het overbruggen van het tekort aan financiering met eigen vermogen²⁶. Onder bepaalde voorwaarden kan dit ook worden gecombineerd met de plannen voor herstel en veerkracht van de lidstaten die worden gefinancierd via Next Generation EU²⁷.

Het investeringsplatform zal worden aangevuld met activiteiten voor capaciteitsopbouw voor investeerders die erop gericht zijn hun kennis van de mondiale productie- en distributiemarkten en de bijbehorende risico's te vergroten en informatie over markten te verschaffen. In 2021 zal een beleggersconferentie worden gehouden om de beleggersgemeenschap te mobiliseren.

Bovendien zullen, voortbouwend op de ervaring van de garantiefaciliteit voor de culturele en creatieve sector, maatregelen in het kader van investeringsbereidheid worden aangeboden aan audiovisuele bedrijven die in dit soort investeringen geïnteresseerd zijn. Zij zullen op maat gemaakte begeleiding krijgen, die is afgestemd op hun bedrijfsstrategie, om investeerders aan te trekken en de meest veelbelovende projecten te selecteren.

ACTIE 3 - "NIEUWS": een initiatief om acties en steun voor de nieuwsmediasector te bundelen

- *Betere toegang tot financiering door middel van leningen en een proefinitiatief inzake aandelenkapitaal*
- *Capaciteitsopbouw bij investeerders en media*
- *Ondersteuning voor nieuwsmedia om te werken aan een gezamenlijke transformatie*
- *Een Europees nieuwsmediaforum*

Voor: Europese nieuwsmediabedrijven, journalisten en aanverwante organisaties

Nieuwsmedia vormen zowel een economische sector als een collectief goed. Nieuwsmediakanalen hebben tijd, stabiliteit en bronnen nodig om onafhankelijke, betrouwbare inhoud te kunnen produceren. Dit omvat de behoefte aan meer capaciteit voor de media om wetenschappelijke informatie over belangrijke maatschappelijke

²⁶ Het tekort aan financiering met eigen vermogen voor audiovisuele en andere creatieve sectoren wordt geraamd op 399-648 miljoen euro per jaar. Bron: Evaluatie vooraf van nieuwe financiële instrumenten voor kmo's, midcapondernemingen en organisaties uit de culturele en creatieve sector, SQW, 2019

²⁷ In overeenstemming met het voorstel van de Commissie voor een verordening tot instelling van een faciliteit voor herstel en veerkracht, COM(2020) 408 final. In artikel 8 is bepaald dat steun in het kader van de faciliteit voor herstel en veerkracht een aanvulling moet vormen op de steun die wordt verleend in het kader van andere fondsen en programma's van de Unie. In artikel 22 is bepaald dat de Commissie en de lidstaten moeten zorgen voor een doeltreffende coördinatie tussen de faciliteit voor herstel en veerkracht en andere programma's van de Unie.

kwesties, zoals gezondheid en klimaatverandering, te analyseren en weer te geven. De nieuwsmediasector wordt de laatste jaren echter geconfronteerd met voortdurende veranderingen als gevolg van evoluerende verdienmodellen en de digitale verschuiving. In sommige gevallen moesten mediakanalen – met name op lokaal en regionaal niveau – die moeite ondervonden bij het genereren van inkomsten de deuren sluiten, waardoor in kleine markten mogelijk nieuwsaanbod is weggevallen. Ook stuurden mediakanalen minder eigen correspondenten naar het buitenland, wat nadelige gevolgen kan hebben voor de diepgang van hun analyses en professionele verslaggeving. De COVID-19-crisis zou deze trends kunnen versnellen, terwijl Europese burgers tegelijkertijd meer dan ooit vertrouwen op nieuwsmedia, zoals blijkt uit een groeiend lezerspubliek en toenemende kijkcijfers²⁸.

De Commissie zal een “NIEUWS”-initiatief lanceren om acties en steun voor de nieuwsmediasector te bundelen. In dit initiatief zal op alomvattende wijze worden gekeken naar de uitdagingen waar de nieuwsmediasector voor staat en zal een samenhangende reactie worden geformuleerd, waarbij verschillende financieringsinstrumenten onder een gemeenschappelijke noemer zullen worden gebracht. Dit zal leiden tot een grotere samenhang, zichtbaarheid en impact van acties die door verschillende financieringsstromen worden ondersteund, met volledige eerbiediging van de onafhankelijkheid van de media.

De Commissie zal zorgen voor een betere toegang tot financiering door zowel leningen als aandelenfinanciering te stimuleren:

- Voor nieuwsmedia die op zoek zijn naar liquiditeit zal de toegang tot leningen worden vergemakkelijkt dankzij de steun van de InvestEU-garantie, voortbouwend op de ervaring met de Garantiefaciliteit voor de culturele en creatieve sectoren en het Europees Fonds voor strategische investeringen.
- Voor nieuwsmedia die behoefte hebben aan investeringen zal de Commissie streven naar een op eigen vermogen gebaseerd proefproject via InvestEU, dat onder meer de nieuwsmediasector op innovatieve manieren kan ondersteunen door gezamenlijk te investeren met gebruikmaking van middelen van filantropen, stichtingen en andere particuliere partners.

Deze acties zullen worden aangevuld met capaciteitsopbouwende diensten die tot doel hebben de kennis van de Europese nieuwsmediamarkt onder investeerders en de media te vergroten en de investeringsbereidheid van Europese mediakanalen, met name lokale media, te ondersteunen. Dit zal een dialoog tot stand brengen met en betrokkenheid creëren bij potentiële investeerders en investeringen vergemakkelijken.

Bovendien zal in het kader van het sectoroverschrijdende onderdeel van Creatief Europa voor samenwerkingsverbanden met nieuwsmedia specifieke steun in de vorm van subsidies worden verleend. Het testen van nieuwe bedrijfsmodellen, in het bijzonder van lokale media, zal door subsidies worden ondersteund, hetgeen media zal helpen bij het ontwikkelen van zakelijke en redactionele normen, het bevorderen van collaboratieve en grensoverschrijdende journalistiek, de opleiding en mobiliteit van professionals en het delen van beste praktijken. Om een zo groot mogelijk effect te sorteren, zullen netwerkactiviteiten tussen de geselecteerde projecten worden bevorderd.

²⁸<https://ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/index.cfm/Survey/getSurveyDetail/instruments/STANDARD/surveyKy/2262>

De Commissie zal regelmatig met de sector van gedachten wisselen om toe te werken naar een innovatieagenda voor nieuwsmedia die de sector kan helpen floreren binnen de digitale economie en samenleving. Daartoe zal de Commissie een Europees Forum voor nieuwsmedia oprichten om samen te werken met belanghebbenden, waaronder regelgevende instanties voor de media, vertegenwoordigers van journalisten, zelfregulerende instanties (media-/persraden), het maatschappelijk middenveld en internationale organisaties.

3. TRANSFORMEREN

Dit deel is bedoeld om de veerkracht en het concurrentievermogen van de Europese mediasector op de lange termijn te vergroten, gelijk oplopend met de digitale en de groene transitie. Dit is ook van belang bij het ondersteunen van de cruciale rol van de sector voor het vervullen van maatschappelijke behoeften en het bevorderen van Europese waarden.

Zoals in veel bedrijfstakken staat datatechnologie centraal binnen de transformatie van de mediasector²⁹. Met name doelgroepgegevens op terreinen waarin Europa's mondiale concurrenten goed gepositioneerd zijn – zoals de ontwikkeling en promotie van gepersonaliseerde inhoud – bieden mogelijkheden voor nieuwe bedrijfsmodellen op basis van een nauwere relatie met de klanten³⁰. Een belangrijk voorbeeld is reclame, waarbij het internet in 2015 televisie heeft ingehaald als belangrijkste kanaal en sindsdien zijn voorsprong gestaag heeft verstevigd. In 2018 waren internetadvertenties goed voor in totaal meer dan 50 miljard euro, terwijl tv-reclame minder dan 40 miljard euro opleverde³¹.

Tegelijkertijd blijft de beschikbaarheid van consumentendata gelijke tred houden met het toenemende smartphonegebruik. Het percentage lezers dat zijn smartphone gebruikt voor de toegang tot nieuws is gestegen van 39 % in 2014 naar 48 % in 2020. Dit biedt nieuwe mogelijkheden voor het creëren, bevorderen en verspreiden van inhoud in formaten die zijn afgestemd op de behoeften van lezers.

In deze context is de eerbiediging van gegevensbescherming³² essentieel om de grondrechten van individuen in het digitale tijdperk te versterken en het zakendoen te vergemakkelijken door de regels voor bedrijven en overheidsinstanties in de digitale eengemaakte markt te verduidelijken.

Het nieuwe gebied van inhoud waarbij de gebruiker “lijfelijk” wordt betrokken is ook een sector waarvan het potentieel nog grotendeels onbenut is en waar synergieën kunnen worden opgebouwd tussen de mediasector en andere belangrijke Europese sectoren.

De Europese mediasector mag niet achterblijven op het gebied van de groene transitie. Daarom zullen, in overeenstemming met de doelstellingen van de Europese Green Deal³³ – klimaatneutraliteit bereiken tegen 2050, economische groei loskoppelen van hulpbronnengebruik, herstel van de biodiversiteit en terugdringing van vervuiling –, maatregelen worden genomen om de milieueffecten van de sector te verminderen.

²⁹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0066&from=EN>

³⁰ https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf.

³¹ Europees Waarnemingscentrum voor de audiovisuele sector.

³² https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/data-protection-eu_nl

³³ https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_nl

ACTIE 4 Innovatie ontketenen via een Europese ruimte voor mediagegevens en bevorderen van nieuwe bedrijfsmodellen

- *Een ruimte voor mediagegevens creëren om mediabedrijven te ondersteunen bij het delen van gegevens en het ontwikkelen van innovatieve oplossingen*
- *Europese vooruitzichten voor de media: een verslag waarin tendensen op het gebied van media worden geanalyseerd*

Voor: Europese uitgevers, omroepen, radiozenders, reclamebureaus, kmo's op het gebied van media, technologieleveranciers, technologie- en inhoudstart-ups, makers van inhoud, producenten, distributeurs

Om innovatiever en concurrerender te worden, moeten Europese mediabedrijven in staat worden gesteld om betere beslissingen te nemen en meer geavanceerde oplossingen toe te passen op basis van uit gegevens verkregen inzichten. De Commissie stelt voor om dit te bewerkstelligen door de totstandbrenging van een Europese “ruimte voor mediagegevens” te bevorderen. Dit initiatief bouwt voort op de Europese datastrategie³⁴ en zal worden uitgevoerd met volledige inachtneming van de wetgeving inzake gegevensbescherming.

Gegevensruimten kunnen de wijze waarop makers, producenten en distributeurs samenwerken veranderen. Deze ruimten bevatten relevante mediagegevens zoals inhoud, publieksgegevens en metagegevens van inhoud, evenals andere soorten gegevens over het gedrag van gebruikers die nuttig kunnen zijn om inhoud te creëren die beter is afgestemd op de behoeften van de consument en die inhoud doeltreffender te verspreiden.

Het mediaruimte-initiatief, gefinancierd via de programma's Horizon Europa en Digitaal Europa, zal persuitgevers, omroepen, andere mediabedrijven en technologieleveranciers ondersteunen bij het creëren van een gegevensruimte voor mediatoepassingen. Deze programma's zullen helpen bij de uitrol van de gegevensinfrastructuur en een strategie voor gegevensinteroperabiliteit uitstippelen. In overeenstemming met de Europese gegevensstrategie en het nieuwe horizontale initiatief voor gegevensbeheer³⁵ zullen de programma's ook geavanceerde instrumenten en diensten omvatten die nodig zijn voor het beheer en de verwerking van de gegevens. Daarnaast zullen ze de voorwaarden voor het delen en gebruiken van de gegevens bepalen, met inbegrip van regels inzake intellectuele eigendom, gegevensbescherming, privacy en concurrentie. Het initiatief zal zodanig worden opgezet dat rekening wordt gehouden met de bijdragen van de brede gemeenschap van belanghebbenden.

De gegevensinfrastructuur moet beschikbaar zijn voor zowel publieke media als commerciële media-exploitanten, groot of klein, en voor zowel start-ups als gevestigde spelers. Zo zouden verschillende EU-nieuwsuitgevers op een concurrentiebevorderende manier en met inachtneming van de regels inzake gegevensbescherming hun inhoud en klantgegevens kunnen bundelen om nieuws te produceren dat gericht is op hun eigen nationale publiek, waarbij de relevante inhoud automatisch in hun eigen taal wordt vertaald. De gegevensruimte kan ook waardevol inzicht verschaffen in diensten die erop gericht zijn de vindbaarheid van media-inhoud (nieuws en entertainment) over de grenzen heen te vergroten en de toegang tot computerfaciliteiten voor creatieve kmo's te

³⁴ https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/european-data-strategy_nl

³⁵ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/nl/ip_20_2102

vergemakkelijken. Bovendien zou een gegevensruimte kunnen zorgen voor synergieën met gegevenssets die zijn geproduceerd door andere creatieve industrieën (bv. gegevensruimten voor cultureel erfgoed) en bedrijfstakken (bv. detailhandel, automobieliindustrie).

Daarnaast ondersteunt Horizon Europe innovatieve toepassingen en technologieën op het gebied van media. Investerings in modulaire of uit open-source-infrastructuur afkomstige mediacomponenten zouden de opkomst van nieuwe bedrijfsmodellen en de gebruikmaking daarvan door traditionele en nieuwe media kunnen vergemakkelijken, waardoor de toegang van burgers tot uit uiteenlopende bronnen afkomstige informatie kan worden verbeterd.

Om haar kennisbasis te vergroten en ter onderbouwing van toekomstige beleidsinitiatieven zal de Europese Commissie elke twee jaar een verslag opstellen met vooruitzichten voor de mediasector. Hierin zullen tendensen op het gebied van media worden onderzocht – van technologische vooruitgang tot opkomende productie- en consumptiepatronen – en de mogelijke impact ervan op de Europese mediamarkt en bedrijfsmodellen worden geanalyseerd.

ACTIE 5 – Bevorderen van een Europese sectorcoalitie voor virtual reality en augmented reality (VR/AR)

- *Een VR/AR-sectorcoalitie om samenwerking tussen bedrijfstakken te stimuleren en Europees leiderschap te waarborgen*
- *Een VR-medialab opzetten voor projecten met betrekking tot nieuwe manieren van storytelling en interactie*

Voor: Europese bedrijven en professionals op het gebied van virtual en augmented reality, en sectoren die VR/AR-toepassingen gebruiken

“Immersieve” technologieën, waarbij de gebruiker “lijfelijk” bij de inhoud wordt betrokken, en inhoud van hoge kwaliteit maken het mogelijk om nieuwe toepassingen en praktijksituaties te creëren, evenals nieuwe manieren om publiek te trekken. Immersieve technologieën creëren aantrekkelijkere en meeslepende ervaringen binnen verschillende sectoren, zoals media, entertainment, cultuur, gezondheidszorg, design, architectuur, productie, onderwijs, toerisme, mode, opleiding of winkelen.

Tegen 2030 zouden Virtual Reality (VR) en Augmented Reality (AR) voor ongeveer 1,3 biljoen euro kunnen bijdragen aan de wereldeconomie, tegenover 39 miljard euro in 2019³⁶.

Hoewel de meeste grote spelers momenteel uit Azië en de VS komen, beschikt Europa ook over een groot potentieel om marktleider te worden binnen deze technologie³⁷. Onderzoeksfondsen van de EU hebben sinds de jaren negentig meer dan 450 projecten voor VR en AR ondersteund, voor in totaal meer dan 1 miljard euro.

Dankzij zijn grote culturele verscheidenheid heeft Europa een duidelijk concurrentievoordeel op het gebied van inhoud: toonaangevende culturele spelers zoals

³⁶ <https://www.pwccn.com/en/tmt/economic-impact-of-vr-ar.pdf>

³⁷ https://ec.europa.eu/futurium/en/system/files/ged/vr_ecosystem_eu_report_0.pdf

ARTE, het filmfestival van Venetië en het Centre National du Cinema onderzoeken en ondersteunen op actieve wijze de mogelijkheden van VR. Europa beschikt ook over hoogopgeleide werknemers op het gebied van 3D-modellering, die computergegenereerde (CG) inhoud voor de videospelindustrie en VR-animatie kunnen creëren.

Voortbouwend op Europa's creativiteit en sterke onderzoeksbasis kunnen inhoud, technische oplossingen en toepassingen op het gebied van VR/AR aanzetten tot innovaties in andere bedrijfstakken, zoals de maakindustrie, door het verbeteren van productontwikkeling en -processen. Bovendien spelen ze een belangrijke rol bij het tot een goed einde brengen van de omvorming van de toerismesector en kunnen ze creatieve sectoren, zoals mode of architectuur, helpen om nieuwe bedrijfsmodellen te ontwikkelen, de productie efficiënter te maken door afval te verminderen en de ervaring van klanten te verbeteren.

De Europese VR/AR-sector lijdt echter onder de versnippering onder sectoren, spelers en toepassingen. De Commissie stelt daarom voor een VR/AR-coalitie op te richten om samenwerking en kruisbestuiving tussen sectoren te stimuleren en het Europese leiderschap op deze belangrijke, groeiende markt te verzekeren. De VR/AR-coalitie zal een platform bieden voor synergieën door gezamenlijke acties en verbintenissen te bevorderen.

De coalitie zal gebaseerd zijn op een brede, sectoroverschrijdende benadering waarbij sectoren, technologieleveranciers en vormgevers worden betrokken. De coalitie zal een weerspiegeling zijn van deze verscheidenheid aan vaardigheden en zal bestaan uit prominente spelers uit de verschillende sectoren, variërend van de productie en distributie van inhoud tot de beschikbaarstelling van technologie, innovatie en bedrijfsontwikkeling. De leden, die nationale of regionale VR/AR-verenigingen van de sector zullen vertegenwoordigen, zullen kunnen profiteren van het bredere gebruik van VR/AR-technologieën voor het creëren en gebruiken van inhoud.

De coalitie zal eind 2021 een strategisch document presenteren waarin het volgende zal worden uiteengezet: a) de mate waarin VR/AR wordt gebruikt in de mediasector; b) doelstellingen voor een optimale inzet van VR/AR in de mediasector die tegen 2026 moeten zijn bereikt; c) concrete toezeggingen over de wijze waarop de industrie zal bijdragen aan het verwezenlijken van deze doelstellingen.

Ook zal er een VR-medialab worden opgezet ter ondersteuning van een creatieve samenwerking bij projecten met betrekking tot nieuwe manieren van storytelling en interactie door middel van virtual en augmented reality. Hierdoor zal gezamenlijk werk en wederzijds leren kunnen plaatsvinden tussen mensen die verschillende beroepsgroepen vertegenwoordigen (journalisten, filmmakers, ontwerpers van videogames, programmeurs, onderzoekers). De gefinancierde projecten zullen zich richten op inhoud voor entertainment, cultuur en nieuws, evenals op virtualrealitytoepassingen in andere sectoren, zoals toerisme, en gebieden zoals onderwijs.

ACTIE 6 - Naar een klimaatneutrale audiovisuele sector

- *Een gestructureerde uitwisseling van beste praktijken met de sector en (sub)nationale film- en audiovisuele fondsen*

De ecologische voetafdruk van de mediasector is aanzienlijk. Anders dan voor veel andere sectoren in Europa geldt, stijgt de CO₂-uitstoot van deze sector in Europa voortdurend, mede door de constante toename van het mediagebruik, met name via streamingplatforms.

Voor de audiovisuele sector lopen de schattingen uiteen van 35 MtCO₂e (metrische ton kooldioxide-equivalent) voor een aflevering van een tv-serie tot 1 000 MtCO₂e voor een speelfilm³⁸. Een Europese speelfilm produceert gemiddeld 192 ton CO₂. Grote internationale (co)producties kunnen een veel grotere impact hebben, tot wel enkele duizenden tonnen CO₂.

In overeenstemming met de EU-doelstelling om in 2050 klimaatneutraal te zijn, zal de Commissie nauw samenwerken met de sector en (sub)nationale film- en audiovisuele fondsen om bestaande beste praktijken te delen³⁹ en overeenstemming te bereiken over gemeenschappelijke instrumenten en groene normen. Ook onlinestreamingplatforms – waarvan het aandeel in de CO₂-voetafdruk toeneemt, gegeven de stijgende consumptie – zullen worden uitgenodigd om hun ideeën en initiatieven naar voren te brengen.

De Commissie zal een gids met beste praktijken voor groene productie en dienstverlening opstellen. De aanpak zal geleidelijk zijn, met als doel het bewustzijn te vergroten en de sector aan te sporen om duurzamere oplossingen te implementeren. Dit vormt een aanvulling op de maatregelen van de Commissie in de digitale strategie⁴⁰ om infrastructuur zoals gegevenscentra en telecommunicatienetwerken klimaatneutraal, energie-efficiënt en duurzaam te maken.

4. MOGELIJKHEDEN EN KANSEN BIEDEN

.

Europeanen zouden de hoofdrolspelers moeten zijn van het digitale decennium. Recente Europese wetgeving – zoals de herziene AVMD-richtlijn en de hervorming van het auteursrecht – draagt bij tot een grotere verantwoordelijkheid van alle actoren in de mediasector, waaronder onlineplatforms, voor de bescherming van kwetsbare groepen mediagebruikers, met name minderjarigen. Bovendien versterkt deze wetgeving de rechten van de scheppende kunstenaars van Europa.

Voortbouwend op dit solide regelgevingsklimaat, wordt in dit deel een uiteenzetting gegeven van initiatieven om Europese mediabedrijven en -talenten te laten gedijen op Europese en mondiale markten. In deze initiatieven wordt rekening gehouden met het feit dat burgers online uiteenlopende en kwalitatief hoogstaande inhoud moeten kunnen vinden en selecteren en vlot en doeltreffend door de moderne mediaomgeving moeten kunnen navigeren.

³⁸ Greening the European Audiovisual Industry – The Best Strategies and their costs (Vergroening van de Europese audiovisuele sector – De beste strategieën en bijbehorende kosten) (verschijnt in 2021)

³⁹ Een van de relevante bronnen van goede praktijken en een platform voor samenwerking is het Europees klimaatpact dat in december 2020 door de Europese Commissie wordt gelanceerd.

⁴⁰ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/content/european-digital-strategy>

Hoewel specifieke aandacht zal uitgaan naar de jeugd in Europa, zullen Europeanen van alle achtergronden en generaties – ook ouderen – in staat worden gesteld om actieve en kritische gebruikers van media-inhoud te zijn.

ACTIE 7 – Naar een bredere beschikbaarheid van audiovisuele inhoud in de hele EU

- *Een dialoog aangaan met de audiovisuele sector om overeenstemming te bereiken over concrete stappen naar een betere toegang tot en beschikbaarheid van audiovisuele inhoud over de binnengrenzen van de EU heen*

Voor: de audiovisuele sector (producenten, omroepen, video-op-aanvraagdiensten, distributeurs enz.), consumentenorganisaties en andere geïnteresseerde partijen, zoals nationale filmfondsen

Met de COVID-19-crisis is het onlinegebruik van audiovisuele diensten thuis exponentieel toegenomen, samen met de bereidheid van huishoudens om te investeren in technologieën voor ontspanning thuis⁴¹. De crisis maakt het voor de sector mogelijk om online een breder publiek te bereiken. De recente verordening inzake portabiliteit van inhoud⁴² stelt Europese burgers in staat om in de hele EU te reizen met de inhoud die ze hebben gekocht of waarop ze zich hebben geabonneerd, hetgeen reeds praktische voordelen heeft opgeleverd⁴³.

Als het gaat om de beschikbaarheid van audiovisuele inhoud online is er nog veel ruimte voor verbetering: het verslag over de herziening van de verordening inzake geoblocking⁴⁴ toont belangrijke verschillen tussen de audiovisuele catalogi van de lidstaten. Gemiddeld is slechts 14 % van de films beschikbaar via de video-op-aanvraagdiensten van alle lidstaten⁴⁵.

Uit een recente Eurobarometerenquête blijkt dat meer dan een derde van de internetgebruikers geïnteresseerd is in grensoverschrijdende toegang tot audiovisuele inhoud⁴⁶. Deze bevindingen worden bevestigd door de meest recente gegevens van het Europees Waarnemingscentrum voor de audiovisuele sector, volgens welke EU-films

⁴¹ Volgens het verslag “Global Entertainment & Media Outlook 2020-2024” van PricewaterhouseCooper wordt verwacht dat de inkomsten uit abonneediensten voor video-op-aanvraag als gevolg van de COVID-19-crisis in 2020 het aantal bioscoopkaartjes zal overtreffen en de komende vijf jaar verder zal stijgen tot meer dan twee keer het aantal bioscoopkaartjes in 2024. Tegelijkertijd is de wereldwijde omzet van streamingdiensten in 2020 met 26 % gestegen.

⁴² Verordening (EU) 2017/1128 van het Europees Parlement en de Raad van 14 juni 2017 betreffende grensoverschrijdende portabiliteit van online-inhoudsdiensten in de interne markt.

⁴³ Europeanen die geregeld reizen bevestigen vaak het belang van de regels voor hun mobiliteit. Bijna de helft (49 %) van de Europeanen met een gratis of betaald abonnement op online-inhoudsdiensten die binnen de EU hebben gereisd, heeft geprobeerd toegang te krijgen tot deze diensten tijdens een bezoek aan een ander EU-land. Eurobarometer 477a van 2019 “Accessing content online and cross-border portability of online content services - survey on cross-border portability”.

⁴⁴ Verslag van de Commissie aan het Europees Parlement, de Raad, het Europees Economisch en Sociaal Comité en het Comité van de Regio's over de eerste herziening op korte termijn van de verordening inzake geoblocking. Beschikbaar op: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-publishes-its-short-term-review-geo-blocking-regulation>

⁴⁵ De verschillen tussen lidstaten zijn aanzienlijk, aangezien kijkers in Griekenland bijvoorbeeld slechts toegang hebben tot 1,3 % van de films die online beschikbaar zijn in de EU terwijl kijkers in Duitsland toegang hebben tot 43,1 %. Bron: Werkdocument van de diensten van de Commissie over de eerste kortetermijnevaluatie van de verordening inzake geoblocking.

⁴⁶ Flash Eurobarometer 477b, 2019.

gemiddeld in niet meer dan drie EU27-landen beschikbaar worden gesteld op video-op-aanvraagplatforms⁴⁷. Er is dus een schat aan onbenut potentieel en diversiteit waarvan de Europeanen gebruik kunnen maken.

De audiovisuele sector moet profijt kunnen hebben van het feit dat Europa zijn thuismarkt is en van nieuwe consumptietrends, namelijk door de mogelijkheid te krijgen om meer werken online beschikbaar te stellen in de verschillende lidstaten.

Om de audiovisuele sector bij deze transformatie te begeleiden, is de Commissie voornemens een dialoog met de sector aan te gaan. Deze dialoog zal bijdragen tot het overeenkomen van concrete stappen om de toegang tot en de beschikbaarheid van audiovisuele inhoud over de grenzen heen te verbeteren, als vervolg op de herziening van de verordening inzake geoblocking. Dit zou de sector in staat stellen om op te schalen en een nieuw publiek te bereiken, wat de Europese burgers ten goede zou komen doordat ze meer keuzemogelijkheden krijgen.

De dialoog brengt vertegenwoordigers uit de audiovisuele sector (producenten, omroepen, video-op-aanvraagdiensten, distributeurs enz.), consumentenorganisaties en andere geïnteresseerde partijen, zoals nationale filmfondsen, bijeen en vindt in de loop van 2021 plaats. In de dialoog zouden specifieke doelstellingen om de circulatie van audiovisuele werken in de EU te vergroten en manieren om dat te bereiken kunnen worden vastgesteld.

De Commissie zal in samenwerking met de audiovisuele sector toezien op de voortgang bij de verwezenlijking van de specifieke doelstellingen en een besluit nemen over de follow-up, waarbij zij verschillende opties zal beoordelen, waaronder wetgevingsmaatregelen.

Tegelijkertijd moeten bioscopen culturele locaties blijven die nieuwe mogelijkheden bieden voor sociale interactie. Daartoe zal de Commissie via Creatief Europa Media manieren onderzoeken om bioscopen aan te moedigen de ervaring van bioscoopbezoekers verder te versterken.

ACTIE 8 – Stimuleren van Europese mediatalenten

- *Nieuwe mentorprogramma's voor de mediatalenten van Europa*
- *MEDIA-bootcamps met praktische intensieve opleiding voor jonge mediaprofessionals*
- *Campagne over diversiteit voor en achter de camera*
- *MEDIA-marktgateway om Europa's meest veelbelovende start-ups in de mediasector te scouten en te helpen floreren*
- *Creatieve innovatielabs die openstaan voor start-ups en scale-ups*

Voor: Europese audiovisuele professionals, innovatieve Europese mediabedrijven (in de audiovisuele sector en daarbuiten)

Talenten in de mediasector, ongeacht de sector en hun locatie in Europa, vormen de kern van zijn concurrentievermogen.

⁴⁷ Europees Waarnemingscentrum voor de audiovisuele sector, verslag "Film and TV content in VOD catalogues 2020 Edition".

Sommige beroepen worden door bepaalde groepen in de samenleving echter nog steeds als onbereikbaar ervaren. Dit blijkt bijvoorbeeld uit de ondervertegenwoordiging van vrouwen in besluitvormingsfuncties binnen de audiovisuele sector⁴⁸.

De Commissie zal zorgen voor integratie van de mentorpraktijken die uiterst succesvol zijn gebleken in de opleidingsprojecten voor de audiovisuele sector die de laatste jaren ondersteund zijn via Creatief Europa – MEDIA⁴⁹. Dergelijke mentorprogramma's komen in diverse formats tot ontwikkeling, waarbij alle creatieve en zakelijke mogelijkheden worden benut die digitale technologieën te bieden hebben.

Daarnaast zal een voorlichtingscampagne worden gelanceerd om diversiteit te bevorderen, niet alleen vóór maar ook achter de camera, om de diversiteit te vergroten en nieuwe ideeën, verhalen en stemmen toe te voegen. De campagne ondersteunt de mededeling van de Commissie "Een Unie van gelijkheid: EU-actieplan tegen racisme 2020-2025"⁵⁰, evenals de EU-strategie voor gelijkheid van lhbtqi'ers 2020-2025⁵¹, en het strategisch EU-kader voor gelijkheid, integratie en participatie van de Roma⁵².

Het onder de aandacht brengen van inspirerende rolmodellen is van essentieel belang bij het bevorderen van de toegang tot deze beroepen door middel van een grotere verscheidenheid aan profielen. De campagne is er dus op gericht Europese beroepsbeoefenaren in de schijnwerpers te zetten om een brede waaier aan beroepen te promoten en vrouwen en benadeelde groepen in de maatschappij, waaronder mensen met een beperking of mensen die tot een raciale of etnische minderheid behoren, aan te moedigen een dergelijke carrière te overwegen.

Daarnaast zullen initiatieven voor de ontwikkeling van vaardigheden in het kader van Creatief Europa worden versterkt door de organisatie van intensieve opleidingscursussen (MEDIA-bootcamps), waar jonge mediatalenten uit heel Europa praktische ervaring kunnen opdoen op gebieden als innovatieve storytelling, nieuwe bedrijfsmodellen en nieuwe productietechnologieën en de vaardigheden kunnen verwerven die nodig zijn om toegankelijke inhoud te leveren.

Creatief Europa MEDIA zal ook krachten bundelen met andere initiatieven – zoals de Innovatieradar⁵³, Startup Europe⁵⁴ en de Media Motor Europe⁵⁵ (coördinatie- en ondersteuningsactie) – om Europa's meest veelbelovende start-ups in de mediaomgeving te scouten. Daartoe zal in het kader van Startup Europe een oproep tot het indienen van blijken van belangstelling worden gelanceerd voor creatieve en mediatechnologische gemeenschappen om veelbelovende ondernemingen in kaart te brengen.

⁴⁸ Volgens de EU-strategie voor gendergelijkheid 2020-2025 zal de Commissie projecten die gendergelijkheid bevorderen blijven steunen in het kader van Creatief Europa, onder meer via Music Moves Europe, en zal zij een strategie voor gendergelijkheid in de audiovisuele sector voorstellen als onderdeel van het volgende subprogramma MEDIA, met inbegrip van financiële ondersteuning, gestructureerde dialoog en begeleiding en opleiding voor vrouwelijke filmmakers, producenten en scenarioschrijvers.

⁴⁹ https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe/actions/media/training_en

⁵⁰ https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/racism-and-xenophobia/eu-anti-racism-action-plan-2020-2025_en

⁵¹ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/nl/ip_20_2068

⁵² https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/roma-eu/roma-equality-inclusion-and-participation-eu_nl

⁵³ <https://www.innoradar.eu/>

⁵⁴ <https://startupeuropeclub.eu/>

⁵⁵ <https://cordis.europa.eu/project/id/871552>

Creatief Europa MEDIA zal als broedplaats voor die bedrijven dienen en hen helpen te gedijen in een snel veranderende audiovisuele sector. De betrokken bedrijven zouden kunnen profiteren van een verbeterde toegang tot marktondersteuning van Creatief Europe MEDIA via een zogenaamde “MEDIA-marktgateway”. Dit omvat actieve voorbereiding, met inbegrip van coaching en mentoring over markttendensen en -positionering, bedrijfsplannen en commercialiseringsstrategieën, om optimaal gebruik te maken van een gecombineerde fysieke/virtuele aanwezigheid op de belangrijkste mondiale mediamarkten (Berlinale, Cannes, Venetië, GamesCom, VR Days enz.) onder het Europese label.

Start-ups en scale-ups krijgen de mogelijkheid om deel te nemen aan de creatieve innovatielabs, een nieuw initiatief binnen het sectoroverschrijdende onderdeel van Creatief Europa. In dit kader zullen de mediasector en andere creatieve sectoren (bv. muziek, uitgeverijen) worden samengebracht en kunnen zij experimenteren met data, virtual en augmented reality, en andere technologieën om nieuwe inhoud, nieuwe bedrijfsmodellen en nieuwe vaardigheden te ontwikkelen, de inclusie van diversiteit alsmede duurzaamheid te bevorderen en de betrokkenheid van het publiek te vergroten.

Het is belangrijk op te merken dat innovatieve startende ondernemingen en kmo's op het gebied van media ook Horizon Europa-steun kunnen aanvragen via de Europese Innovatieraad⁵⁶ en het Europees Instituut voor innovatie en technologie⁵⁷.

ACTIE 9 – Meer zeggenschap geven aan burgers

- *Praktische toepassing van de nieuwe verplichtingen inzake mediageletterdheid van de AVMD-richtlijn (instrumentarium voor mediageletterdheid en richtsnoeren voor de lidstaten)*
- *De ontwikkeling van alternatieve diensten voor het verzamelen van media-inhoud ondersteunen*

Voor: Europese burgers, met name jongeren; videoplatforms

Mediageletterdheid is van cruciaal belang om burgers mondiger te maken in het hedendaagse medialandschap en moet worden ondersteund via verschillende programma's en initiatieven, zoals uiteengezet in het Europees actieplan voor democratie. Dit onderstreept het belang van mediageletterdheid bij het bestrijden van desinformatie en bevordert de samenwerking op dit gebied.

Mediageletterdheid omvat alle technische, cognitieve, sociale, maatschappelijke en creatieve capaciteiten die burgers in staat stellen toegang te krijgen tot media, er een kritisch inzicht in te verwerven en een wisselwerking met media aan te gaan. Mediageletterdheid is ook van cruciaal belang om consumenten in staat te stellen geïnformeerde beslissingen te nemen en hen te ondersteunen bij het omarmen van een duurzamere en milieuvriendelijkere consumptie. Mediageletterdheid moet worden opgenomen in leerplannen om kinderen in staat te stellen op verantwoorde wijze gebruik te maken van mediadiensten en beter toegerust te zijn om de dreiging van onlinegeweld en desinformatie het hoofd te bieden.

⁵⁶ Zie EIC-proefproject: <https://ec.europa.eu/research/eic/index.cfm>

⁵⁷ <https://eit.europa.eu/>

De herziene AVMD-richtlijn bevat specifieke maatregelen om de mediageletterdheid van burgers te helpen verbeteren. In de richtlijn is bepaald dat de lidstaten maatregelen ter ontwikkeling van mediageletterdheid moeten nemen en bevorderen (en over dergelijke maatregelen verslag moeten uitbrengen aan de Commissie, op basis van de richtsnoeren van de Commissie waarin de reikwijdte van dergelijke verslagen is vastgesteld), en dat videoplatforms doeltreffende maatregelen en instrumenten voor mediageletterdheid moeten invoeren en de gebruikers bewust moeten maken van die maatregelen en instrumenten.

De effectieve uitvoering van deze AVMD-bepalingen is van doorslaggevend belang voor de verdere ontwikkeling van mediageletterdheid en voor het verbeteren van de toegankelijkheid van inhoud in alle lidstaten. Om ervoor te zorgen dat de nieuwe verplichtingen in de praktijk worden toegepast, met name op het gebied van internet, zal de Commissie, samen met de Europese groep van audiovisuele regelgevers (ERGA) en andere deskundigen, en in dialoog met videoplatforms, een instrumentarium ontwikkelen om het bewustzijn van gebruikers te vergroten, hun kritische vaardigheden en keuzes te verbeteren en ze te helpen een grotere verscheidenheid aan media-inhoud te bereiken die beschikbaar is op videoplatforms.

Dit initiatief zal naar verwachting vooral ten goede komen aan jongere gebruikers, die volledig zouden moeten worden betrokken bij de ontwikkeling ervan. Daarom zal de Commissie een ad-hocklankbordgroep instellen, bestaande uit studenten en jonge journalisten, om het instrumentarium te testen en te bevorderen. Het bestuur zal genderevenwichtig, inclusief en divers zijn. Deze aanpak zal ervoor zorgen dat het instrumentarium doeltreffend voorziet in de behoeften van jongere gebruikers en hen meer inspraak geeft binnen de onlineomgeving, waaronder over de aanpak van stereotypen op basis van geslacht, cultuur, religie of seksuele voorkeuren. De implementatie van het instrumentarium zal ook deel uitmaken van AVMD-verslagen over mediageletterdheid, waarvan het toepassingsgebied wordt vastgesteld op grond van richtsnoeren van de Commissie die in 2021 zullen worden gepubliceerd.

In het kader van deze maatregelen zal de Commissie haar inspanningen opvoeren om de volgende editie van de Europese week van mediageletterdheid nog effectiever en inclusiever te maken. In dit verband zal de Commissie mogelijke verdere samenwerking met relevante internationale organisaties onderzoeken.

De voorgestelde acties zullen volledig aansluiten op en complementair zijn aan de doelstellingen van het actieplan voor digitaal onderwijs 2021-2027⁵⁸, dat erop gericht is het onderwijs nog beter af te stemmen op het helpen van leerlingen bij het ontwikkelen van hun vermogen om informatie kritisch te benaderen, te filteren en te beoordelen, met name om desinformatie te herkennen en de overdaad aan informatie te beheersen, en om financiële geletterdheid te ontwikkelen⁵⁹.

Het programma Horizon Europa zal ook bijdragen tot het verbeteren van de politieke participatie van de burgers door kritische digitale geletterdheid en de toegang tot pluralistische media-inhoud te bevorderen.

⁵⁸ https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/digital-education-action-plan_nl

⁵⁹ Het belang van mediageletterdheid werd ook onderstreept in de vaardighedenagenda voor Europa 2020, waarin werd voorzien dat de Commissie samen met de lidstaten zal werken aan nieuwe prioriteiten voor de Europese agenda voor volwassenenonderwijs. Hiermee wordt beoogd het vernieuwde Europese samenwerkingskader op het gebied van onderwijs en opleiding aan te vullen en de verwezenlijking van de doelstelling voor duurzame ontwikkeling van de Verenigde Naties te ondersteunen.

Ter aanvulling van deze acties zal de Commissie steun geven voor onderzoek en innovatie in het kader van geavanceerde methoden voor het zoeken, ontdekken en aggregeren van informatie teneinde de totstandbrenging van onafhankelijke alternatieve diensten die nieuws verzamelen en die een uiteenlopende reeks aan toegankelijke informatiebronnen kunnen bieden, te vergemakkelijken.

In 2021 viert Creatief Europa – MEDIA zijn 30e verjaardag en in het kader daarvan zal het publiek — met name het jonge publiek — worden voorgelicht over Europese inhoud. Er zal een campagne worden gelanceerd om jongere generaties te informeren over de rijkdom en verscheidenheid van Europese inhoud door succesverhalen, projecten en talenten die door het programma worden ondersteund onder de aandacht te brengen.

ACTION 10 – Zorgen voor een goede werking van de Europese mediamarkt

- Versterking van het kader voor samenwerking tussen Europese regelgevende instanties voor de media binnen de Europese groep van regelgevende instanties voor audiovisuele mediadiensten (ERGA)

Voor: Europese regelgevende instanties voor de media, de Europese sector audiovisuele media en marktspelers

Het creëren van een echt gelijk speelveld voor alle spelers in de audiovisuele media en een eerlijke omgeving voor makers en degenen die in inhoud investeren, zijn de centrale doelstellingen van de herziene richtlijn audiovisuele mediadiensten en het gemoderniseerde kader voor auteursrechten.

Om bijvoorbeeld te zorgen voor eerlijke concurrentie tussen omroepen en video-on-demandplatforms bij het promoten van en investeren in Europese inhoud, zijn die platforms op grond van de herziene AVMD-richtlijn verplicht dat hun catalogie 30 % Europese producties bevatten.

De doeltreffende en consistente tenuitvoerlegging van de herziene AVMD-richtlijn en de regels inzake auteursrechten op nationaal niveau zal van essentieel belang zijn om ervoor te zorgen dat deze worden verwezenlijkt. Tegelijkertijd is het van cruciaal belang ervoor te zorgen dat de immateriële activa van mediaspelers worden beschermd door een doeltreffende handhaving van hun intellectuele-eigendomsrechten.

Wat de herziene AVMD-richtlijn betreft, moeten de lidstaten, en met name hun regelgevende instanties voor de media, naar behoren toezicht houden op de correcte toepassing van de nieuwe regels en deze waar nodig handhaven⁶⁰. Dit vereist met name het volgende:

⁶⁰ Naast de nieuwe regels is Richtlijn 2005/29/EG betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt (“de richtlijn oneerlijke handelspraktijken”) van toepassing op oneerlijke handelspraktijken in audiovisuele mediadiensten, zoals misleidende en agressieve praktijken, voor zover deze niet onder de bepalingen van de AVMD-richtlijn vallen. Het netwerk voor samenwerking op het gebied van consumentenbescherming uit hoofde van Verordening (EU) 2017/2394 zorgt voor de handhaving van het EU-consumentenrecht in het geval van Uniebrede inbreuken.

- De consistente uitvoering van de verplichtingen wat betreft het aandeel Europese inhoud in catalogi van video op aanvraag (ook gebaseerd op de onlangs door de Commissie uitgevaardigde richtsnoeren)⁶¹;
- De samenhangende toepassing van de nieuwe regels voor de prominente aanwezigheid van Europese producties, door aanvullende praktische richtsnoeren uit te vaardigen en door gemeenschappelijke benaderingen met betrekking tot de prominente aanwezigheid van inhoud van algemeen belang aan te moedigen⁶²;
- Een doeltreffende handhaving van de nieuwe verplichtingen voor videoplatforms.

In dit verband zal de Commissie beoordelen of de samenwerking binnen de Groep van regelgevende instanties voor audiovisuele mediadiensten (ERGA) moet worden versterkt om ervoor te zorgen dat de opzet en het toepassingsgebied ervan bijdragen tot een doeltreffende werking van de nieuwe mediavoorschriften in de praktijk en in staat zijn nieuwe uitdagingen op de mediamarkten aan te pakken. Daartoe zal de Commissie de balans opmaken van de beste praktijken op het gebied van grensoverschrijdende samenwerking en nauwlettend toezien op de uitvoering van het memorandum van overeenstemming (MoU) van de ERGA, dat tegen het einde van het jaar moet zijn opgesteld.

Het MoU is een sectoraal en vrijwillig samenwerkingsmechanisme, gebaseerd op de unieke deskundigheid van de Europese regelgevende instanties voor de media. Het MoU zal specifieke mechanismen voor samenwerking en informatie-uitwisseling voor de Europese regelgevende instanties voor de media bevatten met het oog op de aanpak van praktische kwesties en grensoverschrijdende gevallen in verband met de uitvoering van de herziene AVMD-richtlijn die onder hun bevoegdheden vallen. Dit initiatief, dat met name gericht is op de bovengenoemde nieuwe regelgeving van de herziene AVMD-richtlijn, zal een aanvulling vormen op het horizontale bestuursstelsel voor onlinediensten dat door de Digital Services Act zal worden ingesteld. De Commissie zal tegen eind 2021 de werking van het MoU beoordelen en zo nodig verbeteringen voorstellen.

Bovendien zal de Commissie in samenwerking met de lidstaten, hun filmfondsen en ERGA, en met betrokkenheid van de platforms voor video op aanvraag, zoeken naar andere manieren om de diversiteit van catalogi voor video op aanvraag te bevorderen. In overeenstemming met de doelstelling van de AVMD-richtlijn om omroeporganisaties aan te moedigen een toereikend aandeel gecoproduceerde Europese werken of Europese werken van buitenlandse oorsprong in hun diensten op te nemen, zal het doel zijn om overeenstemming te bereiken over vrijwillige streefcijfers voor een grotere aanwezigheid van dergelijke werken in catalogi voor video op aanvraag. Dit zal de doelstelling van Creatief Europa MEDIA om de aanwezigheid van die werken op alle distributieplatforms te vergroten, wederzijds versterken.

⁶¹Richtsnoeren op grond van artikel 13, lid 7, van de richtlijn audiovisuele mediadiensten voor het berekenen van het aandeel Europese producties in catalogi voor video op aanvraag en het definiëren van de begrippen “klein publiek” en “lage omzet”; [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020XC0707\(03\)&from=NL](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020XC0707(03)&from=NL)

⁶² In artikel 7 bis van de herziene AVMD-richtlijn wordt erkend dat de lidstaten maatregelen kunnen nemen om ervoor te zorgen dat audiovisuele mediadiensten van algemeen belang een passende plaats krijgen, teneinde doelstellingen als pluralisme van de media, vrijheid van meningsuiting en culturele diversiteit te verwezenlijken. Met betrekking tot deze bepaling is in 2020 een specifieke subgroep van ERGA opgericht om een gemeenschappelijke interpretatie van het toepassingsgebied en mogelijke regelgevingsbenaderingen van de lidstaten op dit gebied te bevorderen.

Om de goede werking van de Europese mediamarkt te waarborgen, moet ook de piraterij van auteursrechtelijk beschermde inhoud worden aangepakt, wat ondanks een lichte terugloop een groot probleem blijft⁶³. De opkomst van nieuwe inbreukmakende bedrijfsmodellen vormt een ernstige bedreiging voor de sector⁶⁴.

De Commissie zet zich in voor een effectievere handhaving van IE-rechten in de digitale omgeving, zoals uiteengezet in het IP-actieplan⁶⁵. De Commissie zal met name met de sector bespreken hoe bestaande rechtsmiddelen om piraterij te bestrijden, zoals rechterlijke bevelen, efficiënter en gemakkelijker kunnen worden gemaakt, met name om het dynamische en grenzeloze karakter van online op commerciële schaal gepleegde inbreuken te kunnen aanpakken. In dit verband zal, voortbouwend op het IP-actieplan, bijzondere aandacht worden besteed aan het bevorderen van de samenwerking tussen nationale handhavingsautoriteiten en van grensoverschrijdende handhaving.

5. CONCLUSIE

Met deze mededeling formuleert de Commissie een alomvattende visie voor de mediasector om het potentieel van een echte Europese mediamarkt te benutten en het digitale decennium te omarmen.

De acties zullen worden uitgevoerd in nauwe samenwerking met de lidstaten, het Europees Parlement, de mediasector en alle belanghebbenden. In dit opzicht zal deze mededeling een concreet stappenplan vormen voor media, als onderdeel van het culturele en creatieve ecosysteem, om zo de vruchten van de digitale transformatie te plukken en het concurrentievermogen van de sector te vergroten.

⁶³ Tussen 2017 en 2018 is de algemene toegang tot illegaal gekopieerde inhoud afgenomen met 32 % voor muziek, 19 % voor films en 8 % voor tv-inhoud. Bron: Bureau voor intellectuele eigendom van de Europese Unie (EUIPO), “Online copyright infringement in the EU. Music, films and TV (2017-2018), trends and drivers”. November 2019.

⁶⁴ In de Europese Unie (EU28) kijkt naar schatting 3,6 % van de bevolking – 13,7 miljoen personen – via internet gestreamde tv via niet-toegelaten onlinebronnen. De markt voor ongeoorloofde IPTV-abonnementen genereerde in 2018 naar schatting 941,7 miljoen euro per jaar in de Europese Unie. Bron: “Illegal IPTV in the EU”, EUIPO, november 2019. Een betere handhaving van intellectuele-eigendomsrechten zal ook bijdragen tot het aanpakken van de specifieke uitdagingen die voortvloeien uit de piraterij van audiovisuele sportinhoud. Zie de verklaring van de Commissie over de organisatoren van sportevenementen, die is gehecht aan de wetgevingsresolutie van het Europees Parlement over de richtlijn inzake auteursrechten in de digitale eengemaakte markt: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2019-0231_NL.html

⁶⁵ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/nl/ip_20_2187

– BIJLAGE – INDICATIEF TIJDSHEMA

Actie	Subactie	Indicatieve tijdlijn
ACTIE 1 – Gemakkelijker toegang tot EU-steun	➤ Een nieuwe interactief hulpmiddel dat mediabedrijven door de verschillende ondersteuningsinstrumenten begeleidt	➤ 1e kwartaal 2021
ACTIE 2 – MEDIA INVEST gericht op het stimuleren van investeringen in de audiovisuele sector	➤ Een speciaal investeringsplatform om Europese audiovisuele producties en distributiestrategieën te stimuleren; ➤ Ontwikkeling van een investeringstraject door capaciteitsopbouw voor investeerders en investeringsbereidheid voor bedrijven.	➤ 1e helft 2022 ➤ 2e helft 2021
ACTIE 3 - “NIEUWS”: een initiatief om acties en steun voor de nieuwsmediasector te bundelen	➤ Betere toegang tot financiering door middel van leningen en een proefinitiatief inzake aandelenkapitaal ➤ Capaciteitsopbouw bij investeerders en media ➤ Ondersteuning voor nieuwsmedia om te werken aan een gezamenlijke transformatie ➤ Een Europees nieuwsmediaforum	➤ 1e helft 2022 ➤ 2e helft 2021 ➤ 2e helft 2021 ➤ 1e helft 2021
ACTIE 4 – Innovatie ontketen via een Europese ruimte voor mediagegevens en bevorderen van nieuwe bedrijfsmodellen	➤ Een ruimte voor mediagegevens creëren om mediabedrijven te ondersteunen bij het delen van gegevens en het ontwikkelen van innovatieve oplossingen ➤ Europese vooruitzichten voor de media	➤ 1e helft 2022 ➤ 2e helft 2021
ACTIE 5 – Bevorderen van een Europese industriële coalitie voor Virtual Reality en Augmented Reality (VR/AR)	➤ Een VR/AR-sectorcoalitie om samenwerking tussen bedrijfstakken te stimuleren en Europees leiderschap te waarborgen ➤ Een VR-medialab opzetten voor projecten met betrekking tot nieuwe manieren van storytelling en interactie	➤ 2e helft 2021 ➤ 1e helft 2022
ACTIE 6 - Naar een klimaatneutrale mediasector	➤ Een forum voor gestructureerde samenwerking met de sector en (sub)nationale film- en	➤ 1e helft 2021

	audiovisuele fondsen	
ACTIE 7 – Naar een bredere beschikbaarheid van audiovisuele inhoud in de hele EU	➤ Een dialoog aangaan met de audiovisuele sector om overeenstemming te bereiken over concrete stappen naar een betere toegang tot en beschikbaarheid van audiovisuele inhoud over de binnengrenzen van de EU heen	➤ 1e helft 2021
ACTIE 8 – Stimuleren van Europese mediatalenten	➤ Nieuwe mentorprogramma's voor de mediatalenten van Europa ➤ MEDIA-bootcamps met praktische intensieve opleiding voor jonge mediaprofessionals ➤ Campagne over diversiteit voor en achter de camera ➤ MEDIA-marktgateway om Europa's meest veelbelovende start-ups in de mediasector te scouten en te helpen floreren ➤ Creatieve innovatielabs die openstaan voor start-ups en scale-ups	➤ 2e helft 2021 ➤ 1e helft 2022 ➤ 2e helft 2021 ➤ 1e helft 2021 ➤ 2e helft 2021
ACTIE 9 – Meer zeggenschap geven aan burgers	➤ Praktische toepassing van de nieuwe verplichtingen inzake mediageletterdheid van de AVMD-richtlijn (instrumentarium voor mediageletterdheid en richtsnoeren voor de lidstaten) ➤ De ontwikkeling van alternatieve diensten voor het verzamelen van media-inhoud ondersteunen	➤ 4e kwartaal 2021 ➤ 2e helft 2022
ACTION 10 – Zorgen voor een goede werking van de Europese mediamarkt	➤ Versterking van het kader voor samenwerking tussen Europese regelgevende instanties voor de media binnen de Europese groep van regelgevende instanties voor audiovisuele mediadiensten (ERGA)	➤ 1e helft 2021