Euroopa Liidu
Nõukogu

Brüssel, 19. mai 2016
(OR. en)

9146/16

AUDIO 64
CULT 44
DIGIT 53

MÄRKUS

Saatja:	Nõukogu peasekretariaat
Saaja:	Nõukogu
Eelmise dok nr:	8668/16 AUDIO 53 CULT 35 DIGIT 45
Teema:	Audiovisuaalmeedia teenuste direktiivi läbivaatamine ja Euroopa päritoluga audiovisuaalsisu propageerimine – *Poliitiline mõttevahetus* (Avalik mõttevahetus vastavalt nõukogu kodukorra artikli 8 lõikele 2 [eesistujariigi ettepanekul])

Eesistujariik koostas pärast alaliste esindajate komiteega (COREPER I) konsulteerimist 18. mail 2016 käesolevale märkusele lisatud aruteludokumendi, mis on aluseks 30.–31. mail 2016 aset leidval nõukogu istungil (haridus, noored, kultuur ja sport) toimuvale poliitilisele mõttevahetusele.

LISA

Audiovisuaalmeedia teenuste direktiivi läbivaatamine ja Euroopa päritoluga audiovisuaalsisu propageerimine

Eesistujariigi aruteludokument

SISSEJUHATUS JA KÜSIMUSED

Komisjonil on kavas esitada oma ettepanek audiovisuaalmeedia teenuste direktiivi läbivaatamiseks 25. mail 2016. Kui sellest tähtajast kinni peetakse, esitab komisjon ettepaneku hariduse, noorte, kultuuri ja spordi nõukogule (kultuuri- ja audivisuaalküsimused) 31. mail. Sellele järgneb ministritevaheline arvamuste vahetus.

Selle arvamuste vahetuse täiendava sisendina on eesistujariik koostanud käesoleva aruteludokumendi, mis keskendub audiovisuaalmeedia teenuste direktiivi ühele konkreetsele eesmärgile, milleks on Euroopa päritoluga audiovisuaalsisu propageerimine. Aruteludokument käsitleb ka muid asjakohaseid riigisiseseid ja ELi poliitikameetmeid, kuna nende vahel eksisteerivad ilmsed seosed ja võimalikud sünergiad.

Alljärgnevalt välja toodud teemasid silmas pidades palutakse ministritel vastata järgmisele küsimusele:

Kuidas saab avaliku poliitika kaudu kõige paremini toetada Euroopa päritoluga audiovisuaalsisu piiriülest levikut nii riigisiseselt kui ka ELi tasandil?

Selleks, et kõigil ministritel oleks võimalus sõna sekka öelda, on sõnavõttude maksimaalne pikkus kolm minutit. Juhul kui audiovisuaalmeedia teenuste direktiivi käsitlev ettepanek esitatakse tõesti enne mais toimuvat nõukogu istungit, võivad ministrid mõistagi pühenduda komisjoni ettepanekule ja ettekandele.

TAUST

1. Muutuv meediamaastik

Euroopa kultuurilise ja keelelise mitmekesisuse edendamine on koos siseturu ja konkurentsivõime tugevdamisega olnud pikka aega ELi audiovisuaalpoliitika peamisi eesmärke, olgu tegu filmide, draamaseriaalide, dokumentaal- või animafilmidega[1]. Üldine meedia sulandumine on sellele uue mõõtme andnud.

Digirevolutsioon ja maailma mastaabis tegutsevate turuosaliste tekkimine mõjutavad tootmist, levitamist ja tarbimist meediasektoris. Uute levivahendite suur hulk võib mõjuda positiivselt nii publikuni jõudmisele kui meediasektori tuludele. Üks risk on siiski see, et tegutsemine Euroopa meediaturul muutub keerukamaks väiksematele ja uutele turuosalistele. Lisaks võib Euroopa päritoluga sisu kahe silma vahele jääda suure hulga (uute) valikute tõttu.

Eriline väljakutse on Euroopa päritoluga audiovisuaalsisu piiriülese leviku edendamine. Alljärgnevalt on toodud mõned seda illustreerivad arvnäitajad.

– Televisioonis läheb Euroopa teostel üpriski hästi (64% saateajast), kuid ajavahemikus 2009–2010 moodustasid väljastpoolt oma riiki pärit Euroopa teosed sellest üksnes 8%[2].

---

[1] Näiteks direktiivi 2010/13/EL (audiovisuaalmeedia teenuste direktiiv) põhjendused 65–67 ning artikli 1 lõige 1 ja artikli 16 lõige 1 (ELT L 95, 15.4.2010, lk 1). Määrus (EL) nr 1295/2013, millega luuakse programm „Loov Euroopa“ (2014–2020) (ELT L 201, 20.12.2013, lk 221), eelkõige selle artikli 4 punkt b ja artikkel 9 (alaprogramm „MEDIA“).

[2] Esimene aruanne direktiivi 2010/13/EL artiklite 13, 16 ja 17 kohaldamise kohta aastatel 2009–2010 – Euroopa päritoluga teoste edendamine ELi kavakohastes ja tellitavates audiovisuaalmeedia teenustes (dok 14233/12). Komisjoni peatselt ilmuva teise aruande kohaselt moodustasid Euroopa päritoluga teosed 2012. aastal jälle 64% saateajast. Teises aruandes ei sisaldu ajakohaseid andmeid televisioonis näidatavate oma riigist pärit ja väljastpoolt oma riiki pärit teoste osakaalu kohta.

– Kinos on Euroopas toodetud filmide arv viimase viie aasta jooksul suurenenud 4474st väljalastud filmist 2010. aastal 6188 väljalastud filmini 2014. aastal.[3] USA filmide vaatajaskond on siiski kõige suurem (63% kinokülastustest 2014. aastal). Oma riigis toodetud filmid on koduturul sageli teisel kohal (24%), kuid neil on raskusi publiku leidmisega piiri taga (9%)[4].

– Tellitavate videoteenuste (ehk nõudevideote) puhul on keskmiselt 27% kataloogides saadaolevatest filmidest Euroopa päritoluga, sellest 19% teiste Euroopa riikide ja 8% oma riigi filme[5].

2. Poliitilised dilemmad

Nii empiirilistest tõenditest kui ka meediaturu arengust tulenevalt tuleks ümber hinnata, kuidas avalik poliitika saaks kõige paremini kaasa aidata Euroopa päritoluga audiovisuaalsisu tootmisele ja levitamisele. ELi tasandil avaldas komisjon 2015. aasta mais Euroopa digitaalse ühtse turu strateegia[6], mille kohaselt komisjon vaatab läbi audiovisuaalmeedia teenuste direktiivi, sealhulgas Euroopa päritoluga teoste edendamist käsitlevad meetmed. Riikidevahelise levitamise edendamine on samuti prioriteet komisjoni autoriõigustealastes algatustes[7] ja kaasnevates meetmetes, mida rahastatakse programmi „Loov Euroopa“ kaudu. Lisaks lõi komisjon 2014. aastal Euroopa filmifoorumi, et püüda leida sünergiaid riiklike ja ELi tasandi poliitikate vahel.

---

3 Euroopa Audiovisuaalsektori Vaatluskeskus/Lumiere, Rentrak. Kuigi näha on püsivat tõusu, tuleb 2014. aasta andmete tõlgendamisel olla ettevaatlik, kuna ei saa kindlalt väita, kui suures osas see järsk tõus tuleneb andmete paremast registreerimisest ja kui suures osas see kajastab väljalastud filmide arvu tegelikku suurenemist. 2013. aastal linastus 4916 uut Euroopa filmi.

4 Euroopa Audiovisuaalsektori Vaatluskeskus/Lumiere. Teistest riikidest pärit filmide puhul oli kinokülastuste osakaal 3,7%. „Euroopa filmideks“ loetakse filme, mida on suuremas osas rahastanud mõni Euroopa riik, jättes välja väljastpoolt rahastust saavad (*incoming investment)*filmid, st filmid, mis toodetakse Euroopas ja mida rahastavad USA stuudiod.

5 Euroopa Audiovisuaalsektori Vaatluskeskus „The origin EU“ (aprill 2016). See aruanne käsitleb nende filmide (mitte draamaseriaalide) päritolu, mis olid saadavad valitud 91-s tellitavate videoteenuste kataloogis Euroopa Liidus 2015. aasta oktoobris.

6 KOM(2015) 192 lõplik – dok 8672/15.

7 Ettepanek: määrus veebisisuteenuste piiriülese kaasaskantavuse tagamise kohta siseturul (KOM(2015) 627 lõplik – dok 15302/15) ja komisjoni 9. detsembri 2015. aasta teatis „Autoriõiguse euroopalikuma ja aja nõuetele vastava raamistiku suunas“ (KOM (2015) 626 lõplik – dok 15264/15).

Riiklikul tasandil hindavad ja kohandavad liikmesriigid samuti erinevaid audiovisuaalsisu tootmise ja levitamise poliitikaid, näiteks rahalised stiimulid (toetused, sooduslaenud, maksusoodustused), lõivud ja kvoodid.

Poliitikakujundajad seisavad silmitsi hulga dilemmadega, sealhulgas alljärgnevatega.

a) Sisu loomine vs publikuni jõudmine

Sisu loomises leiab aset buum, mis on loomingulisest aspektist märkimisväärne, kuid samal ajal on järjest suurenev lahknevus nendes arvudes, kui palju filme Euroopas toodetakse ning kui palju filme levitatakse ja vaadatakse, seda eelkõige piiriülesest aspektist. Avalik poliitika paistab seega olevat vähem edukas turunduse ja levitamise toetamisel. Väiksemate riikide ja keelte puhul tundub olevat eriti suureks väljakutseks oma filmide tootmise jätkamine ja samuti rahvusvahelisel tasandil nende filmide vastu huvi äratamine.

b) Ühistootmine

Ühiselt toodetud filmidel on piiriüleseks levikuks suurem potentsiaal, kuna need on loodud laiemat Euroopa turgu ja publikut silmas pidades. Erinevate riikide vahelisest ühistootmisest on palju võita, kuid Euroopa ja rahvusvahelise ühistootmise rahastamine muutub üha keerukamaks. Erinevate riikide investorid ja tootjad peavad järgima erinevaid õigusnorme ja vastama erinevatele kriteeriumitele, mis teeb rahvusvahelise koostöö järjest suuremaks väljakutseks.

c) Riiklikud rahalised stiimulid

Avaliku sektori toetus peab olema kooskõlas ELi õigusega, eelkõige riigiabi eeskirjadega. Kuigi riiklikest vahenditest rahastamine edeneb, on enamik süsteeme endiselt seotud konkreetsete riikide, platvormide (kino, tellitavad videoteenused, virtuaalreaalsus ja mängud) või žanritega. Uut liiki audiovisuaalsisu puhul, mida ei saa konkreetsesse žanrisse liigitada, on rahastust raskem leida, sest süsteem ei ole veel sulanduva meediamaailmaga kohanenud. Samal ajal on see just seda liiki sisu, mis kasutab erinevaid platvorme, et jõuda erinevate publikurühmadeni.

Kuna toetuste kaudu rahastamine on surve all, siis ilmselt on maksusoodustused alternatiivne tee selleks, et meelitada audiovisuaaltööstust oma riigi territooriumile. Samas võib see panna ELi liikmesriigid omavahel konkureerima ning see ei pruugi tingimata Euroopa audiovisuaalsisu levikut ja nõudlust selle järele suurendada.

d) Kvoodid

Suuremal osal teleringhäälinguorganisatsioonidest ei ole probleeme audiovisuaalmeedia teenuste direktiiviga (artikkel 16) ettenähtud minimaalse 50%-lise Euroopa päritoluga teoste osakaalu saavutamisega. Tegu on peamiselt oma riigis toodetud sisuga, mille järele on kohaliku vaatajaskonna loomulik nõudlus.

Tellitavate videoteenuste puhul on olukord veel keerukam. Teatava hulga Euroopa teoste olemasolu kataloogis ei tähenda, et vaatajad need tegelikult üles leiavad ning neid vaatavad.

Kehtiv audiovisuaalmeedia teenuste direktiiv (artikkel 13) jätab tellitavate videoteenuste puhul ruumi erinevate lähenemisviiside testimiseks ning selleks, et hinnata nende tõhusust suhteliselt uuel turul. Ent selle tulemusena rakendatakse direktiivi eri liikmesriikides erinevalt, mis võib võrdsete tingimuste tagamist negatiivselt mõjutada.