

Bruxelles, 19 mai 2016
(OR. en)

9146/16

AUDIO 64
CULT 44
DIGIT 53

NOTĂ

Sursă:	Secretariatul General al Consiliului
Destinatar:	Consiliul
Nr. doc. ant.:	8668/16 AUDIO 53 CULT 35 DIGIT 45
Subiect:	Revizuirea Directivei serviciilor mass-media audiovizuale și promovarea conținutului audiovizual european - <i>Dezbatere de orientare</i> [Dezbatere publică în temeiul articolului 8 alineatul (2) din Regulamentul de procedură al Consiliului (la propunerea Președinției)]

În urma consultării Comitetului Reprezentanților Permanenți (partea I) la 18 mai 2016, Președinția a pregătit documentul de dezbatere din anexă, care este transmis Consiliului Educație, Tineret, Cultură și Sport ca bază pentru dezbaterile de orientare din cadrul reuniunii sale din 30-31 mai 2016.

**Revizuirea Directivei serviciilor mass-media audiovizuale și promovarea
conținutului audiovizual european**

Document de dezbatere al Președinției

INTRODUCERE ȘI ÎNTREBĂRI

Comisia intenționează să își publice propunerea de revizuire a Directivei serviciilor mass-media audiovizuale (SMAV) la 25 mai 2016. Dacă se respectă această planificare, Comisia va prezenta propunerea în cadrul Consiliului Educație, Tineret, Cultură și Sport (sesiunea despre cultură și audiovizual) din 31 mai, iar apoi va urma un schimb de opinii între miniștri.

Ca o contribuție suplimentară la acest schimb de opinii, Președinția a pregătit prezentul document de dezbatere axându-se pe un obiectiv specific al Directivei SMAV, și anume pe promovarea conținutului audiovizual european. Însă prezentul document se referă și la alte măsuri de politică relevante, naționale și de la nivelul UE, întrucât există legături evidente, precum și posibile sinergii între acestea.

Ținând seama de aspectele subliniate mai jos, miniștrii sunt rugați să răspundă la următoarea întrebare:

Cum pot politicile publice să sprijine cel mai bine circulația transfrontalieră a conținutului audiovizual european atât la nivel național, cât și la nivel european?

Pentru a li se oferi tuturor miniștrilor posibilitatea de a contribui, intervențiile vor fi limitate la maximum trei minute. În cazul în care Directiva SMAV este într-adevăr publicată înainte de reuniunea Consiliului din mai, miniștrii pot desigur alege să își dedice timpul alocat propunerii Comisiei și prezentării acesteia.

CONTEXT

1. Peisajul în continuă schimbare al mass-mediei

Alături de consolidarea pieței interne și a competitivității, un alt obiectiv-cheie al politicii audiovizuale a UE îl reprezintă, de mult timp, promovarea diversității culturale și lingvistice a Europei, fie că este vorba de filme, seriale artistice, documentare sau filme de animație¹.

Convergența mass-mediei la nivel mondial i-a conferit o nouă dimensiune.

Revoluția digitală și apariția unor factori relevanți la nivel mondial afectează numeroase aspecte ale producției, distribuției și consumului de mass-media. Proliferarea noilor mijloace de distribuție poate avea un efect pozitiv atât asupra cotelor de audiență, cât și asupra veniturilor sectorului mass-mediei. Unul dintre riscuri este însă faptul că desfășurarea de activități comerciale pe piața europeană de mass-media va deveni mai dificilă pentru factorii relevanți mai mici și pentru cei noi. De asemenea, conținutul european este trecut cu vederea mai ușor din cauza gamei largi de opțiuni (noi).

O dificultate deosebită constă în promovarea circulației transfrontaliere a conținutului audiovizual european. Mai jos sunt prezentate câteva cifre care ilustrează acest lucru:

- În ceea ce privește televiziunea, operele europene se situează destul de bine (64 % din timpul de transmisie), dar în perioada 2009-2010 numai 8 % din această pondere a constat în opere europene non-naționale².

¹ De exemplu, considerentele 65-67, articolul 1 alineatul (1) și articolul 16 alineatul (1) din Directiva 2010/13/UE (Directiva serviciilor mass-media audiovizuale) (JO L 95, 15.4.2010, p. 1). Regulamentul (UE) nr. 1295/2013 privind instituirea programului „Europa creativă” (2014-2020) (JO L 347, 20.12.2013, p. 221), în special articolul 4 litera (b) și articolul 9 (subprogramul MEDIA).

² Primul raport privind aplicarea articolelor 13, 16 și 17 din Directiva 2010/13/UE pentru perioada 2009-2010 - Promovarea operelor europene în cadrul serviciilor mass-media audiovizuale programate sau la cerere din UE (documentul 14233/12). Potrivit celui de al doilea raport care urmează să fie prezentat de Comisie, operele europene au reprezentat din nou o pondere de 64 % în 2012. Al doilea raport nu conține cifre actualizate privind operele europene naționale versus non-naționale în domeniul televiziunii.

- În ceea ce privește cinematografia, numărul filmelor europene produse a crescut în cinci ani de la 4 474 de proiecții în 2010 la 6 188 de proiecții în 2014³. Cu toate acestea, filmele din SUA atrag cea mai mare audiență (63 % din biletele vândute în cinematografe în 2014). Filmele naționale ocupă deseori al doilea loc pe piața lor internă (24 %), dar întâmpină dificultăți în a-și găsi audiență în străinătate (9 %)⁴.
- În ceea ce privește videoul la cerere, în medie 27 % din filmele disponibile în cataloage sunt europene, dintre care 19 % sunt non-naționale și 8 % naționale⁵.

2. Dileme privind politicile din domeniu

Atât dovezile empirice, cât și evoluția pieței de mass-media impun o reexaminare a celor mai bune moduri în care politicile publice pot favoriza producția și distribuția în domeniul audiovizual european. La nivelul UE, Comisia Europeană a publicat, în mai 2015, o strategie privind piața unică digitală pentru Europa⁶, în care anunță că va revizui Directiva SMAV, inclusiv măsurile de promovare a operelor europene. Promovarea circulației transnaționale este, de asemenea, o prioritate în cadrul inițiativelor Comisiei privind drepturile de autor⁷ și al măsurilor însoțitoare finanțate din programul Europa Creativă. În plus, Comisia a lansat în 2014 un Forum al filmului pentru a identifica sinergii între politicile naționale și cele ale UE.

³ Observatorul European al Audiovizualului/Lumiere, Rentrak. Deși există o tendință constantă, cifra pentru 2014 trebuie interpretată cu prudență deoarece nu se poate stabili cu precizie în ce măsură creșterea semnificativă din 2014 a fost cauzată de o creștere a ariei de acoperire și în ce măsură reflectă o creștere reală a numărului de filme proiectate. În 2013, numărul de proiecții de filme europene a fost de 4 916.

⁴ Observatorul European al Audiovizualului/LUMIERE. Ponderea biletelor vândute la filme din alte țări este de 3,7 %. Se consideră a fi „filme europene” filmele finanțate în cea mai mare parte într-o țară europeană, cu excepția așa-ziselor filme „cu finanțare externă”, și anume filmele care sunt produse în Europa cu finanțare externă din partea studiourilor din SUA.

⁵ Observatorul European al Audiovizualului, „The origin of films in VOD catalogues in the EU” (aprilie 2016). Raportul se referă la originea filmelor (exceptând seriile artistice) care erau disponibile într-o selecție de 91 de cataloage de video-uri la cerere în Uniunea Europeană în octombrie 2015.

⁶ COM(2015) 192 final - documentul 8672/15.

⁷ Propunere de regulament privind asigurarea portabilității transfrontaliere a serviciilor de conținut online în cadrul pieței interne [COM (2015) 627 final - documentul 15302/15] și Comunicarea Comisiei din 9 decembrie 2015 intitulată „Către un cadru modern, mai european privind drepturile de autor” [COM (2015) 626 final - documentul 15264/15].

De asemenea, la nivel național, statele membre sunt în curs de evaluare și de adaptare a diferitelor politici privind producția și distribuția în domeniul audiovizual, cum ar fi stimulentele financiare (granturi, credite preferențiale, facilități fiscale), taxele și cotele.

Factorii de decizie politică se confruntă cu o serie de dileme, printre care se numără următoarele:

a) Crearea de conținut versus cotele de audiență

Are loc o adevărată explozie a creării de conținut, ceea ce este interesant din punct de vedere creativ, dar, totodată, există o discrepanță din ce în ce mai mare între numărul de filme produse în Europa și numărul de filme care sunt difuzate și vizionate, în special la nivel transfrontalier. Prin urmare, se pare că politicile publice nu prea reușesc să sprijine comercializarea și distribuția. Pentru țările mai mici și limbile de circulație mai redusă, pare deosebit de dificil să își sprijine producțiile naționale și, de asemenea, să le sporească atractivitatea la nivel internațional.

b) Coproducțiile

Coproducțiile au potențialul de a circula mai bine la nivel transfrontalier deoarece sunt elaborate în perspectiva unei piețe europene și a unei audiențe mai largi. Există foarte mult de câștigat de pe urma activității de coproducție între țări, dar complexitatea finanțării coproducțiilor europene și internaționale

este din ce în ce mai mare. Investitorii și producătorii din diferite țări trebuie să respecte reglementări diferite și să îndeplinească criterii diferite, ceea ce îngreunează tot mai mult cooperarea internațională.

c) Stimulentele financiare naționale

Sprijinul financiar public trebuie să fie în conformitate cu legislația UE, în special cu normele privind ajutorul de stat. În timp ce finanțarea publică este în curs de evoluție, majoritatea schemelor sunt încă legate de anumite țări, platforme (cinematografie, televiziune, video la cerere, tehnici de realitate virtuală și jocuri electronice) sau genuri. Pentru tipuri noi de conținut audiovizual care nu pot fi încadrate într-un anumit gen, este mai dificil să se obțină finanțare deoarece sistemul nu este încă adaptat la lumea convergentă a mass-mediei. În același timp, în special acest tip de conținut este cel care utilizează în mod eficient diferite platforme pentru a ajunge la diferite grupuri de public.

Având în vedere presiunea asupra finanțării prin granturi, acordarea de facilități fiscale pare a fi o modalitate alternativă de atragere a producțiilor audiovizuale către teritoriile naționale. În același timp, acest lucru poate duce la concurență între statele membre ale UE și nici nu sporește neapărat circulația conținutului audiovizual european și atracția pentru acesta.

d) Cotele

Majoritatea posturilor de televiziune din statele membre ating cu ușurință procentul minim de 50 % de opere europene prevăzut de Directiva SMAV (articolul 16). Este vorba în principal de conținut național pentru care publicul din fiecare țară are o preferință naturală.

În ceea ce privește serviciile de transmisie video la cerere, situația este și mai complexă. Faptul de a avea un anumit număr de opere europene într-un catalog nu înseamnă că telespectatorii le vor găsi și le vor viziona cu adevărat.

Actuala directivă SMAV (articolul 13) oferă o marjă pentru testarea unor abordări diferite în privința serviciilor de transmisie video la cerere și pentru evaluarea eficienței acestora pe o piață relativ nouă. Însă acest lucru are drept rezultat diferite moduri de punere în aplicare a directivei de către statele membre, ceea ce ar putea avea, de asemenea, un efect negativ asupra condițiilor de concurență echitabile.