

Brusel 4. prosince 2020
(OR. en)

13665/20

AUDIO 54
DIGIT 146
CONSOM 208
TELECOM 250
CULT 82
DISINFO 43
PI 88

PRŮVODNÍ POZNÁMKA

Odesílatel:	Martine DEPREZOVÁ, ředitelka, za generální tajemnici Evropské komise
Příjemce:	Jeppe TRANHOLM-MIKKELSEN, generální tajemník Rady Evropské unie
Č. dok. Komise:	COM(2020) 784 final
Předmět:	SDĚLENÍ KOMISE EVROPSKÉMU PARLAMENTU, RADĚ, EVROPSKÉMU HOSPODÁŘSKÉMU A SOCIÁLNÍMU VÝBORU A VÝBORU REGIONŮ Evropská média v digitální dekádě – Akční plán na podporu oživení a transformace

Delegace naleznou v příloze dokument COM(2020) 784 final.

Příloha: COM(2020) 784 final



V Bruselu dne 3.12.2020
COM(2020) 784 final

**SDĚLENÍ KOMISE EVROPSKÉMU PARLAMENTU, RADĚ, EVROPSKÉMU
HOSPODÁŘSKÉMU A SOCIÁLNÍMU VÝBORU A VÝBORU REGIONŮ**

**Evropská média v digitální dekádě –
Akční plán na podporu oživení a transformace**

1. ÚVOD

Evropské mediální a audiovizuální odvětví má zásadní význam pro průběžnou informovanost a trávení volného času občanů během pandemie COVID-19. Došlo k výraznému nárůstu poptávky po prověřených informacích a zprávách a filmy, seriály nebo videohry se v době omezení volného pohybu osob trvajících řadu měsíců staly hlavním zdrojem zábavy.

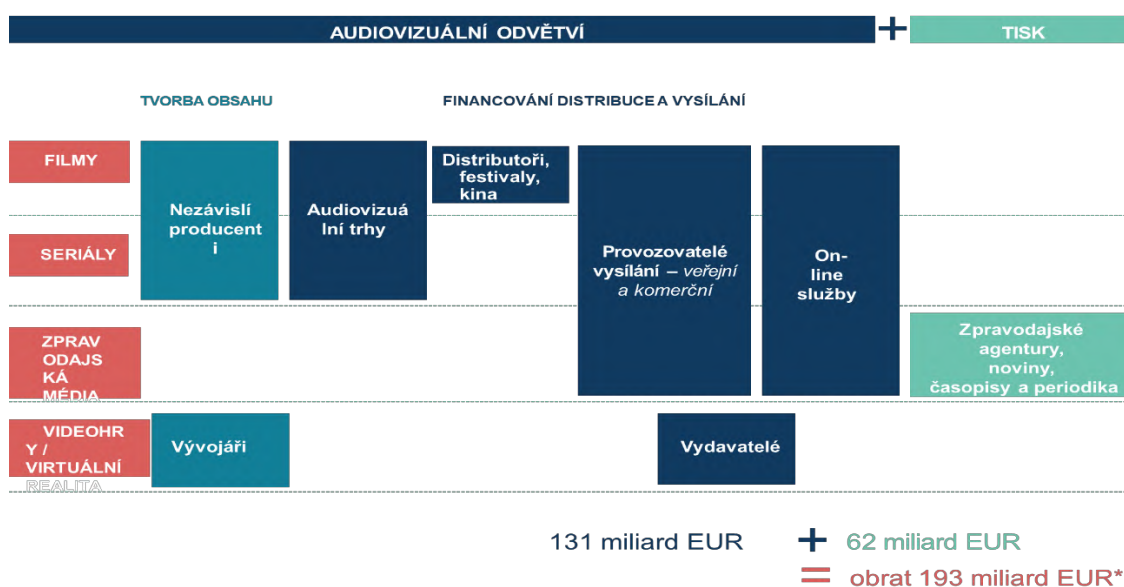
Svobodné, rozmanité a dynamické mediální prostředí je klíčem k posilování otevřených a demokratických společností a k podpoře evropské kulturní rozmanitosti. Evropa je uměleckou a kulturní velmocí. Využití potenciálu jednotného evropského trhu k podpoře kulturní rozmanitosti bude přínosem jak pro média, tak pro audiovizuální odvětví i odvětví kultury v širším smyslu.

Evropské mediální odvětví

Mediální odvětví jako celek zahrnuje celou řadu podniků, které vyrábějí a distribuují obsah a sdílejí synergie a jejichž hodnota je založena na duševním vlastnictví. Odvětví tvoří z velké části malé a střední podniky, ačkoli některé větší mediální společnosti mají dostatečný rozsah, aby mohly začlenit mediální aktivity do všech odvětví a součástí hodnotového řetězce. Mediální odvětví jako celek přispívá k vytváření pracovních míst a růstu, přičemž jeho obrat přesahuje 3 % HDP¹.

Toto sdělení se zaměřuje na odvětví zpravodajských médií (včetně tištěného a on-line tisku, rozhlasu a audiovizuálních služeb) a na audiovizuální zábavu – zejména na film, televizi, rozhlas a video streaming, jakož i na videohry a inovativní formáty, jako jsou zážitky virtuální reality.

ZPRAVODAJSKÁ a AUDIOVIZUÁLNÍ média ve zkratce



*Obrat v zemích EU-27; odhady KEA/Deloitte na základě Eurostatu a jiných zdrojů

¹ Odhady Evropské komise na základě údajů Eurostatu a dalších zdrojů, včetně EAO a Statista.

Dopad pandemie COVID-19

Pandemie má na kulturní a kreativní ekosystém, jehož nedílnou součástí tvoří odvětví zpravodajských médií a audiovizuální odvětví, rozsáhlý dopad. Příjmy vydavatelů zpravodajství z reklamy zaznamenaly v průběhu všeobecného omezení volného pohybu osob ve druhém čtvrtletí roku 2020 pokles o 30 % až 80 %², a příjmy televize z reklamy klesly o 20 %³. Evropské malé a střední podniky působící v oblasti médií čelí závažným problémům s likviditou, vzrostla nezaměstnanost a celá řada mediálních odborníků a novinářů – zejména těch, kteří jsou vystaveni nejistým pracovním podmínkám nebo jsou na volné noze – se ocitla bez příjmu⁴. Příjmy kin se propadly⁵ (odhadované ztráty činí 100 000 EUR na jeden kinosál za měsíc omezení volného pohybu osob), natáčení nových filmů, programů a televizních seriálů bylo v mnoha případech pozastaveno a pojistky často nejsou nastaveny tak, aby kryly události typu celosvětové pandemie⁶.

Současně s tím krize urychlila důležité trendy, které se v digitálních technologiích objevují již dlouho. Během omezení volného pohybu osob posílily své postavení na trhu on-line platformy, které začaly poskytovat nové služby a přilákaly nové publikum. Rekordy v počtu stažených souborů, zejména mezi mladými uživateli, zaznamenaly také nové on-line platformy sociálních médií založené převážně na audiovizuálním obsahu⁷.

Cílem tohoto sdělení je urychlit oživení, transformaci a odolnost mediálního průmyslu. Je nezbytné řešit strukturální výzvy, kterým audiovizuální odvětví a odvětví zpravodajských médií čelí. V odvětví zpravodajských médií se tradiční média snaží přizpůsobit on-line trhu, kde většina příjmů z reklamy plyne globálním on-line platformám. Inzerenti s nástupem pandemie COVID-19 s ohledem na ekonomickou nejistotu snížili své celkové výdaje na reklamu, což pro udržitelnost tohoto odvětví představovalo další výzvu a potenciálně to ovlivnilo přístup občanů k pluralitním a nezávislým zdrojům informací.

Největší výzvu v audiovizuálním odvětví představuje roztržitost trhu. Evropské audiovizuální společnosti se celkově vzato až na několik výjimek zaměřují na vnitrostátní publikum. Evropské filmy se v rámci EU vyvezou v průměru do tří zemí, zatímco filmy z USA do deseti zemí. Filmy z USA rovněž představují 66 % příjmů kin v EU⁸. V důsledku toho jsou i největší evropští mediální aktéři výrazně menší než jejich hlavní

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

³ EAO, analýza společnosti Ampere, říjen 2020.

⁴ Přehled audiovizuálního odvětví v kontextu pandemie COVID-19 viz: <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 Absence odpovídajícího pojištění byla zdůrazněna také v souvislosti s opatřeními přijatými v reakci na pandemii vnitrostátními filmovými fondy: <https://europeanfilmagencies.eu/news-publications/our-press-releases/241-measures-by-efad-members-to-mitigate-the-consequences-of-the-covid-19-outbreak>.

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

⁸ Evropská audiovizuální observatoř.

globální konkurenti. Evropské skupiny představují 11 % příjmů 50 předních světových audiovizuálních skupin, kdežto skupiny z USA více než 70 %⁹.

Úloha platforem na evropském audiovizuálním trhu

Na evropský trh vstoupila řada silných mezinárodních platforem videa na vyžádání, které v Evropě úspěšně vytvářejí obsah. Pro evropské nezávislé výrobce audiovizuálního obsahu a audiovizuální díla to představuje současně příležitost i výzvu.

Platformy mohou na jedné straně zajistit evropským výrobcům a umělcům přístup k širšímu mezinárodnímu publiku a atraktivní odměny. Ty jsou v některých případech doplněny ještě pobídkami založenými na využívání filmů či seriálů anebo bonusy vázanými na úspěšnost jejich práce.

Na druhé straně skutečnost, že platformy využívají model, který lze definovat jako „díla na objednávku“ (tj. získání veškerých práv duševního vlastnictví od výrobce anebo od jednotlivých tvůrců již od samého počátku, celosvětově a na neomezenou dobu), může výrobce nebo talenty na dané konkrétní platformě „zablokovat“.

Audiovizuální společnosti by měly být v takové situaci, aby mohly za svůj domácí trh považovat celý evropský kontinent, a nejen své jednotlivé vnitrostátní trhy. Za tímto účelem musí evropští aktéři dosáhnout dostatečné velikosti, která jim umožní překročit vnitrostátní hranice a investovat do obsahu, talentů, propagace, distribuce, inovací a technologií kdekoli v EU. Společnosti v odvětví zpravodajských médií by měly mít možnost nalézt dostatek životaschopných a udržitelných modelů financování, které by občanům zajistily přístup k pluralitnímu, rozmanitému a nezávislému mediálnímu prostředí, a to i na regionální a místní úrovni.

Klíčem k odemknutí tohoto skutečného potenciálu je digitální transformace. To platí pro ekonomiku jako celek, přičemž média nejsou výjimkou. Evropa má k dispozici veškeré prostředky nezbytné k tomu, aby se jí v digitálním desetiletí dařilo – jednotný trh s 450 miliony spotřebitelů, rezervoár talentů, kreativitu výrobců, autorů a umělců i kvalitu evropského obsahu.

Vědomí naléhavosti

Kombinace základních trendů a krize COVID-19 by bez silné politické odezvy mohly narušit odolnost evropského mediálního odvětví a jeho demokratickou úlohu. To by mohlo oslabit kulturní rozmanitost Evropy a pluralitu sdělovacích prostředků.

Evropští občané musí mít i nadále možnost v plném rozsahu využívat bohatství informací a zábavy, které mediální odvětví nabízí, a spoléhat se na otevřenou demokratickou diskusi a na mediální a uměleckou svobodu. Zároveň by měli mít možnost si z této škály možností svobodně vybírat a měli by být schopni se orientovat v moderním zpravodajském prostředí a přijímat informovaná rozhodnutí.

Pro mediální odvětví mají zásadní význam práva duševního vlastnictví¹⁰. Účinné prosazování práv duševního vlastnictví – a zejména práva autorského – je klíčovým prvkem podpory tohoto odvětví, především v současné náročné době.

⁹ Evropská audiovizuální observatoř.

EU nedávno modernizovala svůj regulační rámec revizí směrnice o audiovizuálních mediálních službách¹¹ a reformou autorského práva¹², čemuž předcházely rozsáhlé diskuse o tom, jak nejlépe zajistit svobodu projevu ve všech jejích aspektech. Toto sdělení vychází z tohoto moderního souboru pravidel a navrhuje další kroky, které budou kombinovat investice s dalšími politickými opatřeními s cílem pomoci mediálnímu odvětví čelit krizi a následně zvýšit jeho konkurenceschopnost. V souladu s uvedenými skutečnostmi stojí toto sdělení na třech tématech:

a) *zotavení z krize*: plány Komise na to, jak pomoci audiovizuálním a mediálním společnostem překonat současné neklidné období a poskytnout jim likviditu a finanční podporu;

b) *transformace*: řešení strukturálních problémů tím, že danému odvětví bude poskytnuta pomoc, aby dokázalo čelit souběžné transformaci související se změnou klimatu a digitalizaci, a to v kontextu silné celosvětové konkurence;

c) *posílení postavení*: nastavení podmínek umožňujících větší inovace v tomto odvětví při současném zajištění skutečně rovných podmínek a posílení postavení občanů v podobě snadnějšího přístupu k obsahu a přijímání informovaných rozhodnutí.

Hospodářské oživení a konkurenceschopnost mediálního odvětví je základním předpokladem zdravého, nezávislého a pluralitního mediálního prostředí, které má zásadní význam pro naši demokracii. Toto sdělení doplňuje evropský akční plán pro demokracii. Ten se zabývá riziky, která pro evropské demokratické systémy představují dezinformace a ohrožení integrity voleb a svobody a plurality sdělovacích prostředků. Zahrnuje celou řadu iniciativ na vytvoření bezpečnějšího a lepšího prostředí pro novináře, v němž budou moci lépe vykonávat svou práci, a také na podporu mediální gramotnosti.

Toto sdělení je rovněž plně v souladu s připravovanými návrhy Komise týkajícími se aktu o digitálních službách a aktu o digitálních trzích, jejichž cílem bude modernizace právního rámce platného pro digitální služby v EU. Společně stanoví jasná pravidla a odpovědnost on-line platforem, zejména těch nejsilnějších, s cílem zajistit rovné podmínky on-line.

Zdravé mediální prostředí má zásadní význam také pro demokratické a stabilní země v procesu rozšíření EU a země evropského sousedství. Tam, kde je to proveditelné a vhodné, budou iniciativy uvedené v tomto sdělení – včetně iniciativ zaměřených na zpravodajská média a mediální gramotnost – otevřeny nezávislým profesionálním sdělovacím prostředkům v zemích, na něž se vztahuje politika rozšíření a politika sousedství EU. Doplní a posílí opatření, na která poukazuje akční plán EU pro lidská práva a demokracii na období 2020–2024¹³. Opatření případně přispějí rovněž k propagaci evropského mediálního obsahu ve třetích zemích.

¹⁰ Viz COM(2020) 760 – Maximální využití inovačního potenciálu EU – Akční plán pro duševní vlastnictví na podporu oživení a odolnosti EU
https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/cs/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>.

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

Opatření uvedená v tomto sdělení zohlední potřebu inkluzivního evropského mediálního odvětví, které bude odrážet rozmanitost Evropy. Provedou se tak, aby podporovala rovný přístup k příležitostem a zdrojům pro osoby, které by jinak mohly být vyloučeny nebo marginalizovány, například zajištěním přístupu k obsahu i pro osoby se zdravotním postižením¹⁴.

Stávající pravidla státní podpory definují podmínky, za kterých mohou členské státy poskytovat veřejnou podporu. Aby Rada usnadnila podporu ze strany vnitrostátních orgánů, vyzvala Komisi, aby posoudila uplatňování pravidel státní podpory na odvětví tisku. Komise posuzuje potřebu vhodných opatření. Dočasný rámec státní podpory se vztahuje také na opatření specifická pro dané odvětví, jako je například podpora odvětví tisku, hudby a audiovizuálního odvětví¹⁵.

2. ZOTAVENÍ Z KRIZE

Mediální společnosti představují z hlediska konkurenceschopnosti Evropy rozhodující přínos. Je tedy nanejvýš důležité poskytnout jim vhodnou finanční podporu a likviditu, a umožnit jim tak překonat současné hospodářsky neklidné období. V této souvislosti bude hrát klíčovou roli program Kreativní Evropa – a především jeho dílčí program MEDIA. Tento program představuje v období posledních 30 let hlavní nástroj podpory EU poskytované kulturnímu a kreativnímu odvětví, včetně odvětví audiovizuálního.

Na základě politické dohody o příštím dlouhodobém rozpočtu a o nástroji Next Generation EU, které bylo dosaženo dne 10. listopadu 2020, by se rozpočet programu Kreativní Evropa na období 2021–2027 zvýšil přibližně o 58 % s celkovým finančním krytím ve výši 2,2 miliardy EUR v cenách z roku 2018 (oproti 1,4 miliardy EUR na období 2014–2020 v cenách z roku 2018 na úrovni zemí EU-27). Na základě návrhu Komise a po dokončení jednání bude tento program také poprvé zahrnovat i opatření zaměřená na svobodu a pluralitu sdělovacích prostředků, žurnalistiku a mediální gramotnost.

Komise zahájila celou řadu opatření již v průběhu roku 2020. Byla zavedena opatření v oblasti flexibility v rámci Záručního nástroje pro kulturní a kreativní odvětví¹⁶, zejména zvýšení krytí záruk až na 90 % pro jednotlivé malé a střední podniky a zastropování

¹⁴ To se provede s ohledem na Úmluvu OSN o právech osob se zdravotním postižením:

<https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities.html>

¹⁵ Aby Komise usnadnila podporu tisku a zvýšila transparentnost a předvídatelnost kontroly státní podpory v tomto odvětví, vytvořila on-line úložiště, které bude pravidelně aktualizovat (https://ec.europa.eu/competition/sectors/media/sa_decisions_to_media.pdf) a které obsahuje příslušné již řešené případy. Pravidelně aktualizované informace o podpoře poskytnuté členskými státy jsou k dispozici rovněž v rejstříku transparentnosti. Významný krok umožňující členským státům podporovat podniky v době rozšíření onemocnění COVID-19 představovalo rozhodnutí Evropské komise ze dne 13. října 2020 o prodloužení a rozšíření oblasti působnosti dočasného rámce státní podpory přijatého dne 19. března 2020. Podpora poskytnutá podle dočasného rámce může být kumulována s podporou podle nařízení o podpoře *de minimis* (nařízení Komise (EU) č. 1407/2013, č. 1408/2013, č. 717/2014 a č. 360/2012), která je osvobozena od oznamovací povinnosti, pokud jsou dodržena ustanovení a pravidla pro kumulaci podpor uvedená v těchto nařízeních. [SA.59106 (2020/N) Odškodnění dánského mediálního odvětví v souvislosti s onemocněním COVID-19 – Dánsko; SA.57530 (2020/N) – COVID-19 – Režim podpory pro producenty audiovizuálních záznamů – Lucembursko; Státní podpora SA.58801 (2020/N) – Itálie COVID-19: Podpora malých vydavatelství a státní podpora; SA.58847 (2020/N) – Itálie COVID-19: Podpora hudby.]

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

záruky pro finanční zprostředkovatele na 25 % společně s úvěrovými prázdinami. Podpora sítě evropských kin se v prvním čtvrtletí roku 2021 zvýší o pět milionů EUR.

Potenciál k tomu, aby sehrály významnou úlohu při podpoře mediálního odvětví, mají evropské strukturální a investiční fondy¹⁷. Již nyní je odvětví způsobilé k získání podpory v rámci dvou balíčků investiční iniciativy pro reakci na koronavirus, která přeměrovává stávající fondy soudržnosti na opatření reakce na krizi, jako je poskytování provozního kapitálu malým a středním podnikům¹⁸.

Další finanční prostředky na podporu soudržnosti byly uvolněny též prostřednictvím balíčku REACT-EU¹⁹, přičemž odvětví kultury bylo uznáno za prioritu a podpora se zaměří na krátkodobé pracovní programy a osoby samostatně výdělečně činné, jakož i na podporu malých a středních podniků.

Důležitým nástrojem, který je členskými státy k dispozici v případě, že potřebují mobilizovat značný objem finančních prostředků na boj proti negativním hospodářským a sociálním důsledkům koronavirové nákazy na svém území, je rovněž dočasná podpora na zmírnění rizik nezaměstnanosti v mimořádné situaci (SURE)²⁰.

Významnou příležitostí k investicím do souběžné digitální a ekologické transformace a k posílení odolnosti našeho průmyslu představuje pro členské státy i facilitace na podporu oživení a odolnosti. Každý vnitrostátní plán na podporu oživení a odolnosti vyčlení nejméně 20 % výdajů na digitální technologie. Do tohoto cíle se započítávají i opatření na podporu výroby a distribuce digitálního obsahu, jako jsou například digitální média.

V rámci plánů na podporu oživení a odolnosti a v souladu s pravidly státní podpory mohou k posílení digitálních kapacit evropského mediálního a audiovizuálního odvětví přispět také vnitrostátní reformy a investice, mimo jiné prostřednictvím projektů pro více zemí, jako jsou koprodukce evropského obsahu, infrastruktura mediálního datového prostoru EU nebo kapitálové investice na podporu evropské audiovizuální produkce nebo distribuce (viz opatření č. 2 níže).

V této souvislosti, jak je uvedeno v roční strategii Komise pro udržitelný růst 2021, by členské státy měly věnovat pozornost odvětvím, která hrají klíčovou úlohu pro naše demokracie, „zejména odvětví sdělovacích prostředků, kde by podpora měla být poskytována způsobem, který respektuje a prosazuje svobodu a pluralitu sdělovacích prostředků“, a rovněž iniciovat sdílení osvědčených postupů mechanismů veřejné podpory mezi členskými státy²¹.

OPATŘENÍ 1 – Snadnější přístup k podpoře EU

- *Nový interaktivní nástroj, který provádí mediální společnosti různými nástroji podpory*

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

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

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

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

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

Určeno pro: všechny mediální společnosti v EU bez ohledu na oblast jejich činnosti (audiovizuální, zpravodajská média atd.) a velikost

Komise bude usilovat o to, aby mediální společnosti měly přístup k možné podpoře EU ze všech dostupných nástrojů a programů. Za tím účelem vytvoří v úzké koordinaci s jednotnou branou EU k možnostem financování EU²² nový interaktivní nástroj uzpůsobený na míru mediálnímu odvětví. Ten nabídne pokyny, jak požádat o příslušnou podporu EU, a to jednak v mezích víceletého finančního rámce na období 2021–2027, jednak prostřednictvím vnitrostátních plánů oživení a odolnosti.

Nástroj shrne veškeré příslušné možnosti financování EU pro audiovizuální média a pro zpravodajská média. Jakoukoli evropskou mediální společnost bez ohledu na její velikost a zaměření bude možné několika kliknutími nasměrovat na nejvhodnější zdroj podpory EU v závislosti na jejích vlastnostech a potřebách. Společnosti budou mít taktéž přístup k informacím o jednotlivých výzvách a o možnostech pomoci v procesu podávání žádostí.

To bude vycházet ze stávajících nástrojů a zkušeností sítě Enterprise Europe Network²³, která poskytuje podporu a poradenství společnostem, včetně společností v oblasti mediálního a audiovizuálního odvětví.

OPATŘENÍ 2 – Iniciativa MEDIA INVEST, jejímž cílem je podpořit investice do audiovizuálního odvětví

- *Specializovaná platforma pro podporu kapitálových investic do evropské audiovizuální produkce a distribučních strategií*
- *Vytvoření investičního propojení budováním kapacit pro investory a investiční připravenosti pro společnosti*

Určeno pro: společnosti EU působící v oblasti audiovizuální produkce a distribuce

Evropské audiovizuální odvětví se vyznačuje velkým počtem vysoce inovativních a kreativních nezávislých produkčních a distribučních společností s vysokým růstovým potenciálem. Často jim však chybí finanční síla, která by jim umožňovala konkurovat na evropské a celosvětové úrovni. Zároveň si potenciál těchto společností evropští investoři dosud většinou neuvědomují. Investice do těchto podniků si často spojují s vysokým rizikem daným nedostatečnou historií úspěšných produkcí a skutečností, že jejich aktiva jsou převážně nehmotné povahy.

Významné přispění ke zlepšení přístupu k úvěrům znamenal Záruční nástroj pro kulturní a kreativní odvětví²⁴. Tento typ podpory bude pokračovat i nadále prostřednictvím programu InvestEU.

Existuje však také mezera v kapitálovém financování audiovizuálního odvětví a dalších tvůrčích odvětví odhadovaná na 399–648 milionů EUR ročně²⁵. Proto je zapotřebí nová

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

²³ <https://een.ec.europa.eu/>.

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

²⁵ Hodnocení nových finančních nástrojů pro malé a střední podniky, společnosti se střední tržní kapitalizací a organizace z kulturních a tvůrčích odvětví *ex ante*, SQW, 2019.

iniciativa na podporu kapitálového financování s cílem posílit možnosti nezávislé audiovizuální produkce v Evropě, tak aby byla schopna vytvářet pro mezinárodní trh kvalitní díla ze všech částí Evropy. Evropské společnosti musí mít přístup k finančním prostředkům, které jim umožní větší samostatnost a využívání duševního vlastnictví obsahu, který vytvářejí.

Komise podpoří vytvoření specializované investiční platformy, kterou nastartují finanční prostředky pocházející mimo jiné z dílčího programu MEDIA v rámci programu Kreativní Evropa a z programu InvestEU. Jejím cílem je mobilizace soukromých investorů a je otevřena spolupráci s národními podpůrnými institucemi a odvětvovými sdruženími. Podpoří audiovizuální podniky, které by mohly produkovat špičková díla pro evropské i mezinárodní trhy, a zkoordinuje využívání práv a distribuci na všech územích.

Tato investiční platforma pomůže audiovizuálním společnostem rozšířit činnost na mezinárodní úroveň, aby mohly podstupovat větší rizika, rozvíjet strukturovanou spolupráci s distributory nebo s jinými médii a spravovat a využívat své katalogy. Posílení kapitálu společností na druhé straně těmto společnostem umožní investovat do větších produkcí, které mají větší šanci oslovit širší publikum a dosáhnout větších tržeb.

Cílem je mobilizovat investice ve výši 400 milionů EUR během sedmiletého období, což významně přispěje k řešení mezery ve financování vlastního kapitálu²⁶. Za určitých podmínek by byla možná i kombinace s plány členských států na podporu oživení a odolnosti, financovanými prostřednictvím nástroje Next Generation EU²⁷.

Investiční platforma bude doplněna činnostmi v oblasti budování kapacit pro investory, jejichž cílem je zvýšit jejich znalosti o globálních výrobních a distribučních trzích a souvisejících rizicích a poskytnout jim informace o trhu. V roce 2021 se bude konat konference investorů s cílem shromáždit a mobilizovat investorskou komunitu.

Na základě zkušeností získaných v rámci Záručního nástroje pro kulturní a kreativní odvětví budou navíc audiovizuálním společnostem, které mají o tento typ investic zájem, nabídnuta opatření v oblasti připravenosti na investice. Tyto společnosti získají pokyny vytvořené na míru a přizpůsobené jejich obchodní strategii s cílem přilákat investory a identifikovat ty nejslibnější projekty.

OPATŘENÍ 3 – „NEWS“: iniciativa s cílem sloučit opatření a podporu pro odvětví zpravodajských médií

- *Lepší přístup k financování prostřednictvím úvěrů a pilotní kapitálové iniciativy*
- *Budování kapacit mezi investory a médii*
- *Podpora zpravodajských médií podněcující k transformaci založené na vzájemné*

²⁶ V kapitálovém financování audiovizuálního odvětví a dalších tvůrčích odvětví existuje mezera odhadovaná na 399–648 milionů EUR ročně. Zdroj: Hodnocení nových finančních nástrojů pro malé a střední podniky, společnosti se střední tržní kapitalizací a organizace z kulturních a tvůrčích odvětví *ex ante*, SQW, 2019.

²⁷ V souladu s návrhem nařízení Evropského parlamentu a Rady, kterým se zřizuje facility na podporu oživení a odolnosti, COM(2020) 408 final. Jak je uvedeno v článku 8, podpora z facility na podporu oživení a odolnosti doplňuje podporu poskytovanou z jiných fondů a programů Unie. Článek 22 stanoví, že Komise a členské státy zajistí účinnou koordinaci mezi facility na podporu oživení a odolnosti a jinými programy Unie.

- spolupráci*
- *Evropské fórum zpravodajských médií*

Určeno pro: evropská zpravodajská média, novináře a související organizace

Zpravodajská média jsou zároveň odvětvím ekonomiky i veřejným statkem. Aby jednotlivé kanály zpravodajských médií mohly produkovat nezávislý důvěryhodný obsah, potřebují k tomu čas, stabilitu a zdroje. To zahrnuje i nezbytnost zvýšené schopnosti médií analyzovat a zohledňovat vědecké informace o významných společenských otázkách, jako je například zdravotní péče a změna klimatu. V posledních několika letech však odvětví zpravodajských médií čelí neustálým změnám způsobeným vyvíjejícími se příjmovými modely a přechodem k digitalizaci. V důsledku problémů se zpeněžováním musely některé mediální kanály – především na místní a regionální úrovni – v některých případech ukončit činnost, což potenciálně mohlo malé trhy vystavit „zpravodajské poušti“. Mediální kanály rovněž omezily vysílání svých korespondentů do zahraničí, což může mít škodlivý vliv na hloubkovou analýzu a profesionalitu zpravodajství. Krize COVID-19 mohla tyto trendy urychlit, avšak evropští občané se současně spoléhají na zpravodajská média více než kdykoli dříve, což se odráží v rostoucím počtu čtenářů a publika²⁸.

Komise zahájí iniciativu „NEWS“ s cílem sloučit opatření a podporu pro odvětví zpravodajských médií. Iniciativa se bude komplexně zabývat výzvami, kterým odvětví zpravodajských médií čelí, a poskytne soudržnou reakci, která v sobě pod jednou hlavičkou spojí různé nástroje financování. To zvýší soudržnost, viditelnost a dopad opatření podporovaných v rámci jednotlivých zdrojů financování při plném respektování nezávislosti sdělovacích prostředků.

Komise umožní lepší přístup k financování tím, že stimuluje úvěry i kapitálové financování:

- Zpravodajským médiím, která se snaží získat likviditu, bude usnadněn přístup k úvěrům díky záruce InvestEU, přičemž se bude vycházet ze zkušeností Záručního nástroje pro kulturní a kreativní odvětví a Evropského fondu pro strategické investice.
- U odvětví zpravodajských médií vyžadujících investice bude Komise usilovat o to, aby prostřednictvím programu InvestEU vytvořila pilotní projekt založený na kapitálu, který bude schopen inovativním způsobem podporovat mimo jiné odvětví zpravodajských médií a spoluinvestovat se zapojením finančních prostředků pocházejících od filantropů, nadací a dalších soukromých partnerů.

Tato opatření budou doplněna službami v oblasti budování kapacit, jejichž cílem je zvýšit povědomí investorů a médií o trhu evropských zpravodajských médií a podporovat investiční připravenost evropských mediálních kanálů, zejména místních médií. To pomůže navázat dialog, zajistit zapojení potenciálních investorů a usnadnit investice.

Navíc bude poskytnuta cílená podpora ve formě grantů v rámci meziodvětvové složky programu Kreativní Evropa pro partnerství zpravodajských médií založená na spolupráci. Granty podpoří i testování nových obchodních modelů, především místních médií,

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

pomohou médiím při vytváření obchodních a vydavatelských standardů a podpoří společné a přeshraniční zpravodajství, odbornou přípravu a mobilitu odborníků a sdílení osvědčených postupů. Umožní se vytváření sítí kontaktů mezi vybranými projekty s cílem maximalizovat jejich dopad.

Komise se zapojí do pravidelných výměn informací s daným odvětvím ve snaze vytvořit program inovací zpravodajských médií, který může tomuto odvětví pomoci prosperovat v digitální ekonomice i ve společnosti. Za tímto účelem zřídí Komise evropské fórum zpravodajských médií, které bude spolupracovat se zúčastněnými stranami, včetně regulačních orgánů pro sdělovací prostředky, zástupců novinářů, samoregulačních orgánů (mediálních/tiskových rad), občanské společnosti a mezinárodních organizací.

3. TRANSFORMACE

Cílem tohoto oddílu je podpořit dlouhodobou odolnost a konkurenceschopnost evropského mediálního odvětví; doprovází zejména souběžnou ekologickou a digitální transformaci. To má význam rovněž pro podporu zásadní úlohy tohoto odvětví při uspokojování společenských potřeb a podpoře evropských hodnot.

Stejně jako v celé řadě průmyslových odvětví jsou i u mediálního odvětví ústředním prvkem přeměny datové technologie²⁹. Jedná se především o to, že data o uživateli v oblastech, v nichž zastávají dobrou pozici globální konkurenti Evropy, jako je například vývoj individualizace obsahu a propagace, umožňují vznik nových obchodních modelů založených na přímějším vztahu se zákazníky³⁰. Klíčovým příkladem je reklama, kde v roce 2015 internet předstihl televizi jako hlavní kanál a od té doby svůj náskok průběžně upevňuje. V roce 2018 činila internetová reklama celkem více než 50 miliard EUR, přičemž reklama televizní nedosahovala ani 40 miliard EUR³¹.

Současně se neustále zvyšuje dostupnost spotřebitelských dat v důsledku používání chytrých telefonů. Podíl čtenářů, kteří přistupují ke zprávám z chytrých telefonů, vzrostl z 39 % v roce 2014 na 48 % v roce 2020. To nabízí nové příležitosti pro vytváření, propagaci a distribuci obsahu ve formátech, které jsou přizpůsobeny potřebám čtenářů.

V této souvislosti je dodržování ochrany údajů³² nezbytné k posílení základních práv jednotlivců v digitálním věku a usnadnění podnikání tím, že vyjasňuje pravidla pro společnosti a veřejné subjekty na jednotném digitálním trhu.

Dalším odvětvím, jehož potenciál je z velké části neprobádaný a kde by bylo možné vybudovat synergie mezi mediálním odvětvím a dalšími klíčovými evropskými odvětvími, je rovněž vznikající oblast imerzního obsahu.

Evropské mediální odvětví nesmí zaostávat v oblasti ekologické transformace. Proto budou v souladu s cíli Zelené dohody pro Evropu³³ – dosažení klimatické neutrality do roku 2050, oddělení hospodářského růstu od využívání zdrojů, obnova biologické

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

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

³¹ Evropská audiovizuální observatoř.

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

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

rozmanitosti a snížení znečištění – zavedena opatření ke snížení dopadu tohoto odvětví na životní prostředí.

OPATŘENÍ 4 Podpora inovací prostřednictvím evropského mediálního datového prostoru a podpory nových obchodních modelů

- *Vytvoření mediálního datového prostoru na podporu mediálních společností v oblasti sdílení dat a vývoje inovativních řešení*
- *European Media Outlook: zpráva pro účely analýzy mediálních trendů*

Určeno pro: evropské vydavatele, provozovatele vysílání, rádia, reklamní společnosti, malé a střední podniky působící v oblasti médií, poskytovatele technologií, začínající podniky v oblasti obsahu a technologií, tvůrce obsahu, výrobce, distributory

Aby se evropské mediální společnosti staly inovativnějšími a konkurenceschopnějšími, je třeba, aby dostaly možnost činit efektivnější rozhodnutí a zavádět pokročilejší řešení založená na informacích získaných z dat. Komise navrhuje dosáhnout tohoto výsledku podporou vytvoření evropského „mediálního datového prostoru“. Tato iniciativa vychází z evropské strategie pro data³⁴ a bude naplňována v plném souladu s právními předpisy na ochranu údajů.

Datové prostory mohou změnit způsob spolupráce tvůrců, výrobců i distributorů. Poskytují hosting důležitých mediálních dat, jako je například obsah, údaje o uživatelích a metadata obsahu, jakož i dalších typů údajů o chování uživatelů, které by mohly být užitečné pro vytvoření obsahu lépe přizpůsobeného potřebám spotřebitelů a jeho účinnější distribuci.

Iniciativa pro mediální datové prostory, financovaná prostřednictvím programů Horizont Evropa a Digitální Evropa, bude podporovat vydavatele tisku, provozovatele vysílání, další mediální společnosti a poskytovatele technologií formou vytváření datového prostoru vyhrazeného pro mediální aplikace. Program Digitální Evropa pomůže při zavádění datové infrastruktury a definuje strategii interoperability dat. V souladu s evropskou strategií pro data a novou horizontální iniciativou pro správu dat³⁵ bude zahrnovat i nejmodernější nástroje a služby potřebné pro správu a zpracování dat, definovat podmínky pro sdílení a využívání dat, včetně duševního vlastnictví, ochrany osobních údajů a pravidel hospodářské soutěže. Tato iniciativa bude stanovena s přihlédnutím k příspěvkům rozsáhlého okruhu zúčastněných stran.

Datová infrastruktura by měla být dostupná jak veřejnoprávním sdělovacím prostředkům, tak provozovatelům komerčních sdělovacích prostředků bez ohledu na to, zda se jedná o velké, či malé, začínající, nebo již zavedené subjekty. Bylo by například možné, aby se spojilo několik vydavatelů zpráv v EU – způsobem podporujícím hospodářskou soutěž a s ohledem na pravidla ochrany údajů, jejich obsah a údaje o zákaznících – s cílem vytvářet zprávy zaměřené na vlastní vnitrostátní publikum, přičemž příslušný obsah by byl automaticky překládán do jejich vlastních jazyků. Datový prostor by mohl rovněž poskytnout cenný vhled do služeb zaměřených na zvýšení přeshraniční dohledatelnosti mediálního obsahu (zpravodajského a zábavního obsahu) a na usnadnění přístupu kreativních malých a středních podniků k výpočetním zdrojům. Kromě toho by mohl

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

³⁵ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/cs_ip_20_2102.

umožnit využívání synergií s datovými soubory vytvářenými jinými tvůrčími odvětvími (např. datovými prostory pro kulturní dědictví) a průmyslovými odvětvími (např. maloobchod, automobilový průmysl).

Program Horizont Evropa bude navíc podporovat inovativní aplikace a technologie v oblasti médií. Investice do modulárních složek infrastruktury a složek infrastruktury s otevřeným zdrojovým kódem by mohly usnadnit vznik nových obchodních modelů a jejich využívání tradičními i novými médii, a tím zlepšit přístup občanů k informacím získávaným z širokých zdrojů.

Evropská komise každé dva roky zadá vypracování zprávy o perspektivě mediálního odvětví nazvané „Media Industry Outlook“, a to s cílem upevnit svou znalostní základnu a získat informace pro budoucí politické iniciativy. Zpráva bude zkoumat mediální trendy – od technologického pokroku až po vznikající výrobní a spotřební vzorce – a analyzovat jejich potenciální dopad na evropský mediální trh a obchodní modely.

OPATŘENÍ 5 – Podpora evropské průmyslové koalice pro virtuální a rozšířenou realitu

- *Cílem průmyslové koalice pro virtuální a rozšířenou realitu je stimulovat spolupráci napříč průmyslovými odvětvími a zajistit vedoucí postavení Evropy*
- *Vytvořit mediální laboratoř virtuální reality pro projekty zaměřené na nové způsoby vyprávění příběhů a interakce*

Určeno pro: evropské společnosti působící v oblasti virtuální a rozšířené reality a odborníky a průmyslová odvětví využívající aplikace virtuální a rozšířené reality

Imerzní technologie a vysoce kvalitní obsah umožňují vytvářet nové aplikace a případy použití, jakož i nové způsoby interakce s publikem. Imerzní technologie vytvářejí přitažlivější a hlubší zážitky v různých oblastech, jako jsou například média, zábava, kultura, zdravotní péče, design, architektura, výroba, vzdělávání, cestovní ruch, móda, odborná příprava nebo maloobchodní nákupy.

Virtuální realita a rozšířená realita mají potenciál do roku 2030 přispět do globální ekonomiky částkou přibližně 1,3 bilionu EUR, což znamená navýšení oproti 39 miliardám EUR v roce 2019³⁶.

Většina významných aktérů se sice v současné době nachází v Asii a USA, avšak i Evropa má velký potenciál získat v této technologii vedoucí postavení na trhu³⁷. Fondy EU na financování výzkumu podpořily od 90. let 20. století více než 450 projektů věnovaných virtuální realitě a rozšířené realitě v celkové hodnotě přesahující jednu miliardu EUR.

Evropa má díky své velké kulturní rozmanitosti výraznou konkurenční výhodu z hlediska obsahu: potenciál virtuální reality aktivně zkoumají a podporují přední aktéři v oblasti kultury, jako je například ARTE, Benátský filmový festival a Centre National du Cinema. Evropa má rovněž k dispozici vysoce kvalifikované pracovníky schopné 3D

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.

modelování a vytváření počítačově generovaného obsahu pro herní průmysl a animaci virtuální reality.

Obsah virtuální a rozšířené reality, technická řešení a aplikace mají díky evropské kreativité a silné výzkumné základně potenciál podnítit inovace i v jiných průmyslových odvětvích, například ve výrobě, a sice zdokonalováním vývoje produktů a jednotlivých procesů. Kromě toho hrají významnou úlohu též jako hybná síla transformace odvětví cestovního ruchu a pomáhají tvůrčím odvětvím, jako je například móda nebo architektura, vytvářet nové obchodní modely, zvyšovat efektivitu výroby snížením množství odpadu a rozšiřovat zákaznické zkušenosti.

Evropské odvětví virtuální a rozšířené reality však trpí roztržitostí napříč jednotlivými odvětvími, aktéry i aplikacemi. Komise proto navrhuje vytvořit koalici pro virtuální a rozšířenou realitu, která by stimulovala spolupráci a vzájemné obohacování napříč odvětvími a zajistila Evropě na tomto klíčovém a neustále rostoucím trhu vedoucí postavení. Koalice pro virtuální a rozšířenou realitu by poskytla platformu pro synergie formou společných opatření a závazků.

Koalice by stála na širokém meziodvětvovém přístupu zahrnujícím jednotlivá odvětví, poskytovatele technologií a kreativce a odrážela rozmanitost jejich dovedností. Skládala by se z předních aktérů z různých odvětví pohybujících se od výroby a distribuce obsahu až po dostupnost technologií, inovace a rozvoj podnikání. Zahrnovala by členy zastupující vnitrostátní nebo regionální asociace pro virtuální a rozšířenou realitu a zástupce různých odvětví, kteří by mohli těžit z širšího využívání technologií virtuální a rozšířené reality pro vytváření a používání obsahu.

Do konce roku 2021 by koalice předložila strategický dokument, který by uváděl a) rozsah, v jakém je virtuální a rozšířená realita uplatňována v mediálním odvětví; b) cíle optimálního uplatňování cílů virtuální a rozšířené reality v mediálním odvětví do roku 2026; c) konkrétní závazky ohledně toho, jak toto odvětví přispěje k dosažení těchto cílů.

Vytvoří se taktéž mediální laboratoř virtuální reality, jejímž úkolem bude podporovat tvůrčí spolupráci na projektech zaměřených na nové způsoby vyprávění příběhů a interakce prostřednictvím virtuální a rozšířené reality. Umožní společnou práci a vzájemné učení představitelům celé škály skupin odborníků (novinářům, filmovým tvůrčům, vývojářům her, programátorům, výzkumným pracovníkům). Financované projekty se zaměří na obsah pro účely zábavy, kultury a zpravodajství, jakož i na uplatňování virtuální reality v jiných odvětvích, například v cestovním ruchu, a v oblastech, jako je vzdělávání.

OPATŘENÍ 6 – Směřování ke klimaticky neutrálnímu audiovizuálnímu odvětví

- *Strukturovaná výměna osvědčených postupů v rámci daného odvětví a s filmovými a audiovizuálními fondy na (nižší než) vnitrostátní úrovni*

Určeno pro: evropské audiovizuální společnosti a odborníky

Mediální odvětví má významný dopad na životní prostředí. Na rozdíl od řady jiných evropských odvětví dochází u tohoto odvětví v Evropě k neustálému nárůstu emisí CO₂, mimo jiné i kvůli průběžnému zvyšování spotřeby médií, zejména prostřednictvím streamingových platforem.

V audiovizuálním odvětví se odhady pohybují od 35 MtCO₂e (metrických tun ekvivalentu oxidu uhličitého) na jednu epizodu televizního seriálu až po 1 000 MtCO₂e na celovečerní film³⁸. Velké mezinárodní (ko)produkce by mohly mít mnohem větší dopad dosahující až několika tisíc tun CO₂.

V souladu s cílem EU v oblasti klimatické neutrality do roku 2050 bude Komise s tímto odvětvím a s filmovými a audiovizuálními fondy na vnitrostátní a nižší než vnitrostátní úrovni úzce spolupracovat s cílem sdílet stávající osvědčené postupy³⁹ a dohodnout se na společných nástrojích a ekologických standardech. K předložení vlastních nápadů a iniciativ budou vyzvány také on-line streamingové platformy, jejichž podíl na uhlíkové stopě se vzhledem k nárůstu spotřeby zvyšuje.

Komise bude pracovat na příručce osvědčených postupů pro ekologickou výrobu a poskytování služeb. Bude se jednat o přístup spočívající v postupných krocích s cílem zvyšovat povědomí a motivovat toto odvětví k tomu, aby začalo zavádět udržitelnější řešení. Doplní opatření Komise v rámci digitální strategie⁴⁰ zaměřená na vytvoření infrastruktury, jako jsou datová centra a telekomunikační sítě, které budou klimaticky neutrální, energeticky účinné a udržitelné.

4. SILNĚJŠÍ POSTAVENÍ JEDNOTLIVCŮ

Evropané by se měli stát protagonisty digitálního desetiletí. Nedávno přijaté evropské právní předpisy – jako je například revidovaná směrnice o audiovizuálních mediálních službách a reforma autorského práva – přispívají k zajištění větší odpovědnosti všech mediálních aktérů, včetně on-line platforem, z hlediska ochrany zranitelných skupin uživatelů médií, zejména nezletilých. Posilují také práva evropských tvůrců.

Tento oddíl stanoví v návaznosti na toto solidní regulační prostředí iniciativy, které evropským mediálním společnostem a talentům umožní dosahovat úspěchu na evropských i světových trzích. Tyto iniciativy zohledňují potřebu občanů nacházet a vybírat si rozmanitý a kvalitní obsah on-line a mít možnost plynule a účinně se pohybovat v moderním mediálním prostředí.

Na jedné straně bude věnována obzvláštní pozornost evropské mládeži, na druhé straně bude posíleno postavení Evropanů ze všech prostředí a všech generací, včetně starších osob, aby se mohli stát aktivními a kritickými uživateli mediálního obsahu.

OPATŘENÍ 7 – Směřování k širší dostupnosti audiovizuálního obsahu v celé EU

- *Zahájit dialog s audiovizuálním odvětvím s cílem dohodnout se na konkrétních krocích ke zlepšení přeshraničního přístupu k audiovizuálnímu obsahu a jeho dostupnosti v rámci EU*

³⁸ *Greening the European Audiovisual Industry – The Best Strategies and their costs* (Ekologizace evropského audiovizuálního odvětví – optimální strategie a náklady na ně (bude zveřejněno v roce 2021)).

³⁹ Jedním z důležitých zdrojů osvědčených postupů a platformou pro spolupráci bude evropský klimatický pakt, který má Evropská komise iniciovat v prosinci 2020.

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

Určeno pro: audiovizuální odvětví (výrobce, provozovatele vysílání, služby videa na vyžádání, distributory atd.), spotřebitelské organizace a další zúčastněné strany, jako jsou například vnitrostátní filmové fondy

V době krize COVID-19 zaznamenalo domácí využívání on-line audiovizuálních služeb společně s ochotou domácností investovat do technologií domácí zábavy exponenciální nárůst⁴¹. Krize přinesla tomuto odvětví příležitost oslovit širší on-line publikum. Nedávné nařízení o přenositelnosti obsahu⁴² umožňuje evropským občanům cestovat s obsahem, který si zakoupili nebo předplatili, po celé EU, a již nyní přináší praktické výhody⁴³.

Pokud jde o dostupnost audiovizuálního obsahu on-line, existuje zde značný potenciál ke zlepšení: zpráva o přezkumu nařízení o zeměpisném blokování⁴⁴ uvádí značné rozdíly mezi audiovizuálními katalogy v jednotlivých členských státech. V průměru je v rámci služeb videa na vyžádání ve všech členských státech k dispozici pouze 14 % filmů⁴⁵.

Z nedávného průzkumu Eurobarometru vyplývá, že více než třetina uživatelů internetu má zájem o přeshraniční přístup k audiovizuálnímu obsahu⁴⁶. Tato zjištění potvrzují nejnovější údaje Evropské audiovizuální observatoře, podle nichž jsou filmy z EU zpřístupněny na platformách videa na vyžádání v průměru nejvýše ve třech zemích EU-27⁴⁷. To je zdrojem nevyužitého potenciálu a rozmanitosti, které by mohli mít Evropané k dispozici.

Audiovizuální odvětví by mělo mít možnost čerpat výhody jednak z toho, že je Evropa jeho nativním trhem, a jednak z nových trendů spotřeby, a tedy zpřístupňovat on-line v různých členských státech více děl.

⁴¹ Podle zprávy společnosti PwC nazvané „Global Entertainment & Media Outlook 2020–2024“ se v důsledku krize COVID-19 očekává, že příjmy z předplacených služeb videa na vyžádání v roce 2020 převýší příjmy ze vstupného; dle předpokladu se pak v nadcházejících pěti letech budou zvyšovat ještě více a v roce 2024 dosáhnou více než dvojnásobku příjmů ze vstupného. Zároveň se v roce 2020 zvýšil celosvětový obrat streamingových služeb o 26 %.

⁴² Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2017/1128 ze dne 14. června 2017 o přeshraniční přenositelnosti on-line služeb poskytujících obsah v rámci vnitřního trhu.

⁴³ Evropané, kteří často cestují, potvrzují, že tyto předpisy jsou pro jejich cesty důležité. Téměř polovina (49 %) Evropanů, kteří mají přístup k on-line službám poskytujícím obsah buď zdarma, nebo na základě předplatného a cestovali po EU, se k němu pokusila získat přístup při návštěvě jiné země EU. Průzkum Eurobarometr č. 477a z roku 2019 „Accessing content online and cross-border portability of online content services – survey on cross-border portability“ (Přístup k obsahu on-line a přeshraniční přenositelnost on-line služeb poskytujících obsah – průzkum přeshraniční přenositelnosti).

⁴⁴ Zpráva Komise Evropskému parlamentu a Radě, Evropskému hospodářskému a sociálnímu výboru a Výboru regionů o prvním krátkodobém přezkumu nařízení o zeměpisném blokování. K dispozici na: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-publishes-its-short-term-review-geo-blocking-regulation>

⁴⁵ Mezi jednotlivými zeměmi existují značné rozdíly, protože například diváci v Řecku mají přístup pouze k 1,3 % filmů dostupných on-line v EU, zatímco v Německu mají přístup ke 43,1 % těchto filmů. Zdroj: Pracovní dokument útvarů Komise o prvním krátkodobém přezkumu nařízení o zeměpisném blokování.

⁴⁶ Bleskový průzkum Eurobarometr č. 477b (2019).

⁴⁷ Evropská audiovizuální observatoř, zpráva „Film and TV content in VOD catalogues 2020 Edition“ (Filmový a televizní obsah v katalogích služeb VOD, 2020).

Aby Komise mohla audiovizuální odvětví při této transformaci doprovázet, má v úmyslu s ním zahájit dialog. Ten přispěje k dohodě o konkrétních krocích ke zlepšení přeshraničního přístupu k audiovizuálnímu obsahu a jeho dostupnosti v návaznosti na přezkum nařízení o zeměpisném blokování. To by odvětví umožnilo rozšířit se, oslovit nové publikum a prospět evropským občanům tím, že by jim poskytlo širší výběr.

Dialogu, který se uskuteční v průběhu roku 2021, se zúčastní zástupci audiovizuálního odvětví (výrobci a provozovatelé vysílání, služby videa na vyžádání, distributoři atd.), spotřebitelské organizace a další zúčastněné strany, jako jsou například vnitrostátní filmové fondy. V rámci něj by mohly být definovány možné konkrétní cíle umožňující zvýšení oběhu audiovizuálních děl v celé EU a způsoby jejich dosažení.

Komise bude ve spolupráci s audiovizuálním odvětvím sledovat pokrok v dosahování těchto konkrétních cílů a rozhodne o následných opatřeních, přičemž posoudí různé možnosti včetně legislativních zásahů.

Kina by zároveň měla i nadále zůstat kulturními zařízeními, která poskytují lepší příležitosti sociální interakce. Za tímto účelem Komise prostřednictvím dílčího programu MEDIA v rámci programu Kreativní Evropa prozkoumá, jak kina motivovat k dalšímu zlepšování zážitků diváků.

OPATŘENÍ 8 – Podpora evropských mediálních talentů

- *Nové mentorské programy pro evropské mediální talenty*
- *Bootcampy v rámci dílčího programu MEDIA, poskytující praktický intenzivní výcvik mladých lidí pracujících ve sdělovacích prostředcích*
- *Kampaň ve prospěch rozmanitosti před i za kamerou*
- *Portál dílčího programu MEDIA, jehož cílem je vyhledat nejslibnější evropské začínající společnosti působící v mediálním odvětví a pomoci jim v rozvoji*
- *Kreativní inovační laboratoře otevřené začínajícím a rozvíjejícím se podnikům*

Určeno pro: evropské audiovizuální odborníky, inovativní evropské mediální společnosti (z audiovizuálního odvětví i mimo něj)

Klíčem konkurenceschopnosti mediálního průmyslu jsou jeho talentovaní lidé, bez ohledu na odvětví a to, kde v Evropě se nacházejí.

Některé profese jsou však určitými skupinami společnosti stále vnímány jako nedostupné. To dokládá například nedostatečné zastoupení žen v rozhodovacích pozicích v audiovizuálním průmyslu⁴⁸.

Komise začlení způsoby odborného vedení, které se ukázaly jako velmi úspěšné, do vzdělávacích projektů audiovizuálního odvětví podporovaných v posledních letech z dílčího programu MEDIA v rámci programu Kreativní Evropa⁴⁹. Programy odborného

⁴⁸ Podle strategie EU pro rovnost žen a mužů na období 2020–2025 bude Komise i v budoucnu podporovat projekty zaměřené na genderovou rovnost v rámci programu Kreativní Evropa, včetně programu Hudba hýbe Evropou, a představí strategii pro rovnost žen a mužů v audiovizuálním průmyslu, jež bude součástí příštího dílčího programu MEDIA, a to včetně finanční podpory, strukturovaného dialogu, odborného vedení a přípravy pro režisérky, producentky a scénářistky.

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

vedení se budou rozvíjet v různých formátech a využijí všechny tvůrčí a obchodní příležitosti, které digitální technologie nabízejí.

Navíc bude zahájena komunikační kampaň na podporu rozmanitosti nejen před kamerou, ale i za ní s cílem zlepšit diverzifikaci zastoupení a přidávat nové nápady, příběhy a hlasy. Kampaň podpoří sdělení Komise Unie rovnosti: Akční plán EU proti rasismu na období 2020–2025⁵⁰, jakož i strategii pro rovnost LGBTIQ osob v EU⁵¹ a strategický rámec pro rovnost, začlenění a účast Romů v EU⁵².

Zdůraznění inspirativních vzorů představuje zásadní krok v podpoře dostupnosti těchto profesí díky větší rozmanitosti profilů. Kampaň se proto zaměří na evropské odborníky, aby ukázala širokou škálu profesí a povzbudila ženy a znevýhodněné skupiny společnosti, jako jsou osoby se zdravotním postižením nebo s menšinovým rasovým nebo etnickým původem, aby o tomto typu kariéry uvažovaly.

Kromě toho budou posíleny iniciativy v oblasti rozvoje dovedností v rámci programu Kreativní Evropa pořádáním intenzivních vzdělávacích kurzů (bootcampy MEDIA), kde budou mladé mediální talenty z celé Evropy moci získat praktické zkušenosti v oblastech, jako je například inovativní vyprávění, nové obchodní modely a nové technologie postprodukce společně s dovednostmi umožňujícími poskytování přístupného obsahu.

Dílčí program MEDIA v rámci programu Kreativní Evropa spojí síly i s dalšími iniciativami, jako je například Inovační radar⁵³, Startup Europe⁵⁴ a Media Motor Europe⁵⁵ CSA, s cílem vyhledat ty nejslibnější evropské začínající podniky, které v mediálním prostředí působí. Za tímto účelem bude v rámci iniciativy Startup Europe vyhlášena výzva k vyjádření zájmu zaměřená na kreativní a mediální technologické komunity.

Dílčí program MEDIA v rámci programu Kreativní Evropa také těmto společnostem poskytne živnou půdu a pomůže jim k rozvoji v rychle se měnícím audiovizuálním odvětví. Tyto společnosti by mohly využít posíleného přístupu k podpoře trhu z dílčího programu MEDIA v rámci programu Kreativní Evropa prostřednictvím portálu nazvaného „MEDIA Market Gateway“. Ten bude zahrnovat aktivní přípravu, včetně koučování a odborného vedení zaměřeného na trendy a postavení na trhu, obchodní plány a marketingové strategie a způsoby, jak co nejlépe využít kombinace fyzické a virtuální přítomnosti na nejdůležitějších globálních mediálních trzích (Berlinale, Cannes, Benátky, GamesCom, VR Days atd.) pod evropskou značkou.

Začínající a rozvíjející se podniky budou mít možnost zapojit se do nové iniciativy kreativních inovačních laboratoří (Creative Innovation Labs) v rámci meziodvětvové

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/cs/ip_20_2068.

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

⁵³ <https://www.innoradar.eu/>.

⁵⁴ <https://startupeuropeclub.eu/>.

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

složky programu Kreativní Evropa. Ta propojí média a další tvůrčí odvětví (např. hudbu, vydavatelství) a bude experimentovat s daty, s virtuální a rozšířenou realitou a s dalšími technologiemi s cílem vyvinout nový obsah, nové obchodní modely, nové dovednosti, podpořit začlenění rozmanitosti a udržitelnost a zvýšit zapojení publika.

Je třeba zmínit, že inovativní začínající podniky a malé a střední podniky v oblasti médií budou moci požádat o podporu z programu Horizont Evropa v rámci Evropské rady pro inovace⁵⁶ a Evropského inovačního a technologického institutu⁵⁷.

OPATŘENÍ 9 – Posilování postavení občanů

- *Praktické uplatňování nových povinností v oblasti mediální gramotnosti dle směrnice o audiovizuálních mediálních službách (soubor nástrojů pro mediální gramotnost a pokyny pro členské státy)*
- *Podpora vytváření alternativních služeb agregace mediálního obsahu*

Určeno pro: evropské občany, zejména pro mladší lidi; platformy pro sdílení videonahrávek

Mediální gramotnost má zásadní význam pro posilování postavení občanů v dnešním mediálním prostředí a měla by být podporována v rámci různých programů a iniciativ, jak je uvedeno v evropském akčním plánu pro demokracii. Ten zdůrazňuje význam mediální gramotnosti v boji proti dezinformacím a podporuje spolupráci v tomto ohledu. Mediální gramotnost zahrnuje všechny technické, kognitivní, sociální, občanské a tvůrčí schopnosti, které občanům umožňují přístup k médiím, kritické porozumění těmto médiím a interakci s nimi. Mediální gramotnost má rovněž zásadní význam pro posilování postavení občanů, které jim umožní přijímat informovaná rozhodnutí a podpoří je při přechodu na udržitelnější a ekologicky šetrnější spotřebu. Mediální gramotnost by měla být začleněna do školních osnov a umožnit tak dětem využívat mediální služby odpovědně a lépe je vybavit k tomu, aby byly schopny čelit hrozbám násilí a dezinformací na internetu.

Revidovaná směrnice o audiovizuálních mediálních službách stanoví konkrétní opatření, která mají pomoci zlepšit mediální gramotnost občanů. Podle směrnice by členské státy měly podporovat a přijímat opatření k rozvoji mediální gramotnosti (a podávat o nich zprávu Komisi, a to podle pokynů, které určují rozsah těchto zpráv); a platformy pro sdílení videí by měly zavést účinná opatření a nástroje mediální gramotnosti a zvýšit povědomí uživatelů o nich.

Účinné provádění těchto ustanovení směrnice o audiovizuálních mediálních službách má zásadní význam pro další rozvoj mediální gramotnosti a pro zlepšení dostupnosti obsahu ve všech členských státech. Proto Komise ve snaze zajistit praktické uplatňování nových povinností zejména v on-line oblasti vytvoří společně se skupinou evropských regulačních orgánů pro audiovizuální mediální služby (ERGA) a dalšími odborníky a na základě dialogu s platformami pro sdílení videonahrávek soubor nástrojů, jejichž úkolem bude zlepšit informovanost uživatelů, posílit jejich nezbytné dovednosti a volby a pomoci jim dosáhnout větší rozmanitosti mediálního obsahu dostupného na platformách pro sdílení videonahrávek.

⁵⁶ Viz pilotní projekt EIC: <https://ec.europa.eu/research/eic/index.cfm>.

⁵⁷ <https://eit.europa.eu/>.

Očekává se, že iniciativa bude přínosná obzvláště pro mladší uživatele, kteří by měli být plně zapojeni do jejího vývoje. Z tohoto důvodu Komise zřídí poradní skupinu *ad hoc* složenou ze studentů a mladých novinářů, která bude tento nástroj testovat a propagovat. Poradní skupina bude genderově vyvážená, inkluzivní a rozmanitá. To zajistí, aby daný soubor nástrojů účinně řešil potřeby mladších uživatelů, dále posiloval jejich postavení v on-line prostředí a pomáhal odstraňovat stereotypy založené na pohlaví, kultuře, náboženství nebo sexuálních preferencích. Používání souboru nástrojů bude součástí zpráv o mediální gramotnosti podle směrnice o audiovizuálních mediálních službách, jejichž rozsah bude stanoven v pokynech Komise, které budou vydány v roce 2021.

V rámci uvedených kroků Komise také zintenzivní své úsilí v rámci dalšího ročníku Evropského týdne mediální gramotnosti, aby ještě více vzrostl jeho dopad a inkluzivnost. V souvislosti s tím Komise posoudí případnou další spolupráci s příslušnými mezinárodními organizacemi.

Navrhovaná opatření se plně sladí s cíli akčního plánu digitálního vzdělávání (2021–2027)⁵⁸ a budou se s nimi doplňovat, tak aby vzdělání ještě více pomáhalo studentům rozvíjet schopnost kriticky přistupovat k informacím, filtrovat je a posuzovat, zejména schopnost rozpoznat dezinformace, zvládat informační přetížení a rozvíjet finanční gramotnost⁵⁹.

K větší politické angažovanosti občanů přispěje rovněž program Horizont Evropa díky podpoře nezbytné digitální gramotnosti a přístupu k pluralitnímu mediálnímu obsahu.

Jako doplnění těchto opatření Komise podpoří výzkum a inovace v oblasti pokročilých metod vyhledávání, zjišťování a agregace s cílem usnadnit vytváření alternativních a nezávislých služeb agregace zpráv schopných nabídnout rozmanitou škálu dostupných informačních zdrojů.

Povědomí publika – zejména mladého – o evropském obsahu bude zvýšeno v kontextu 30. výročí dílčího programu MEDIA v rámci programu Kreativní Evropa v roce 2021. Kampaň, která bude spuštěna, seznámí mladší generace s bohatstvím a rozmanitostí evropského obsahu a představí jim úspěšné příklady, projekty a talenty, které program podporuje.

OPATŘENÍ 10 – Zajištění fungování evropského mediálního trhu

- Posílit rámec spolupráce mezi evropskými regulačními orgány v rámci skupiny evropských regulačních orgánů pro audiovizuální mediální služby (ERGA)

Určeno pro: evropské regulátory sdělovacích prostředků, evropský audiovizuální mediální průmysl a účastníky trhu

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

⁵⁹ Význam mediální gramotnosti byl zdůrazněn i v agendě dovedností pro Evropu na rok 2020, která předpokládala, že Komise bude společně s členskými státy pracovat na nových prioritách evropského programu pro vzdělávání dospělých. Ta by měla doplnit obnovený rámec evropské spolupráce v oblasti vzdělávání a odborné přípravy a přispívat k dosažení cíle udržitelného rozvoje OSN.

Vytvoření skutečně rovných podmínek pro všechny audiovizuální mediální subjekty a spravedlivého prostředí pro tvůrce a investory do obsahu bylo ústředním cílem revidované směrnice o audiovizuálních mediálních službách a modernizovaného rámce v oblasti autorského práva.

Směrnice o audiovizuálních mediálních službách například pro zajištění spravedlivé hospodářské soutěže mezi provozovateli vysílání a platformami videa na vyžádání při propagaci evropského obsahu a investování do něj vyžaduje, aby katalogy platform obsahovaly 30% podíl evropských děl.

Účinné a důsledné provádění revidované směrnice o audiovizuálních mediálních službách a právních předpisů v oblasti autorského práva na vnitrostátní úrovni bude klíčovým předpokladem jejich funkčnosti. Zároveň bude zásadní zajistit ochranu nehmotných aktiv mediálních aktérů účinným prosazováním jejich práv duševního vlastnictví.

Pokud jde o revidovanou směrnici o audiovizuálních mediálních službách, členské státy, a především jejich mediální regulační orgány, musí odpovídajícím způsobem kontrolovat uplatňování nových pravidel a v případě potřeby je vymáhat⁶⁰. To bude vyžadovat zvláště:

- důsledné uplatňování povinností týkajících se podílu evropského obsahu v katalozích služeb na vyžádání (rovněž na základě pokynů, které nedávno vydala Komise)⁶¹,
- jednotné uplatňování nových pravidel týkajících se zdůraznění evropských děl vydáním dalších praktických pokynů a podporou společných přístupů ke zdůrazňování obsahu obecného zájmu⁶²,
- účinné prosazování nových povinností platform pro sdílení videonahrávek.

V tomto ohledu Komise posoudí, zda je potřeba posílit spolupráci v rámci skupiny evropských regulačních orgánů pro audiovizuální mediální služby (ERGA) s cílem zajistit, že její formát a oblast působnosti přispějí k účinnému fungování nových předpisů týkajících se médií v praxi a že bude schopna řešit nové výzvy na mediálních trzích. Za

⁶⁰ Na nekalé obchodní praktiky v oblasti audiovizuálních mediálních služeb, například klamavé a agresivní praktiky, se kromě nových pravidel vztahuje směrnice 2005/29/ES o nekalých obchodních praktikách vůči spotřebitelům na vnitřním trhu (dále jen „směrnice o nekalých obchodních praktikách“) v rozsahu, ve kterém se na ně nevztahují ustanovení směrnice o audiovizuálních mediálních službách. V případě protiprávních jednání uvnitř Unie a v celé Unii zajišťuje vymáhání dodržování právních předpisů EU na ochranu zájmů spotřebitelů síť pro spolupráci v oblasti ochrany spotřebitele podle nařízení (EU) 2017/2394.

⁶¹ Pokyny podle čl. 13 odst. 7 směrnice o audiovizuálních mediálních službách, týkající se výpočtu podílu evropských děl v katalozích služeb na vyžádání a definice nízké sledovanosti a nízkého obratu https://eur-lex.europa.eu/legal-content/CS/TXT/?uri=uriserv%3AOJ.C_2020.223.01.0010.01.CES&toc=OJ%3AC%3A2020%3A223%3AFULL.

⁶² Článek 7a revidované směrnice o audiovizuálních mediálních službách uznává, že členské státy mohou přijmout opatření, aby zajistily náležité zdůraznění audiovizuálních mediálních služeb obecného zájmu a splnily cíle, jako je pluralita sdělovacích prostředků, svoboda slova a kulturní rozmanitost. S ohledem na toto ustanovení byla v roce 2020 zřízena zvláštní podskupina skupiny ERGA, jejímž cílem bylo usnadnit společné chápání její oblasti působnosti a možných regulačních přístupů, které mohou členské státy v této oblasti přijmout.

tímto účelem bude Komise i nadále analyzovat osvědčené postupy v oblasti přeshraniční spolupráce a pečlivě sledovat výsledky memoranda o porozumění skupiny ERGA, které má být přijato do konce roku.

Memorandum o porozumění je odvětvovým a dobrovolným mechanismem spolupráce založeným na jedinečných odborných znalostech evropských regulačních orgánů v oblasti sdělovacích prostředků. Bude obsahovat konkrétní mechanismy spolupráce a výměny informací pro evropské regulační orgány v oblasti sdělovacích prostředků, jejichž cílem bude řešit praktické otázky a přeshraniční případy související s prováděním revidované směrnice o audiovizuálních mediálních službách, které spadají do oblasti jejich působnosti. Tato iniciativa, která se zaměřuje zejména na výše uvedené nové regulační prvky revidované směrnice o audiovizuálních mediálních službách, doplní horizontální systém správy on-line služeb, který má být zaveden aktem o digitálních službách. Komise do konce roku 2021 posoudí fungování memoranda o porozumění a v případě potřeby navrhne jeho zlepšení.

Komise navíc ve spolupráci s členskými státy, jejich filmovými fondy a skupinou ERGA a se zapojením platform videa na vyžádání prozkoumá další způsoby, jak podpořit větší rozmanitost katalogů videa na vyžádání. V souladu s cílem směrnice o audiovizuálních mediálních službách, kterým je podporovat subjekty televizního vysílání, aby do svých služeb začleňovaly přiměřený podíl evropských děl vyrobených v koprodukcí nebo evropských děl zahraničního původu, bude jejím cílem dohodnout se na dobrovolných cílech v oblasti výraznější přítomnosti těchto děl i v katalogích videa na vyžádání. To se bude vzájemně posilovat s cílem dílčího programu MEDIA v rámci programu Kreativní Evropa, kterým je podpořit přítomnost těchto děl na všech distribučních platformách.

Zajištění dobrého fungování evropského mediálního trhu rovněž vyžaduje řešení pirátství obsahu chráněného autorským právem, které i přes mírný pokles zůstává významným problémem⁶³. Závažnou hrozbu pro toto odvětví představuje vznik nových obchodních modelů porušujících právo⁶⁴.

Komise je odhodlána zajistit účinnější prosazování práv duševního vlastnictví v digitálním prostředí, jak je uvedeno v akčním plánu pro duševní vlastnictví⁶⁵. Komise se v první řadě zapojí do diskusí s daným odvětvím, aby zjistila, jak lze zefektivnit existující nápravná opatření pro boj proti pirátství, jako jsou například příkazy k poskytnutí informací, a usnadnit jejich získání, zejména s cílem řešit dynamickou a bezhraniční povahu porušování autorských práv v komerčním měřítku. V této souvislosti

⁶³ V letech 2017–2018 poklesl celkový přístup k pirátskému obsahu o 32 % u hudby, o 19 % u filmů a o 8 % u televizního obsahu. Zdroj: Úřad Evropské unie pro duševní vlastnictví, „Online copyright infringement in the EU. Music, films and TV (2017–2018), trends and drivers“ (Porušování autorského práva na internetu. Hudba, filmy a televize (2017–2018), trendy a hlavní prvky). Listopad 2019.

⁶⁴Odhaduje se, že v Evropské unii (EU-28) sleduje televizní pořady streamované přes internet z neautorizovaných on-line zdrojů 3,6 % obyvatel, což představuje 13,7 milionu osob. Odhaduje se, že trh neoprávněného předplatného IPTV v Evropské unii v roce 2018 vygeneruje roční příjmy ve výši 941,7 milionu EUR. Zdroj: „Illegal IPTV in the EU“ (Ilegální IPTV v EU), EUIPO, listopad 2019. Lepší prosazování práv duševního vlastnictví přispěje rovněž k řešení konkrétních výzev způsobených pirátským sportovním audiovizuálního obsahu. Viz prohlášení Komise o organizátorech sportovních akcí, které je připojeno k legislativnímu usnesení Evropského parlamentu o směrnici Evropského parlamentu a Rady o autorském právu na jednotném digitálním trhu https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2019-0231_CS.html.

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

se v návaznosti na akční plán duševního vlastnictví věnuje zvláštní pozornost podpoře spolupráce mezi vnitrostátními donucovacími orgány a přeshraničnímu prosazování.

5. ZÁVĚR

Komise v tomto sdělení předkládá komplexní vizi pro mediální odvětví z hlediska využívání potenciálu skutečného evropského mediálního trhu a naplňování koncepce digitálního desetiletí.

Uvedená opatření budou prováděna v úzké spolupráci s členskými státy, Evropským parlamentem, mediálním odvětvím a všemi zúčastněnými stranami. V tomto ohledu bude toto sdělení představovat konkrétní plán pro to, aby sdělovací prostředky jako součást kulturního a tvůrčího ekosystému mohly využívat výhody digitální transformace a zvyšovat svou konkurenceschopnost.

– DODATEK – ORIENTAČNÍ HARMONOGRAM

Opatření	Díličí opatření	Orientační harmonogram
OPATŘENÍ 1 – Snadnější přístup k podpoře EU	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nový interaktivní nástroj, který mediální společnosti provede různými nástroji podpory 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 1. čtvrtletí 2021
OPATŘENÍ 2 – Iniciativa MEDIA INVEST, jejímž cílem je podpořit investice do audiovizuálního odvětví	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Specializovaná platforma pro podporu kapitálových investic do evropské audiovizuální produkce a distribučních strategií ➤ Vytvoření investičního propojení budováním kapacit pro investory a investiční připravenosti pro společnosti 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Od 1. pololetí 2022 ➤ Od 2. pololetí 2021
OPATŘENÍ 3 – Iniciativa „NEWS“ s cílem sloučit opatření a podporu pro odvětví zpravodajských médií	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lepší přístup k financování prostřednictvím úvěrů a pilotní kapitálové iniciativy ➤ Budování kapacit mezi investory a médii ➤ Podpora zpravodajských médií podněcující k transformaci založené na vzájemné spolupráci ➤ Evropské fórum zpravodajských médií 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Od 1. pololetí 2022 ➤ Od 2. pololetí 2021 ➤ Od 2. pololetí 2021 ➤ Od 1. pololetí 2021
OPATŘENÍ 4 – Podpora inovací prostřednictvím evropského mediálního datového prostoru a podpory nových obchodních modelů	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Vytvoření mediálního datového prostoru na podporu mediálních společností v oblasti sdílení dat a vývoje inovativních řešení ➤ European Media Outlook 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Od 1. pololetí 2022 ➤ Od 2. pololetí 2021
OPATŘENÍ 5 – Podpora evropské průmyslové koalice pro virtuální a rozšířenou realitu	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Cílem průmyslové koalice pro virtuální a rozšířenou realitu je stimulovat spolupráci napříč průmyslovými odvětvími a zajistit vedoucí postavení Evropy ➤ Vytvořit mediální laboratoř virtuální reality pro projekty zaměřené na nové způsoby vyprávění příběhů a interakce 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 2. pololetí 2021 ➤ Od 1. pololetí 2022
OPATŘENÍ 6 – Směřování ke klimaticky neutrálnímu mediálnímu odvětví	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fórum pro strukturovanou spolupráci s daným odvětvím a s filmovými a audiovizuálními fondy na 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Od 1. pololetí 2021

	(nižší než) vnitrostátní úroveň	
OPATŘENÍ 7 – Směrování k širší dostupnosti audiovizuálního obsahu v celé EU	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Zahájit dialog s audiovizuálním odvětvím s cílem dohodnout se na konkrétních krocích vedoucích ke zlepšení přeshraničního přístupu k audiovizuálnímu obsahu a jeho dostupnosti v rámci EU 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Od 1. pololetí 2021
OPATŘENÍ 8 – Podpora evropských mediálních talentů	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nové mentorské programy pro evropské mediální talenty ➤ Bootcampy v rámci dílčího programu MEDIA, poskytující praktický intenzivní výcvik mladých lidí pracujících ve sdělovacích prostředcích ➤ Kampaň ve prospěch rozmanitosti před i za kamerou ➤ Portál dílčího programu MEDIA, jehož cílem je vyhledat nejslibnější evropské začínající společnosti působící v mediálním odvětví a pomoci jim v rozvoji ➤ Kreativní inovační laboratoře otevřené začínajícím a rozvíjejícím se podnikům 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Od 2. pololetí 2021 ➤ Od 1. pololetí 2022 ➤ Od 2. pololetí 2021 ➤ Od 1. pololetí 2021 ➤ Od 2. pololetí 2021
OPATŘENÍ 9 – Posilování postavení občanů	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Praktické uplatňování nových povinností v oblasti mediální gramotnosti dle směrnice o audiovizuálních mediálních službách (soubor nástrojů pro mediální gramotnost a pokyny pro členské státy) ➤ Podpora vytváření alternativních služeb agregace mediálního obsahu 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 4. čtvrtletí 2021 ➤ Od 2. pololetí 2022
OPATŘENÍ 10 – Zajištění fungování evropského mediálního trhu	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Posílit rámec spolupráce mezi evropskými regulačními orgány v rámci skupiny evropských regulačních orgánů pro audiovizuální mediální služby (ERGA) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Od 1. čtvrtletí 2021