



Bruxelles, 4 decembrie 2020
(OR. en)

13665/20

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

NOTĂ DE ÎNȘOȚIRE

Sursă:	Secretara Generală a Comisiei Europene, sub semnătura dnei Martine DEPREZ, Directoare
Destinatar:	DI Jeppe TRANHOLM-MIKKELSEN, Secretarul General al Consiliului Uniunii Europene
Nr. doc. Csie:	COM(2020) 784 final
Subiect:	COMUNICARE A COMISIEI CĂTRE PARLAMENTUL EUROPEAN, CONSILIU, COMITETUL ECONOMIC ȘI SOCIAL EUROPEAN ȘI COMITETUL REGIUNILOR Mass-media europeană în deceniul digital: plan de acțiune pentru sprijinirea redresării și transformării

În anexă, se pune la dispoziția delegațiilor documentul COM(2020) 784 final.

Anexă: COM(2020) 784 final



Bruxelles, 3.12.2020
COM(2020) 784 final

**COMUNICARE A COMISIEI CĂTRE PARLAMENTUL EUROPEAN, CONSILIU,
COMITETUL ECONOMIC ȘI SOCIAL EUROPEAN ȘI COMITETUL
REGIUNILOR**

**Mass-media europeană în deceniul digital:
plan de acțiune pentru sprijinirea redresării și transformării**

1. INTRODUCERE

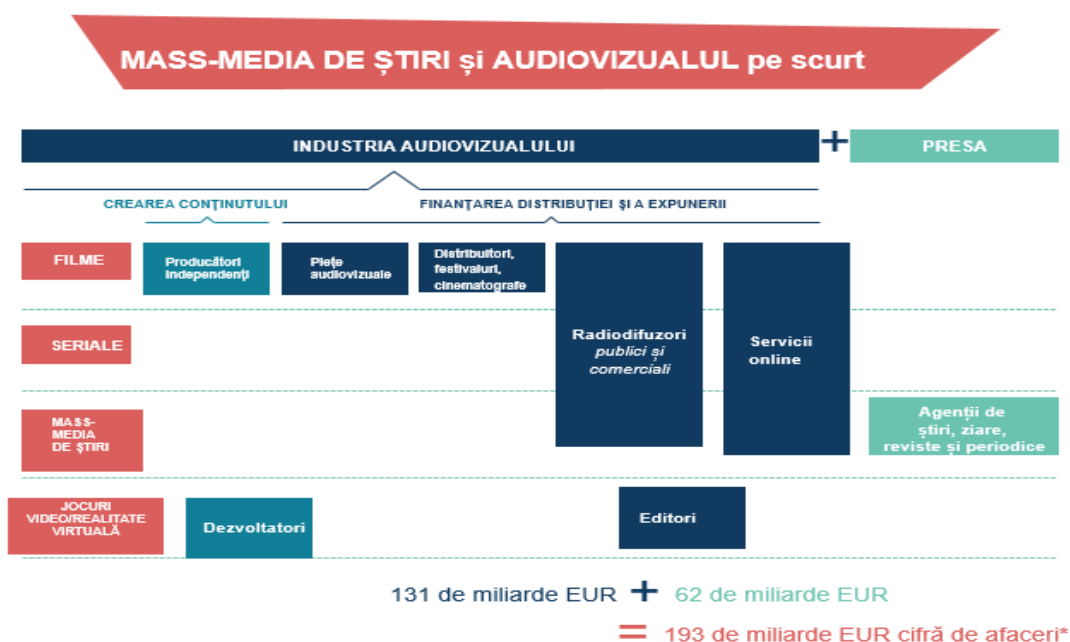
Sectorul mass-mediei de știri și cel al audiovizualului din Europa au fost esențiale deoarece au furnizat informații și divertisment pentru cetățeni în pandemia de COVID-19. Cererea de informații și de știri verificate a crescut în mod semnificativ, în timp ce filmele, seriile sau jocurile video au fost principala sursă de divertisment în cursul lunilor de limitare a mișcării persoanelor.

Un context liber, divers și dinamic al pieței media este esențial pentru a consolida societățile deschise și democratice și pentru a stimula diversitatea culturală a Europei. Europa este un centru generator de artă și cultură. Mass-media, audiovizualul și sectorul cultural în sens larg vor beneficia de valorificarea potențialului pieței unice europene de a stimula diversitatea culturală.

Sectorul mass-mediei europene

Sectorul mass-mediei în ansamblu include o varietate de întreprinderi care produc și distribuie conținut, care au în comun sinergii și a căror valoare se întemeiază pe proprietatea intelectuală. Sectorul este compus în mare măsură din IMM-uri, deși unele întreprinderi mass-media mai mari au suficientă marjă de manevră pentru a încorpora activități mass-media la nivelul sectoarelor și al lanțului valoric. Sectorul mass-mediei contribuie la crearea de locuri de muncă și la creșterea economică cu o cifră de afaceri care depășește 3 % din PIB¹.

Prezenta comunicare se axează pe sectorul mass-mediei de știri (inclusiv presa tipărită și online, radio și servicii audiovizuale) și pe divertismentul audiovizual, în special cinema, televiziune, radio și streaming video, precum și jocuri video și formate inovatoare, precum experiențele de realitate virtuală.



*cifră de afaceri în UE-27; estimările KEA/Deloitte bazate pe datele Eurostat și pe alte surse

¹ Estimările Comisiei Europene, bazate pe datele Eurostat și pe alte surse, inclusiv Observatorul European al Audiovizualului, Statista.

Impactul COVID-19

Cultura și ecosistemul creativ, din care fac parte integrantă industria mass-mediei de știri și cea a audiovizualului, au fost grav afectate de pandemie. În sectorul publicării de știri s-a constatat scăderea veniturilor din publicitate cu procente cuprinse între 30 % și 80 %², iar în sectorul de televiziune, acestea au scăzut cu 20 %³ în cursul perioadelor de limitare a mișcării persoanelor din cel de-al doilea trimestru al anului 2020. IMM-urile din sectorul mass-mediei european se confruntă cu probleme grave de lichidități, pe fondul unei creșteri a șomajului, iar mulți specialiști din domeniul mass-mediei și jurnaliști, în special cei care fac obiectul unor condiții de angajare precară sau sunt independenți, nu au mai avut niciun venit⁴. Cinematografele au suferit o reducere drastică a veniturilor⁵ (cu pierderi estimate la 100 000 de euro pe ecran pe lună în perioada de limitare a mișcării persoanelor), iar turnarea de filme, programe și seriale de televiziune noi a fost oprită în multe cazuri și adesea nu se poate conta pe polițe de asigurare adecvate pentru a acoperi evenimente precum o pandemie la nivel mondial⁶.

În paralel, criza a accelerat tendințe importante care existau de mult timp în tehnologia digitală. Platformele digitale și-au consolidat poziția pe piață, au lansat servicii noi și au atras public nou în cursul perioadelor de limitare a mișcării persoanelor. De asemenea, noile platforme digitale de comunicare socială, bazate în mare măsură pe conținut audiovizual, au înregistrat recorduri la numărul de descărcări, în special cele efectuate de utilizatorii tineri⁷.

Obiectivul ambițios al prezentei comunicări este să accelereze redresarea și transformarea și să îmbunătățească reziliența industriei mass-mediei. Este necesar să se combată provocările structurale cu care se confruntă industria audiovizualului și cea a mass-mediei de știri. În sectorul mass-mediei de știri, mass-media tradițională s-a străduit să se adapteze la o piață digitală în care majoritatea veniturilor din publicitate este direcționată către platformele digitale mondiale. Odată cu instalarea pandemiei de COVID-19, agenții de publicitate și-au redus cheltuielile generale cu publicitatea într-un context de nesiguranțe economice, ceea ce a pus și mai mult la încercare sustenabilitatea sectorului și eventual a afecta accesul cetățenilor la surse pluraliste și independente de informații.

În sectorul audiovizualului, cea mai mare provocare o reprezintă fragmentarea pieței. În general, întreprinderile audiovizuale europene se axează pe publicul național, cu câteva excepții. La nivelul UE, filmele europene sunt exportate în medie în trei țări, în timp ce

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

³ Observatorul European al Audiovizualului, Ampere Analysis, octombrie 2020.

⁴ Pentru o prezentare generală a sectorului audiovizualului în contextul pandemiei de COVID-19, a se consulta: <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 Lipsa de asigurare adecvată a fost subliniată și în contextul măsurilor luate de fondurile naționale de film care abordează pandemia: <https://europeanfilmagencies.eu/news-publications/our-press-releases/241-measures-by-efad-members-to-mitigate-the-consequences-of-the-covid-19-outbreak>.

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

filmele americane sunt exportate în 10 țări. De asemenea, filmele americane reprezintă 66 % din biletele de cinema vândute în UE⁸. În consecință, chiar și cei mai mari jucători de pe piața mass-mediei europene sunt vizibil mai mici decât principalii lor concurenți la nivel mondial. Grupurile europene reprezintă 11 % din veniturile grupurilor audiovizuale aflate pe primele 50 de locuri din topul mondial, față de peste 70 % cât reprezintă grupurile din SUA⁹.

Rolul platformelor de pe piața audiovizuală din Europa

O serie de platforme puternice, internaționale, de furnizare de video la cerere au intrat pe piața europeană și produc cu succes conținut în Europa. Acest fapt a reprezentat atât o oportunitate, cât și o provocare pentru producătorii și operele audiovizuale independente europene.

Pe de o parte, platformele pot garanta acces la un public străin mai extins pentru producătorii și artiștii europeni, împreună cu remunerații atractive. În unele cazuri, acestea sunt completate cu stimulente bazate pe exploatarea filmului/serialelor și/sau cu prime legate de succesul operelor acestora.

Pe de altă parte, aplicarea de către platforme a ceea ce ar putea fi definit ca model „work-for-hire” (prestație contra cost) (și anume dobândirea tuturor drepturilor de proprietate intelectuală de la producător și/sau de la creatorii individuali încă de la început, la nivel mondial și în mod perpetuu) poate „lega” producătorii/talentele de platforma respectivă.

Întreprinderile audiovizuale ar trebui să fie în măsură să considere continentul european, și nu doar piețele lor naționale, ca piață de origine a acestora. Pentru a se întâmpla astfel, este necesar ca jucătorii europeni să acumuleze suficientă marjă de manevră pentru a depăși granițele naționale și pentru a investi în conținut, talente, promovare, distribuție, inovare și tehnologie oriunde în UE. În sectorul mass-mediei de știri, întreprinderile ar trebui să poată găsi suficiente modele de finanțare viabile și sustenabile pentru a asigura accesul cetățenilor la o mass-media pluralistă, diversă și independentă, inclusiv la nivel regional și local.

Transformarea digitală va fi cheia care va debloca acest adevărat potențial. Și este valabil pentru întreaga economie, iar mass-media nu face excepție. Europa are toate activele necesare pentru a prospera în deceniul digital, date fiind piața sa unică și cei 450 de milioane de consumatori, rezerva de talente, creativitatea producătorilor, a autorilor și a interpreților săi, precum și calitatea conținutului european.

Caracterul urgent

Combi-nația dintre tendințele de bază și criza provocată de pandemia de COVID-19, în absența unui răspuns politic ferm, ar putea submina reziliența sectorului mass-mediei și rolul democratic al acestuia. Ca urmare, ar putea fi vulnerabilizate diversitatea culturală și pluralismul mass-mediei din Europa.

⁸ Observatorul European al Audiovizualului.

⁹ Observatorul European al Audiovizualului.

Cetățenii Europei trebuie să beneficieze în continuare de bogăția de informații și de divertismentul furnizate de sectorul mass-mediei și să se bazeze pe o dezbatere democratică deschisă, împreună cu libertatea mass-mediei și cu libertatea artistică. În același timp, cetățenii ar trebui să aibă posibilitatea de a alege neîngrădit din această varietate de opțiuni și să fie în măsură să navigheze prin mass-media de știri modernă și să ia decizii în cunoștință de cauză.

Drepturile de proprietate intelectuală (PI)¹⁰ sunt esențiale pentru sectorul mass-mediei. Asigurarea aplicării efective a drepturilor de proprietate intelectuală și, în special, a drepturilor de autor este un element-cheie în susținerea industriei, mai ales în perioadele dificile actuale.

UE și-a modernizat recent cadrul de reglementare prin Directiva revizuită a serviciilor mass-media audiovizuale (DSMAV)¹¹ și prin reforma drepturilor de autor¹², ca urmare a unor dezbateri ample cu privire la modul în care s-ar putea asigura cel mai bine libertatea de exprimare cu toate fațetele acesteia. Prezenta comunicare se bazează pe acest set modern de reguli și propune etape suplimentare, prin combinarea investițiilor cu alte acțiuni de politică, pentru a ajuta sectorul mass-mediei să facă față crizei și să devină mult mai competitiv ulterior. În consecință, prezenta comunicare este elaborată în jurul a trei teme:

a) *Redresare*: ceea ce intenționează Comisia să facă pentru a ajuta întreprinderile audiovizuale și de mass-media ca să treacă cu bine peste perioada actuală dificilă și pentru a oferi lichidități și sprijin financiar;

b) *Transformare*: abordarea problemelor structurale prin sprijinirea industriei pentru a face față dublei tranziții ecologice și digitale, în contextul concurenței acerbe la nivel mondial;

c) *Abilitare și consolidarea capacității de acțiune*: stabilirea unor condiții care să permită mai multă inovare în cadrul sectorului, în același timp asigurând condiții de concurență echitabile reale și abilitând cetățenii să acceseze mai ușor conținut și să ia decizii în cunoștință de cauză.

Redresarea economică și competitivitatea sectorului mass-mediei reprezintă condiții preliminare pentru o mass-media sănătoasă, independentă și pluralistă, care la rândul său este fundamentală pentru democrația noastră. Prezenta comunicare completează Planul de acțiune pentru democrația europeană. Acest plan abordează riscurile la adresa sistemelor democratice europene în domeniul dezinformării, al integrității alegerilor și al libertății și pluralismului mass-mediei. Acesta include o serie de inițiative pentru a crea un mediu mai sigur și mai bun în care jurnaliștii să își desfășoare activitatea, precum și pentru a promova educația în domeniul mass-mediei.

De asemenea, prezenta comunicare este aliniată în totalitate la propunerile viitoare ale Comisiei referitoare la actul legislativ privind serviciile digitale și actul legislativ privind

¹⁰ A se vedea COM(2020) 760 Valorificarea la maximum a potențialului inovator al UE – Un plan de acțiune privind proprietatea intelectuală care să sprijine redresarea și reziliența UE https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/ro/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>.

piețele digitale, care vor avea drept scop modernizarea cadrului juridic aplicabil serviciilor digitale în UE. Împreună, acestea vor stabili norme și responsabilități clare pentru platformele digitale, în special pentru cele mai puternice, pentru a asigura condiții de concurență echitabile în mediul online.

De asemenea, o mass-media sănătoasă este esențială pentru democrația și stabilitatea țărilor vizate de politicile UE de extindere și de vecinătate. În cazul în care acest lucru este fezabil și adecvat, la inițiativele prezentate în comunicare, inclusiv la cele care vizează mass-media de știri și educația în domeniul mass-mediei, vor participa reprezentanți ai mass-mediei profesionale independente din țările vizate de politicile UE de extindere și de vecinătate. Aceste inițiative vor completa și vor consolida acțiunile punctate în Planul de acțiune al UE privind drepturile omului și democrația 2020-2024¹³. În cazul în care este relevant, acțiunile vor contribui și la promovarea conținutului mass-mediei europene în țări terțe.

Acțiunile enumerate în prezenta comunicare vor avea în vedere necesitatea unui sector european al mass-mediei favorabil incluziunii, care să reflecte diversitatea Europei. Acestea vor fi puse în aplicare prin încurajarea accesului egal la oportunități și resurse pentru persoanele care altfel ar fi excluse sau marginalizate, de exemplu, inclusiv accesul la conținuturi pentru persoanele cu handicap¹⁴.

Normele existente privind ajutorul de stat precizează condițiile în care statele membre pot acorda sprijin public. Cu scopul de a facilita sprijinul din partea autorităților naționale, Consiliul a invitat Comisia să evalueze aplicarea normelor privind ajutorul de stat pentru sectorul presei. Comisia evaluează necesitatea unei acțiuni adecvate. Cadrul temporar privind ajutorul de stat se aplică și măsurilor sectoriale, precum ajutorul pentru sectorul presei, sectorul muzicii și sectorul audiovizualului¹⁵.

2. REDRESARE

Întreprinderile mass-media reprezintă active esențiale pentru competitivitatea Europei. Prin urmare, este esențial să se furnizeze sprijinul financiar și lichiditățile adecvate, pentru a le permite să facă față situației economice dificile actuale. În acest context,

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

¹⁴ Acesta se va realiza având în vedere Convenția Națiunilor Unite privind drepturile persoanelor cu handicap (CRPD): <https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities.html>.

¹⁵ În plus, pentru a facilita sprijinul pentru presă și pentru a consolida transparența și predictibilitatea controlului ajutorului de stat în acest sector, Comisia a întocmit un registru digital (https://ec.europa.eu/competition/sectors/media/sa_decisions_to_media.pdf) cu jurisprudență relevantă, pe care îl va actualiza periodic. De asemenea, în registrul de transparență sunt accesibile informații actualizate periodic cu privire la ajutoarele acordate de statele membre. Important, pentru a permite statelor membre să sprijine întreprinderile în contextul pandemiei de COVID-19, la 13 octombrie 2020, Comisia Europeană a decis prelungirea și extinderea domeniului de aplicare al Cadrului temporar privind ajutoarele de stat, adoptat la 19 martie 2020. Ajutorul acordat în temeiul cadrului temporar se poate cumula cu ajutorul acordat în temeiul regulamentelor *de minimis* [Regulamentul (UE) nr. 1407/2013 al Comisiei, Regulamentul (UE) nr. 1408/2013 al Comisiei, Regulamentul (UE) nr. 717/2014 al Comisiei și Regulamentul (UE) nr. 360/2012 al Comisiei], care este scutit de obligația de notificare, cu condiția ca dispozițiile și normele de cumulare din regulamentele respective să fie respectate. [SA.59106 (2020/N) Schemă de compensare pentru sectorul danez al mass-mediei în contextul COVID-19 – Danemarca; SA.57530 (2020/N) – Schemă de ajutor în contextul COVID-19 pentru întreprinderile de producție audiovizuală – Luxemburg; Ajutor de stat SA.58801 (2020/N) – Italia COVID-19: Ajutor pentru editurile mici și ajutor de stat; SA.58847 (2020/N) – Italia COVID-19: Ajutor pentru muzică.].

programul „Europa creativă” și, în special, subprogramul MEDIA vor juca un rol esențial. Programul a fost principalul instrument al UE de sprijin pentru sectorul cultural și cel creativ, inclusiv cel al audiovizualului, din ultimii 30 de ani.

Bazat pe acordul politic referitor la următorul buget pe termen lung și la „Next Generation EU”, încheiat la 10 noiembrie 2020, bugetul pentru perioada 2021-2027 pentru programul „Europa creativă” ar urma să crească cu aproximativ 58 %, cu o alocare generală de 2,2 miliarde de euro exprimată în prețurile din anul 2018 (prin comparație cu 1,4 miliarde pentru perioada 2014-2020, exprimată în prețurile din anul 2018, la nivelul UE-27). De asemenea, bazat pe propunerea Comisiei și în așteptarea finalizării negocierilor, programul va include pentru prima dată măsuri axate pe libertatea și pluralism mass-mediei, pe jurnalism și pe educație în domeniul mass-mediei.

Comisia a inițiat deja o serie de măsuri în cursul anului 2020. Au fost introduse măsuri de flexibilitate pentru Mecanismul de garantare pentru sectoarele culturale și creative¹⁶, și anume o creștere a acoperirii garantării de până la 90 % pentru IMM-uri individuale și un plafon de garantare de până la 25 % pentru intermediari financiari, împreună cu amânări la plata creditelor. Sprijinul pentru rețeaua de cinematografe europene va crește cu 5 milioane de euro în primul trimestru al anului 2021.

Fondurile structurale și de investiții europene¹⁷ au potențialul de a juca un rol important în sprijinirea sectorului mass-mediei. Acest sector este eligibil pentru sprijin și în temeiul celor două pachete ale „Inițiativei pentru investiții ca reacție la coronavirus”, care redirecționează fondurile de coeziune existente către măsuri de reacție la criză, precum furnizarea de capital de lucru pentru IMM-uri¹⁸.

De asemenea, este disponibilă finanțarea suplimentară din fondul de coeziune prin intermediul REACT-EU¹⁹, la nivelul căruia sectorul culturii este recunoscut ca prioritate, iar sprijinul se va axa pe programele de șomaj parțial și pe lucrătorii independenți, precum și pe sprijinul pentru IMM-uri.

De asemenea, sprijinul temporar pentru atenuarea riscurilor de șomaj într-o situație de urgență (SURE) este un instrument important aflat la dispoziția statelor membre care trebuie să mobilizeze mijloace financiare semnificative pentru a combate consecințele economice și sociale negative ale pandemiei de COVID-19 pe teritoriul acestora²⁰.

Mecanismul de redresare și reziliență reprezintă o oportunitate majoră pentru statele membre de a investi în dubla tranziție ecologică și digitală și de a îmbunătăți reziliența industriei noastre. Fiecare plan național de redresare și reziliență va alocă minimum 20 % din cheltuieli pentru domeniul digital. În sensul acestui obiectiv, vor conta măsurile pentru stimularea producției și a distribuției de conținut digital, precum mass-media digitală.

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

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

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

¹⁹ https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/ro/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_ro.

În temeiul planurilor de redresare și reziliență și în conformitate cu normele privind ajutoarele de stat, reformele și investițiile naționale pot contribui, de asemenea, la consolidarea capacităților digitale ale mass-mediei de știri și ale audiovizualului din Europa, inclusiv prin proiecte multinaționale, precum coproducțiile de conținut european, infrastructura spațiului UE al datelor din sectorul mass-media sau achiziționarea de participații pentru a stimula producția sau distribuția de materiale audiovizuale europene (a se vedea acțiunea 2 de mai jos).

În acest context, astfel cum se subliniază în Strategia anuală pentru 2021 privind creșterea durabilă a Comisiei, statele membre ar trebui să acorde atenție sprijinirii sectoarelor care joacă un rol esențial pentru democrațiile noastre, „în special a sectorului mass-media, pentru care sprijinul ar trebui acordat într-un mod care să respecte și să promoveze libertatea și pluralismul mass-mediei”, de asemenea, prin inițierea diseminării celor mai bune practici privind mecanismele de sprijin public din statele membre²¹.

ACȚIUNEA 1 – Acces mai ușor la sprijinul din partea UE

- *Un nou instrument interactiv care ghidează întreprinderile mass-media în ceea ce privește diversele instrumente de sprijin*

Pentru: toate întreprinderile mass-media din UE, indiferent de domeniul de activitate (audiovizual, mass-media de știri etc.) și de mărimea acestora

Comisia va lua măsuri concrete pentru a asigura că întreprinderile mass-media pot accesa oportunitățile de sprijin din partea UE din toate instrumentele și programele disponibile. Prin urmare, Comisia va elabora, în strânsă cooperare cu portalul UE către oportunități de finanțare din partea UE²², un nou instrument interactiv, adecvat pentru sectorul mass-mediei. Prin intermediul acestuia, vor fi furnizate orientări cu privire la modul de solicitare a sprijinului UE relevant, în contextul Cadrului financiar multianual pentru 2021-2027, dar și prin planurile naționale de redresare și reziliență.

Instrumentul va reuni toate oportunitățile de finanțare din partea UE pentru mass-media audiovizuală și cele pentru mass-media de știri. Prin doar câteva clicuri, orice întreprindere europeană de mass-media, indiferent de mărime și focalizare, va fi îndrumată, în funcție de trăsăturile și necesitățile întreprinderii, către cea mai adecvată sursă de sprijin din partea UE. De asemenea, întreprinderile vor putea accesa informații privind diferitele apeluri și privind oportunitățile de asistență pentru procesul de depunere a cererilor.

Acest instrument va avea ca punct de plecare instrumentele existente și experiența Rețelei întreprinderilor europene²³, care furnizează sprijin și îndrumare întreprinderilor, inclusiv în sectoarele mass-mediei și audiovizualului.

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

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

²³ <https://een.ec.europa.eu/>.

ACȚIUNEA 2 – Inițiativa MEDIA INVEST menită să stimuleze investițiile în industria audiovizuală

- *O platformă dedicată de achiziționare de participații cu scopul de a stimula producțiile audiovizuale europene și strategiile de distribuție a acestora*
- *Dezvoltarea unei rezerve de proiecte de investiții prin consolidarea capacităților investitorilor și prin pregătirea investițională a întreprinderilor*

Pentru: întreprinderile de producție și de distribuție de materiale audiovizuale din UE

Industria audiovizualului european este caracterizată de un număr mare de întreprinderi independente de producție și de distribuție extrem de inovatoare și creatoare și cu potențial ridicat de creștere. Cu toate acestea, întreprinderilor respective le lipsește frecvent puterea financiară pentru a concura la nivel european și mondial. În același timp, în general, investitorii europeni nu conștientizează potențialul acestor întreprinderi. Aceștia consideră frecvent că investițiile în astfel de societăți implică riscuri mari din cauza lipsei unui istoric de producții reușite și din cauză că activele sunt în general necorporale.

O contribuție semnificativă la creșterea accesului la creditare s-a realizat prin Mecanismul de garantare pentru sectoarele culturale și creative²⁴. Acest tip de sprijin va continua prin programul InvestEU.

Cu toate acestea, există și un decalaj de finanțare prin capitaluri proprii pentru sectorul audiovizual, precum și pentru alte industrii creative, estimat la 399-648 de milioane de euro pe an²⁵. Iată motivul pentru care este necesară o inițiativă nouă pentru sprijinirea finanțării prin capitaluri proprii pentru a stimula capacitatea de producție a unui sector audiovizual independent în Europa, capabil să creeze opere de calitate destinate pieței internaționale și care să provină din toate colțurile Europei. Întreprinderile europene trebuie să aibă acces la mijloace financiare pentru a deveni mai autonome și pentru a exploata proprietatea intelectuală asupra conținutului produs de acestea.

Comisia va sprijini instituirea unei platforme dedicate de investiții, inițiată prin fonduri care provin, printre altele, de la subprogramul MEDIA din cadrul programului „Europa creativă” și de la InvestEU. Scopul acesteia va fi să mobilizeze investitori privați și va fi deschisă colaborării cu instituțiile naționale de promovare și cu asociațiile profesionale. Platforma va sprijini întreprinderile audiovizuale care ar putea produce opere de înaltă calitate pentru piețele europene și internaționale, prin coordonarea exploatării și a distribuției drepturilor la nivelul a diferite teritorii.

Platforma de investiții va sprijini întreprinderile audiovizuale pentru a se dezvolta la nivel internațional, astfel încât acestea să poată să își asume riscuri mai mari, să dezvolte colaborări structurate cu distribuitori sau cu alte agenții mass-media, și să își gestioneze și exploateze cataloagele. În schimb, prin consolidarea fondurilor proprii ale întreprinderilor, acestea pot investi în producții mai mari care vor avea șanse mai mari să ajungă la un public mai larg și de a avea succes de casă.

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

²⁵ Evaluare *ex-ante* a noilor instrumente de finanțare pentru IMM-uri, întreprinderile cu capitalizare medie și organizațiile din sectoarele creative și culturale, SQW, 2019.

Obiectivul este de a atrage investiții în valoare de 400 de milioane de euro într-o perioadă de șapte ani, realizând astfel o contribuție semnificativă în sensul abordării decalajului de finanțare prin capitaluri proprii²⁶. În anumite condiții, platforma ar putea fi combinată și cu planurile de redresare și reziliență ale statelor membre, finanțate prin programul „Next Generation EU”²⁷.

Platforma de investiții se va completa cu activități de consolidare a capacităților pentru investitori, cu scopul de a crește nivelul de cunoștințe al acestora privind piețele mondiale de producție și de distribuție și riscurile asociate acestora, și de a furniza acestora informații pentru cunoașterea pieței. În 2021, se va organiza o conferință a investitorilor pentru a reuni și a mobiliza comunitatea investitorilor.

În plus, pe baza experienței dobândite cu Mecanismul de garantare pentru sectoarele culturale și creative, se vor furniza măsuri de pregătire investițională întreprinderilor audiovizuale interesate în acest tip de investiții. Întreprinderile respective vor primi orientări personalizate, adaptate la strategia de afaceri a acestora pentru a atrage investitori și a identifica proiectele cu cel mai mare potențial.

ACȚIUNEA 3 – „NEWS”: o inițiativă de reunire a măsurilor și a sprijinului pentru sectorul mass-mediei de știri

- *Acces îmbunătățit la finanțare, prin intermediul creditelor și al unei inițiative-pilot de finanțare prin capitaluri proprii*
- *Consolidarea capacității investitorilor și a mass-mediei*
- *Sprijinul pentru mass-media de știri pentru acțiuni de transformare prin colaborare*
- *Un forum european pentru mass-media de știri*

Pentru: întreprinderi de mass-media de știri, jurnaliști și organizații conexe din Europa

Mass-media de știri este un sector economic, precum și un bun public. Este nevoie de timp, stabilitate și resurse pentru ca agențiile mass-media de știri să creeze conținut independent și demn de încredere. Se include aici necesitatea de capacitate sporită pentru ca mass-media să poată analiza și reflecta informații științifice privind aspecte sociale importante, precum sănătatea și schimbările climatice. Cu toate acestea, în ultimii ani, sectorul mass-mediei de știri s-a confruntat cu schimbări continue din cauza evoluției modelelor de venituri și a tranziției la tehnologia digitală. În unele cazuri, deoarece s-au confruntat cu dificultăți de monetizare, unele agenții mass-media, în special la nivel local și regional, au fost nevoite să se închidă, expunând eventual piețele mici la „vidul de știri”. De asemenea, a scăzut numărul agențiilor mass-media care trimiteau corespondenți

²⁶ Există un decalaj de finanțare prin capitaluri proprii pentru domeniul audiovizual, precum și pentru alte industrii creative, estimat la 399-648 de milioane de euro pe an. Sursă: Evaluare *ex-ante* a noilor instrumente de finanțare pentru IMM-uri, întreprinderile cu capitalizare medie și organizațiile din sectoarele creative și culturale, SQW, 2019.

²⁷ În conformitate cu propunerea Comisiei de regulament de instituire a unui mecanism de redresare și reziliență [COM(2020) 408 final]. Articolul 8 prevede că sprijinul acordat în cadrul Mecanismului de redresare și reziliență se adaugă sprijinului furnizat în cadrul altor fonduri și programe ale Uniunii. Potrivit articolului 22, Comisia și statele membre asigură o coordonare eficace între MRR și alte programe ale Uniunii.

în străinătate, ceea ce poate avea efect negativ asupra analizei aprofundate și a relațiilor profesionale. Criza provocată de pandemia de COVID-19 ar putea accelera aceste tendințe, deși cetățenii europeni se bazează pe mass-media de știri mai mult decât oricând până acum, astfel cum se reflectă în creșterea numărului de cititori și a publicului²⁸.

Comisia va lansa o inițiativă „NEWS” pentru a reuni măsuri și sprijin pentru sectorul mass-mediei de știri. Această inițiativă va avea o perspectivă globală asupra provocărilor cu care se confruntă industria mass-mediei de știri și va oferi un răspuns coerent, reunind mai multe instrumente de finanțare sub o egidă comună. Aceasta va îmbunătăți coerența, vizibilitatea și impactul măsurilor sprijinite prin diferite fluxuri de finanțare și, în același timp, va respecta complet independența mass-mediei.

Comisia va facilita un acces mai bun la finanțare prin stimularea creditării, precum și a finanțării prin capitaluri proprii:

- În cazul mass-mediei de știri în căutare de lichidități, accesul la credite va fi facilitat datorită susținerii prin garanția InvestEU, pe baza experienței dobândite cu Mecanismul de garantare pentru sectoarele culturale și creative și cu Fondul european pentru investiții strategice.
- În cazul mass-mediei de știri care necesită investiții, Comisia va viza stabilirea unui program-pilot bazat pe capital prin intermediul InvestEU care să fie capabil să sprijine, printre altele, sectorul mass-mediei de știri în moduri inovatoare, prin coparticipare la investiții cu fonduri de la organizații filantropice, fundații și alți parteneri privați.

Aceste măsuri vor fi completate de servicii de consolidare a capacității care au scopul de a crește nivelul de cunoștințe al investitorilor și al mass-mediei privind piața mass-mediei de știri din Europa, precum și de sprijini pregătirea investițională a agențiilor mass-media europene, în special a mass-mediei locale. Aceste activități vor genera dialogul cu investitorii potențiali și implicarea acestora și vor facilita investițiile.

În plus, se va oferi sprijin dedicat sub forma granturilor din filiera transsectorială a programului „Europa creativă” pentru parteneriate de colaborare în domeniul mass-mediei de știri. Granturile vor sprijini testarea noilor modele de afaceri, în special, mass-media locală, asistarea mass-mediei în dezvoltarea activităților și elaborarea standardelor editoriale, promovarea jurnalismului transfrontalier și prin colaborare, formarea profesională și mobilitatea specialiștilor și diseminarea celor mai bune practici. Se va facilita colaborarea în rețea la nivelul proiectelor selectate pentru creșterea la maximum a impactului.

Comisia va participa la schimburile periodice cu industria pentru a elabora o agendă de inovare a mass-mediei de știri care să poată ajuta sectorul să se dezvolte armonios în economia și societatea digitale. În acest scop, Comisia va institui un forum european pentru mass-media de știri pentru a porni dezbateri cu părțile interesate, inclusiv autorități de reglementare în domeniul mass-mediei, reprezentanți ai jurnaliștilor, organismele de autoreglementare (consilii de mass-media/presă), societatea civilă și organizații internaționale.

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

3. TRANSFORMARE

Obiectivul acestei secțiuni este să încurajeze reziliența și competitivitatea pe termen lung a industriei mass-mediei din Europa, însoțind în special dubla tranziție verde și digitală. De asemenea, acest lucru este important pentru a sprijini rolul esențial pe care sectorul îl are în satisfacerea necesităților societale și în stimularea valorilor europene.

Ca în cazul multor sectoare industriale, tehnologia datelor este în centrul transformării sectorului mass-mediei²⁹. În special, datele privind publicul din domeniile în care sunt bine poziționați competitorii mondiali ai Europei – precum dezvoltarea și promovarea de conținut personalizat –, generează noi modele de afaceri care au la bază o relație mai directă cu clienții³⁰. Un exemplu esențial este publicitatea, în cazul căreia internetul a detronat televiziunea ca principal canal în 2015 și a continuat să își consolideze poziția de atunci. În 2018, publicitatea pe internet s-a ridicat la un total de peste 50 de miliarde de euro, în timp ce publicitatea televizată s-a ridicat la mai puțin de 40 de miliarde de euro³¹.

În același timp, disponibilitatea datelor privind consumatorii continuă să crească în același ritm cu utilizarea telefoanelor inteligente. Proporția cititorilor care accesează știri de pe telefoane inteligente a crescut de la 39 % în 2014 la 48 % în 2020. Această realitate oferă oportunități noi pentru crearea, promovarea și distribuirea de conținut în formate care sunt adaptate la necesitățile cititorilor.

În acest context, respectul pentru protecția datelor cu caracter personal³² este esențial pentru consolidarea drepturilor fundamentale ale persoanelor în era digitală și pentru facilitarea relațiilor de afaceri prin clarificarea normelor pentru întreprinderile și pentru organismele publice de pe piața unică digitală.

De asemenea, conținutul imersiv în curs de dezvoltare este un sector al cărui potențial în mare parte nu este explorat și în care ar putea fi consolidate sinergii între sectorul mass-mediei și alte industrii-cheie europene.

Sectorul mass-mediei din Europa nu trebuie să rămână în urmă în ceea ce privește tranziția verde. Prin urmare, în conformitate cu obiectivele Pactului verde european³³ – realizarea neutralității climatice până în 2050, decuplarea creșterii economice de utilizarea resurselor, refacerea biodiversității și reducerea poluării –, se vor stabili măsuri pentru a reduce impactul sectorului asupra mediului.

ACȚIUNEA 4 – Stimularea inovării printr-un spațiu european al datelor din sectorul mass-media și încurajarea noilor modele de afaceri

- *Crearea unui spațiu al datelor din sectorul mass-media pentru a sprijini întreprinderile de mass-media să facă schimb de date și să dezvolte soluții inovatoare*

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

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

³¹ Observatorul European al Audiovizualului.

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

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

➤ *„European Media Outlook” (Perspectivele industriei mass-media din Europa): un raport de analiză a tendințelor din mass-media*

Pentru: editorii; radiodifuzorii; posturile de radio; agențiile de publicitate; IMM-urile din mass-media; furnizorii de tehnologie; întreprinderile nou-înființate de tehnologie și conținut; creatorii, producătorii, distribuitorii de conținut din Europa

Pentru a deveni mai inovatoare și competitive, întreprinderile de mass-media europene ar trebui să fie abilitate pentru a lua decizii mai bune și pentru a aplica soluții mai avansate bazate pe informații colectate din date. Comisia propune realizarea acestui fapt prin stimularea creării unui „spațiu al datelor privind mass-media” din Europa. Această inițiativă se bazează pe strategia europeană privind datele³⁴ și va fi desfășurată respectând pe deplin legislația privind protecția datelor cu caracter personal.

Spațiile de date pot modifica modul în care colaborează creatorii, producătorii și distribuitorii. Acestea găzduiesc date relevante privind mass-media, precum conținut, date privind publicul și metadata ale conținuturilor, precum și alte tipuri de date privind comportamentele utilizatorilor, care ar putea fi utile pentru a crea conținut mai adaptat la necesitățile consumatorilor și pentru a distribui mai eficient acest conținut.

Inițiativa „Spațiul datelor din sectorul mass-media”, finanțată prin programele Orizont Europa și Europa Digitală, va sprijini editorii de presă, radiodifuzorii, alte întreprinderi de mass-media și furnizorii de tehnologie pentru a crea un spațiu al datelor dedicat aplicațiilor mass-media. Programul Europa digitală va sprijini implementarea infrastructurii de date și definirea unei strategii de interoperabilitate a datelor. În conformitate cu strategia europeană privind datele și cu noua inițiativă orizontală de guvernare a datelor³⁵, acest program va integra, de asemenea, cele mai noi instrumente și servicii necesare pentru gestionarea și prelucrarea datelor, va defini condițiile pentru schimbul de date și utilizarea acestora, incluzând proprietatea intelectuală, confidențialitatea și protecția datelor cu caracter personal, precum și normele de concurență. Inițiativa va fi stabilită ținând seama de contribuțiile comunității extinse a părților interesate.

Infrastructura de date ar trebui pusă la atât la dispoziția mass-mediei ca serviciu public, cât și la dispoziția operatorilor mass-media comerciali, indiferent dacă sunt mari sau mici, întreprinderi nou-înființate sau jucători cu vechime pe piață. De exemplu, mai mulți editori de știri din UE și-ar putea pune laolaltă datele privind conținut și clienții acestora, într-un mod pro competitiv și cu respectarea normelor de protecție a datelor cu caracter personal, cu scopul de a produce știri adresate publicului lor național, conținutul relevant fiind tradus automat în limbile acestora. De asemenea, spațiul de date ar putea pune la dispoziție informații valoroase pentru servicii, cu scopul de a crește ușurința găsirii de conținut mass-media (conținut de știri și divertisment) la nivel transfrontalier, precum și de a facilita accesul la resurse de calcul pentru IMM-urile creative. În plus, ar putea permite exploatarea sinergiilor cu seturile de date produse de alte industrii creative (de exemplu spațiile de date pentru patrimoniul cultural) și de sectoarele industriale (de exemplu comerțul cu amănuntul, industria autovehiculelor).

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

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

În plus, Orizont Europa va susține aplicațiile și tehnologiile inovatoare în domeniul mass-mediei. Investițiile în componentele mass-media modulare și de infrastructură cu surse deschise ar putea facilita apariția unor modele noi de afaceri și adoptarea acestora de către mass-media tradițională și nouă, îmbunătățind astfel accesul cetățenilor la informații obținute din surse mai extinse.

Pentru a consolida baza de cunoștințe și pentru a furniza informații inițiativelor de politică viitoare, Comisia Europeană va achiziționa raportul „Media Industry Outlook” (Perspectivele industriei mass-media), o dată la doi ani. Acest raport va analiza tendințele mass-mediei, de la progresele tehnologice la apariția de tipare de producție și de consum, și va analiza impactul potențial al acestora asupra pieței mass-mediei europene și asupra modelelor de afaceri.

ACȚIUNEA 5 – Stimularea unei coaliții industriale europene de realitate virtuală și realitate augmentată (VR/AR)

- *Coaliție industrială de realitate virtuală și realitate augmentată pentru a stimula cooperarea la nivelul sectoarelor industriale și pentru a asigura Europei o poziție de lider*
- *Lansarea unui laborator mass-media de realitate virtuală („VR Media Lab”) de proiecte pentru noi modalități de relatare a faptelor și de interacțiune*

Pentru: întreprinderile și specialiștii europeni din domeniul realității virtuale și al realității augmentate, precum și industriile europene care utilizează aplicații de realitate virtuală/realitate augmentată

Tehnologiile imersive și conținutul de înaltă calitate permit crearea de noi aplicații și cazuri de utilizare, precum și de noi modalități de interacțiune cu publicul. Tehnologiile imersive creează experiențe mai atrăgătoare și imersive în domenii diferite, precum mass-media, divertisment, cultură, sănătate, design, arhitectură, producție, educație, turism, modă, formare profesională sau achiziții cu amănuntul.

Până în 2030, realitatea virtuală (VR) și realitatea augmentată (AR) au potențialul de a adăuga aproximativ 1,3 mii de miliarde de euro la economia mondială, pornind de la 39 de miliarde în 2019³⁶.

Deși majoritatea jucătorilor importanți se află în Asia și în SUA, Europa are, de asemenea, potențial major de a deveni lider de piață în această tehnologie³⁷. Fondurile UE pentru cercetare au sprijinit peste 450 de proiecte dedicate realității virtuale și realității augmentate, ridicându-se la un total de peste 1 miliard de euro începând din anii 1990.

Europa are un avantaj concurențial distinct în materie de conținut, grație vastei sale diversități culturale: jucători culturali importanți precum ARTE, Festivalul de film de la Veneția și Centre National du Cinema explorează în mod activ și susțin potențialul realității virtuale. De asemenea, Europa are specialiști extrem de competenți, capabili să

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.

efectueze modelare 3D și să creeze conținut generat de calculator (CG) pentru industria jocurilor video și animația în realitate virtuală.

Valorificând creativitatea Europei și baza sa puternică de cercetare, conținutul, soluțiile tehnice și aplicațiile VR/AR au potențialul de a activa inovarea în alte sectoare industriale, precum industriile prelucrătoare, prin îmbunătățirea dezvoltării produselor și a proceselor conexe. În plus, acestea joacă un rol important în stimularea transformării sectorului turismului și în sprijinirea industriilor creative, precum moda sau arhitectura, pentru a dezvolta noi modele de afaceri, pentru a eficientiza producția prin reducerea deșeurilor și pentru a îmbunătăți experiența consumatorilor.

Cu toate acestea, sectorul european de realitate virtuală/realitate augmentată suferă din cauza fragmentării de la nivelul sectoarelor, al jucătorilor și al aplicațiilor. Prin urmare, Comisia propune lansarea unei coaliții de realitate virtuală/realitate augmentată pentru a stimula cooperarea și interacțiunile dintre sectoare și pentru a asigura poziția de lider a Europei pe această piață esențială, în creștere. Coaliția de realitate virtuală/realitate augmentată ar furniza o platformă pentru sinergii, prin stimularea acțiunilor și a angajamentelor comune.

Coaliția va fi bazată pe o abordare extinsă, transsectorială, cu implicarea industriilor, a furnizorilor de tehnologie și a creatorilor. Coaliția ar reflecta această diversitate de competențe și ar fi alcătuită din jucători importanți din diferite sectoare, de la producția și distribuția de conținut, până la punerea la dispoziție a tehnologiei, precum și inovare și dezvoltarea afacerilor. Ar include membri care reprezintă asociațiile naționale sau regionale de realitate virtuală/realitate augmentată, diferiți reprezentanți ai industriei care ar putea beneficia de utilizarea mai extinsă a tehnologiilor de realitate virtuală/realitate augmentată pentru crearea și utilizarea de conținut.

Până la sfârșitul anului 2021, coaliția ar urma să prezinte un document strategic în care să se precizeze a) măsura în care realitatea virtuală/realitatea augmentată este implementată în sectorul mass-mediei; b) a obiectivelor pentru implementarea optimă a realității virtuale/realității augmentate în sectorul mass-mediei care va fi realizată până în 2026; c) a angajamentelor concrete privind modul în care industria va contribui la realizarea acestor obiective.

De asemenea, se va lansa un laborator mass-media de realitate virtuală pentru susținerea cooperării creative privind proiecte pentru noi modalități de relatare a faptelor și de interacțiune, prin intermediul realității virtuale și a realității augmentate. Acesta va permite munca în comun și învățarea reciprocă între oamenii care reprezintă o serie de grupuri profesionale (jurnaliști, producători de filme, creatori de jocuri video, programatori, cercetători). Proiectele finanțate se vor concentra pe conținut pentru divertisment, cultură și știri, precum și pe aplicații de realitate virtuală în alte industrii, precum turismul, și în domenii precum educația.

ACȚIUNEA 6 – Către un sector audiovizual neutru din punct de vedere climatic

- *Un schimb structurat de cele mai bune practici cu industria și cu fondurile naționale (locale) de film și audiovizuale*

Pentru: întreprinderile și specialiștii europeni din domeniul audiovizual

Impactul sectorului mass-mediei asupra mediului este semnificativ. Spre deosebire de multe alte industrii din Europa, emisiile de CO₂ ale acestei industrii din Europa sunt într-o creștere continuă din cauza creșterii constante a consumului de mass-media, în special prin platformele de streaming.

În sectorul audiovizual, estimările variază de la 35 tm CO₂e (tone metrice de dioxid de carbon echivalent) pentru un episod de serial de televiziune până la 1 000 tm CO₂e pentru un film artistic³⁸. Un film artistic european produce în medie 192 de tone de CO₂. Marile (co)producții internaționale ar putea avea un impact mult mai mare, de până la câteva mii de tone de CO₂.

În conformitate cu obiectivul UE privind neutralitatea climatică până în 2050, Comisia va colabora îndeaproape cu industria și fondurile naționale (locale) de film și audiovizuale, cu obiectivul de a face schimb de cele mai bune practici existente³⁹ și de a conveni asupra instrumentelor comune și a standardelor verzi. De asemenea, platformele de streaming online – a căror cotă de amprentă de carbon este în creștere din cauza creșterii consumului –, vor fi invitate să își prezinte ideile și inițiativele.

Comisia va realiza un ghid cu cele mai bune practici pentru producția verde și furnizarea verde de servicii. Abordarea va fi gradată, cu scopul de a crește nivelul de conștientizare și de a impulsiona industria să înceapă să pună în aplicare soluții mai sustenabile. Aceasta va completa măsurile Comisiei din Strategia digitală⁴⁰ pentru a face infrastructura, precum centrele de date și rețelele de telecomunicații, să devină neutră din punct de vedere climatic, eficientă din punct de vedere al consumului de energie și sustenabilă.

4. ABILITARE ȘI CONSOLIDAREA CAPACITĂȚII DE ACȚIUNE

Europenii ar trebui să fie protagoniștii deceniului digital. Legislația europeană recentă, precum DSMAV revizuită și reforma drepturilor de autor, contribuie la asigurarea unei responsabilități consolidate a tuturor actorilor din mass-media, inclusiv a platformelor digitale, pentru a proteja grupurile vulnerabile de utilizatori de mass-media, în special minorii. Aceasta consolidează și drepturile creatorilor din Europa.

Pe baza acestui cadru solid de reglementare, prezenta secțiune stabilește inițiative pentru a permite întreprinderilor de mass-media și talentelor europene să prospere pe piața europeană și pe cea mondială. Aceste inițiative țin seama de necesitatea cetățenilor de a putea găsi și alege conținut divers de calitate online și de a putea să navigheze lin și eficient în mass-media modernă.

³⁸ „Greening the European Audiovisual Industry – The Best Strategies and their costs” (Ecologizarea industriei audiovizuale europene – Cele mai bune strategii și costurile acestora) (urmează să fie publicat în 2021).

³⁹ Una dintre sursele relevante de bune practici și o platformă de cooperare va fi Pactul climatic european care urmează să fie lansat de Comisia Europeană în decembrie 2020.

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

Deși se va acorda o atenție specifică tinerilor Europei, europenii din toate mediile și generațiile, inclusiv vârstnicii, vor fi abilitați să fie activi și să fie utilizatori critici ai conținutului mass-media.

ACȚIUNEA 7 – Către o disponibilitate mai extinsă a conținutului audiovizual la nivelul UE

- *Lansarea unui dialog cu industria audiovizuală pentru a putea conveni asupra unor etape concrete cu scopul de a îmbunătăți accesul la conținutul audiovizual și disponibilitatea acestuia la nivel transfrontalier în UE*

Pentru: industria audiovizuală (producători, radiodifuzori, servicii de video la cerere, distribuitori etc.), organizații de consumatori și celelalte părți interesate, precum fondurile naționale de film

Odată cu criza provocată de pandemia de COVID-19, utilizarea de servicii audiovizuale la domiciliu a crescut exponențial, împreună cu dorința gospodăriilor de a investi în tehnologii de divertisment la domiciliu⁴¹. Criza creează o oportunitate pentru ca industria să ajungă online la un public mai larg. Regulamentul recent privind portabilitatea conținutului⁴² permite cetățenilor europeni să se deplaseze în UE cu conținutul pe care l-au achiziționat sau la care s-au abonat și a furnizat deja avantaje practice⁴³.

În ceea ce privește disponibilitatea conținutului audiovizual online, există potențial semnificativ de creștere: raportul referitor la reexaminarea Regulamentului privind geoblocarea⁴⁴ prezintă diferențe importante între cataloagele audiovizuale de la nivelul statelor membre. În medie, doar 14 % din filme sunt disponibile pe serviciile de video la cerere din toate statele membre⁴⁵.

⁴¹ Potrivit raportului Pwc „Global Entertainment & Media Outlook 2020-2024”, ca urmare a crizei provocate de pandemia de COVID-19, se preconizează că veniturile serviciilor de video la cerere vor depăși succesul de casă în 2020 și se proiectează că își vor continua creșterea în următorii cinci ani, depășind dublul succesului de casă în 2024. În același timp, cifra de afaceri mondială a serviciilor de streaming a crescut cu 26 % în 2020.

⁴² Regulamentul (UE) 2017/1128 al Parlamentului European și al Consiliului din 14 iunie 2017 privind portabilitatea transfrontalieră a serviciilor de conținut online în cadrul pieței interne.

⁴³ Europeanii care se deplasează frecvent confirmă importanța normelor pentru călătoriile lor. Aproape jumătate (49 %) dintre europenii care au un abonament cu titlu gratuit sau plătit pentru servicii de conținut online și care s-au deplasat în UE au încercat să acceseze acest conținut atunci când se aflau în vizită în altă țară UE. Eurobarometrul din 2019 477a „Accessing content online and cross-border portability of online content services - survey on cross-border portability” (Accesarea de conținut online și portabilitatea transfrontalieră a serviciilor de conținut online – sondaj privind portabilitatea transfrontalieră).

⁴⁴ Raport al Comisiei către Parlamentul European, Consiliu, Comitetul Economic și Social European și Comitetul Regiunilor privind revizuirea timpurie a Regulamentului privind geoblocarea. Disponibil la adresa: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-publishes-its-short-term-review-geo-blocking-regulation>

⁴⁵ Există diferențe semnificative în funcție de țară, de exemplu, utilizatorii din Grecia au acces la doar 1,3 % din filmele disponibile online în UE, în timp ce utilizatorii din Germania au acces la 43,1 %. Sursă: Documentul de lucru al serviciilor Comisiei privind prima reexaminare pe termen scurt a Regulamentului privind geoblocarea.

Un sondaj recent al Eurobarometrului arată că peste o treime dintre utilizatorii de internet sunt interesați să acceseze la nivel transfrontalier conținut audiovizual⁴⁶. Aceste constatări sunt confirmate de ultimele date de la Observatorul European al Audiovizualului, potrivit cărora filmele UE sunt disponibile, în medie, în cel mult trei țări din UE-27 pe platforme de video la cerere⁴⁷. Acest fapt reprezintă un tezaur de potențial neexploatat și de diversitate de care europenii ar trebui să se bucure.

Industria audiovizuală ar trebui să beneficieze de Europa ca piață de origine și să profite de noile tendințe de consum, punând la dispoziție online mai multe opere în diferitele state membre.

Pentru a fi alături de industria audiovizuală în această transformare, Comisia intenționează să lanseze un dialog cu acest sector. Acest dialog va contribui la acordul asupra unor etape concrete pentru a îmbunătăți accesul la conținut audiovizual și disponibilitatea acestuia la nivel transfrontalier, ca o continuare a reexaminării Regulamentului privind geoblocarea. Acest dialog ar permite industriei să se dezvolte și să ajungă la public nou și ar oferi beneficii cetățenilor europeni deoarece aceștia ar avea de ales dintre mai multe opțiuni.

Dialogul va reuni reprezentanții industriei audiovizuale (producători, radiodifuzori, servicii de video la cerere, distribuitori etc.), organizațiile de consumatori și alte părți interesate, precum fondurile naționale de film, și va avea loc în cursul anului 2021. În cadrul dialogului, ar putea fi definite obiective specifice posibile pentru a crește circulația operelor audiovizuale la nivelul UE, precum și modalități de realizare a acestor obiective.

Comisia va monitoriza progresul în ceea ce privește realizarea obiectivelor specifice, în cooperare cu sectorul audiovizual, și va decide cu privire la acțiunile subsecvente, prin evaluarea mai multor opțiuni, inclusiv intervenția legislativă.

În același timp, cinematografele ar trebui să rămână localuri de cultură care oferă oportunități îmbunătățite de interacțiune socială. În acest scop, prin subprogramul MEDIA din cadrul programului „Europa creativă”, Comisia va analiza modalități de încurajare a cinematografelor pentru ca acestea să îmbunătățească în continuare experiența spectatorilor de cinema.

ACȚIUNEA 8 – Stimularea talentelor mass-media europene

- *Noi programe de mentorat pentru talentele mass-media ale Europei*
- *Tabere de pregătire MEDIA unde se oferă formare profesională intensivă practică pentru tinerii specialiști din mass-media*
- *Campanie privind diversitatea în fața și în spatele camerei*
- *Portal de piață MEDIA pentru a identifica întreprinderile nou-înființate cu cele mai bune perspective, active în sectorul mass-mediei, precum și pentru a le sprijini să se dezvolte armonios*
- *Laboratoare de inovare creativă deschise întreprinderilor nou-înființate și*

⁴⁶ Eurobarometru Flash 477b, 2019.

⁴⁷ Observatorul European al Audiovizualului, raportul „Film and TV content in VOD catalogues 2020 Edition” (Film și conținut TV în cataloagele serviciilor de video la cerere, ediția 2020).

recent dezvoltate

Pentru: specialiștii europeni în audiovizual, întreprinderile de mass-media inovatoare europene (din sectorul audiovizual și nu numai)

Talentele din industria mass-media, indiferent de sector și de localizarea acestora în Europa, sunt centrul competitivității acesteia.

Cu toate acestea, unele profesii continuă să fie percepute ca inaccesibile pentru unele grupuri din societate. Acest fapt este ilustrat, de exemplu, de subreprezentarea femeilor în pozițiile decizionale din industria audiovizualului⁴⁸.

Comisia va generaliza practicile de mentorat care s-au dovedit cele mai reușite, în urma proiectelor de formare profesională susținute în ultimii ani pentru sectorul audiovizual prin subprogramul MEDIA din cadrul programului „Europa creativă”⁴⁹. Astfel de programe de mentorat se vor dezvolta în formate diverse, exploatând toate oportunitățile creative și de afaceri oferite de tehnologiile digitale.

În plus, se va lansa o campanie de comunicare pentru stimularea diversității nu doar în fața, ci și în spatele camerei, pentru a îmbunătăți reprezentările diversificate și pentru a adăuga idei, relatări și voci noi. Campania va sprijini Comunicarea Comisiei „O Uniune a egalității: Planul de acțiune al UE de combatere a rasismului pentru perioada 2020-2025”⁵⁰, Strategia UE privind egalitatea pentru persoanele lesbiene, gay, bisexuale, transgen, intersexuale și queer⁵¹, precum și Cadrul strategic al UE privind egalitatea, incluziunea și participarea romilor⁵².

Evidențierea modelelor care sunt sursă de inspirație este o etapă esențială în promovarea accesului la aceste profesii, prin intermediul unei mai mari diversități de profiluri. Astfel, campania va avea drept scop evidențierea specialiștilor europeni, pentru a promova o gamă largă de profesii și pentru a încuraja femeile și grupurile defavorizate din societate, precum persoanele cu handicap sau persoanele cu o origine rasială sau etnică minoritară, să aibă în vedere aceste cariere.

În plus, se vor consolida inițiativele de dezvoltare a competențelor în cadrul programului „Europa creativă” prin organizarea de cursuri intensive de formare profesională (tabere de pregătire MEDIA), în cadrul cărora tinerele talente mass-media din Europa pot acumula experiență practică în domenii precum relatarea de povestiri inovatoare, noi

⁴⁸ Potrivit strategiei europene privind egalitatea de gen pentru 2020-2025, Comisia va sprijini în continuare proiectele care promovează egalitatea de gen în cadrul programului „Europa creativă”, inclusiv în cadrul inițiativei „Muzica mișcă Europa”, și va prezenta, ca parte a următorului subprogram MEDIA, o strategie privind egalitatea de gen în sectorul audiovizual; aceasta va include acordarea de sprijin financiar, dialoguri structurate, activități de mentorat și formare pentru cineaste, producătoare de film și scenariste.

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

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

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

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

modele de afaceri, tehnologii noi de post-producție, împreună cu competențele pentru livrarea de conținut accesibil.

De asemenea, subprogramul MEDIA din cadrul programului „Europa creativă” își va uni forțele cu alte inițiative, precum „Radarul de inovare”⁵³, Startup Europe⁵⁴ și Media Motor Europe⁵⁵, CSA, pentru a identifica societățile nou-înființate cu cele mai bune perspective din Europa, active în mass-media. În acest scop, se va lansa o cerere de exprimare a interesului, destinată comunităților creative și de tehnologie mass-media, în cadrul inițiativei Startup Europe pentru a cartografia societățile cu cele mai bune perspective.

De asemenea, subprogramul MEDIA din cadrul programului „Europa creativă” va fi un teren fertil pentru întreprinderile respective și le va ajuta să se dezvolte armonios într-un sector audiovizual în schimbare rapidă. Întreprinderile respective ar putea beneficia de un acces consolidat la sprijin pentru piață acordat de subprogramul MEDIA din cadrul programului „Europa creativă”, prin așa-numitul „MEDIA Market Gateway (Portalul de piață MEDIA)”. Aceasta va implica pregătirea activă, inclusiv coaching și mentorat privind tendințele pieței și poziționarea, planurile de afaceri, strategiile de comercializare, pentru a profita la maximum de prezența fizică/virtuală combinată pe cele mai importante piețe mass-media mondiale (Berlinale, Cannes, Venetia, GamesCom, Zilele realității virtuale etc.), sub sigla europeană.

Întreprinderile nou-înființate și cele recent dezvoltate vor avea posibilitatea de a participa la laboratoarele de inovare creativă, o nouă inițiativă în cadrul filierei transsectoriale a programului „Europa creativă”. Aceasta va reuni laolaltă mass-media și celelalte sectoare creative (de exemplu muzică, editare) și va experimenta cu date, realitate virtuală și realitate augmentată și alte tehnologii pentru a dezvolta conținut nou, noi modele de afaceri, competențe noi, pentru a promova includerea diversității și sustenabilitatea, precum și pentru a stimula implicarea publicului.

Este important de remarcat că întreprinderile nou-înființate și IMM-urile mass-media inovatoare vor putea, de asemenea, să solicite sprijin din partea programului Orizont Europa în cadrul Consiliului European pentru Inovare⁵⁶ și al Institutului European de Inovare și Tehnologie⁵⁷.

ACȚIUNEA 9 – Abilitarea cetățenilor

- *Aplicarea practică a noilor obligații de educație în domeniul mass-mediei din DSMAV (setul de instrumente pentru educația în domeniul mass-mediei și orientările pentru statele membre)*
- *Sprijinirea creării unor servicii alternative de agregare a conținutului mass-media*

Pentru: cetățenii europeni, în special tineri; platformele de partajare a materialelor video

⁵³ <https://www.innoradar.eu/>.

⁵⁴ <https://startupeuropeclub.eu/>.

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

⁵⁶ A se vedea programul-pilot al CEI: <https://ec.europa.eu/research/eic/index.cfm>.

⁵⁷ <https://eit.europa.eu/ro/in-your-language>.

Educația în domeniul mass-mediei este esențială pentru abilitarea cetățenilor în contextul mass-mediei de astăzi și ar trebui sprijinită la nivelul diferitelor programe și inițiative, astfel cum se subliniază în Planul de acțiune pentru democrația europeană. Acest plan subliniază importanța educației în domeniul mass-mediei pentru a combate dezinformarea și promovează cooperarea în această privință.

Educația în domeniul mass-mediei include toate capacitățile tehnice, cognitive, sociale, civice și creative care permit cetățenilor să aibă acces la mass-media, să aibă o înțelegere critică cu privire la aceasta și să interacționeze cu mass-media. De asemenea, educația în domeniul mass-mediei este esențială pentru a da consumatorilor capacitatea de a lua decizii în cunoștință de cauză și pentru a-i sprijini să adopte un stil de consum mai sustenabil și mai ecologic. Educația în domeniul mass-mediei ar trebui integrată în programele școlare pentru a permite copiilor să utilizeze în mod responsabil serviciile de mass-media și să fie mai bine pregătiți să facă față amenințărilor impuse de violența și dezinformarea din online.

DSMAV revizuită a stabilit măsuri specifice pentru a îmbunătăți competențele cetățenilor în domeniul mass-mediei. Directiva prevede că statele membre ar trebui să promoveze și să ia măsuri pentru dezvoltarea competențelor în domeniul mass-mediei (și să raporteze Comisiei cu privire la astfel de măsuri, pe baza orientărilor Comisiei prin care se definește domeniul de aplicare al rapoartelor respective); iar platformele de partajare a materialelor video ar trebui să instituie măsuri și instrumente eficiente de educație în domeniul mass-mediei și să informeze utilizatorii cu privire la aceste măsuri și instrumente.

Punerea eficientă în aplicare a acestor dispoziții ale DSMAV este foarte importantă pentru dezvoltarea ulterioară a competențelor în domeniul mass-mediei și pentru a îmbunătăți accesibilitatea conținutului la nivelul statelor membre. Prin urmare, pentru a asigura aplicarea practică a noilor obligații, în special în sfera online, Comisia, împreună cu Grupul autorităților europene de reglementare pentru servicii mass-media audiovizuale (ERGA) și cu alți experți, precum și în dialog cu platformele de partajare a materialelor video, va dezvolta un set de instrumente pentru a îmbunătăți nivelul de conștientizare a utilizatorilor, competențele critice și alegerile acestora și pentru a ajuta utilizatorii să acceseze o mai mare varietate de conținut mass-media disponibil pe platformele de partajare a materialelor video.

Se preconizează că această inițiativă va fi avantajoasă în special pentru utilizatorii tineri, care ar trebui să fie complet implicați în dezvoltarea acesteia. Din acest motiv, Comisia va institui o comisie ad-hoc de sondare alcătuită din studenți și jurnaliști tineri pentru a testa și a promova setul de instrumente. Această comisie va fi echilibrată din punct de vedere al genului, favorabilă incluziunii și diversă. O astfel de abordare va asigura că setul de instrumente va aborda eficient necesitățile utilizatorilor tineri și va continua cu abilitarea acestora în mediul online, inclusiv prin combaterea stereotipurilor bazate pe gen, cultură, religie sau preferințe sexuale. De asemenea, punerea în aplicare a setului de instrumente va face parte din rapoartele privind educația în domeniul mass-mediei prevăzute prin DSMAV, al căror domeniu de aplicare se va stabili în orientările Comisiei care urmează să fie publicate în 2021.

Ca parte a acestor acțiuni, Comisia își va intensifica eforturile și în cadrul ediției următoare a săptămânii europene de educație în domeniul mass-mediei, în vederea transformării acesteia într-un eveniment cu impact chiar mai mare și mai favorabil incluziunii. În acest context, Comisia va explora eventuala cooperare suplimentară cu organizații internaționale relevante.

Măsurile propuse vor fi complet aliniate și complementare obiectivelor cuprinse în Planul de acțiune pentru educația digitală pentru 2021-2027⁵⁸, al cărui scop va fi să sensibilizeze și mai mult educația pentru a sprijini cursanții să își dezvolte capacitatea de abordare critică, de filtrare și de evaluare a informațiilor, în special pentru a identifica dezinformarea și pentru a gestiona suprasolicitarea cu informații, precum și pentru a dezvolta alfabetizarea financiară⁵⁹.

De asemenea, programul Orizont Europa va contribui la îmbunătățirea participării politice a cetățenilor prin stimularea competențelor digitale critice și prin accesul la conținut mass-media pluralist.

Pentru completarea acestor măsuri, Comisia va sprijini cercetarea și inovarea pentru metode avansate de căutare, descoperire și agregare, pentru a facilita crearea de servicii alternative independente de agregare de știri, capabile să ofere un set divers de surse de informații accesibile.

Nivelul publicului, în special al publicului tânăr, de conștientizare a conținutului european va fi îmbunătățit în contextul celei de-a 30-a aniversări a subprogramului MEDIA din cadrul programului „Europa creativă” în 2021. Se va lansa o campanie de informare a generațiilor tinere cu privire la bogăția și diversitatea conținutului european, prin prezentarea poveștilor de succes, a proiectelor și a talentelor sprijinite de către acest program.

ACȚIUNEA 10 – Asigurarea funcționării pieței mass-media europene

- Consolidarea cadrului de cooperare dintre autoritățile europene de reglementare în domeniul mass-mediei și Grupul autorităților europene de reglementare pentru servicii mass-media audiovizuale (ERGA)

Pentru: autoritățile europene de reglementare în domeniul mass-mediei, industria europeană mass-media audiovizuală și jucătorii de pe piața respectivă

Stabilirea de condiții de concurență echitabile pentru toți jucătorii mass-media audiovizuali și un mediu echitabil pentru creatori și cei care investesc în conținut au fost obiectivele centrale ale DSMAV revizuite și ale cadrului modernizat privind drepturile de autor.

De exemplu, pentru a asigura condiții de concurență echitabilă între radiodifuzori și platformele de video la cerere în ceea ce privește promovarea și investirea în conținut european, DSMAV revizuită impune acestora din urmă să asigure o cotă de 30 % de opere europene în cataloagele lor.

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

⁵⁹ Importanța educației în domeniul mass-mediei a fost subliniată și în Agenda pentru competențe în Europa pentru anul 2020, care a prevăzut că, împreună cu statele membre, Comisia va analiza noile priorități ale planului european pentru învățarea în rândul adulților. Scopul acestui plan va fi să completeze cadrul de cooperare european reînnoit în domeniul educației și formării profesionale și să susțină realizarea obiectivului de dezvoltare durabilă al ONU.

Punerea în aplicare eficientă și consistentă a DSMAV revizuită și a normelor privind drepturile de autor la nivel național va fi esențială pentru a asigura îndeplinirea obiectivelor de către acestea. În același timp, va fi esențial să se garanteze că activele necorporale ale jucătorilor din domeniul mass-media sunt protejate printr-o asigurare efectivă a respectării drepturilor lor de proprietate intelectuală.

În ceea ce privește DSMAV revizuită, statele membre și, în special, autoritățile de reglementare în domeniul mass-mediei ale acestora trebuie să monitorizeze în mod adecvat aplicarea corectă a noilor norme și să asigure respectarea acestora, după caz⁶⁰. Aceasta va impune în special următoarele:

- Punerea consecventă în aplicare a obligațiilor privind cota în materie de conținut european din cataloagele la cerere (bazată și pe orientările emise recent de către Comisie)⁶¹;
- Aplicarea coerentă a noilor norme privind vizibilitatea operelor europene, prin emiterea de orientări practice suplimentare și prin încurajarea abordărilor comune privind vizibilitatea conținutului de interes general⁶²;
- Asigurarea respectării efective a noilor obligații pentru platformele de partajare a materialelor video.

În această privință, Comisia va evalua dacă trebuie consolidată cooperarea cu Grupul autorităților europene de reglementare a serviciilor mass-media audiovizuale (ERGA), pentru a asigura că atât formatul, cât și domeniul de aplicare al acestuia contribuie la funcționarea efectivă în practică a noilor norme din domeniul mass-mediei, precum și că poate aborda provocările noi de pe piețele mass-media. În acest scop, Comisia va continua să analizeze cele mai bune practici în ceea ce privește cooperarea transfrontalieră, monitorizând îndeaproape performanța memorandumului de înțelegere (MoU) al ERGA, care urmează să fie stabilit până la sfârșitul anului.

MoU este un mecanism de cooperare sectorială și voluntară, bazat pe expertiza unică a autorităților europene de reglementare în domeniul mass-mediei. Acest memorandum va conține mecanisme specifice de cooperare și de schimb de informații pentru autoritățile europene de reglementare în domeniul mass-mediei în vederea abordării aspectelor practice și a cazurilor transfrontaliere legate de punerea în aplicare a DSMAV revizuite, care țin de competența acestora. Această inițiativă, axată în special pe noutățile de

⁶⁰ În plus față de noile norme, Directiva 2005/29/CE privind practicile comerciale neloiale ale întreprinderilor de pe piața internă față de consumatori se aplică practicilor comerciale neloiale care apar în serviciile mass-media audiovizuale, precum practicile înșelătoare și agresive, în măsura în care acestea nu sunt acoperite prin dispozițiile DSMAV. Rețeaua de cooperare în materie de protecție a consumatorului în temeiul Regulamentului (UE) 2017/2394 asigură respectarea legislației UE privind consumatorii în cazul unor încălcări în interiorul Uniunii și la nivelul acesteia.

⁶¹ Orientări în temeiul articolului 13 alineatul (7) din Directiva serviciilor mass-media audiovizuale privind calcularea cotei de opere europene în cataloagele la cerere și definirea nivelului scăzut de audiență și a cifrei de afaceri reduse; [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=CELEX:52020XC0707\(03\)](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=CELEX:52020XC0707(03)).

⁶² Articolul 7a din DSMAV revizuită recunoaște că statele membre pot lua măsuri pentru a asigura vizibilitatea corespunzătoare a serviciilor mass-media audiovizuale de interes general, pentru a realiza obiective precum pluralismul mass-mediei, libertatea de exprimare și diversitatea culturală. În legătură cu această dispoziție, un subgrup specific al ERGA a fost instituit în 2020 pentru a facilita o înțelegere comună a domeniului de aplicare al acestei dispoziții, precum și abordările de reglementare potențiale pe care le pot adopta statele membre în acest domeniu.

reglementare menționate anterior din DSMAV revizuită, va completa sistemul de guvernanță orizontală pentru servicii online care va fi stabilit prin actul legislativ privind serviciile digitale. Până la sfârșitul anului 2021, Comisia va evalua funcționarea MoU și va propune îmbunătățiri, dacă va fi necesar.

În plus, în cooperare cu statele membre, fondurile pentru filme ale acestora și ERGA, precum și cu implicarea platformelor de video la cerere, Comisia va analiza modalități suplimentare de stimulare a unei diversități mai mari în cataloagele de video la cerere. În conformitate cu obiectul DSMAV de a încuraja radiodifuzorii să includă o cotă adecvată de opere europene în coproducție sau de opere europene străine în serviciile acestora, scopul va fi să se ajungă la un acord cu privire la obiective voluntare pentru creșterea prezenței acestor opere și în cataloagele de video la cerere. Acest acord va consolida reciproc obiectivul subprogramului MEDIA din cadrul programului „Europa creativă” de a stimula prezența acestor opere pe toate platformele de distribuție.

De asemenea, asigurarea bunei funcționări a pieței mass-media europene necesită abordarea pirateriei în ceea ce privește conținutul protejat prin drepturi de autor, care, în pofida unei ușoare scăderi, rămâne o problemă semnificativă⁶³. Apariția unor noi modele de afaceri contraveniente constituie o amenințare serioasă la adresa industriei⁶⁴.

Comisia s-a angajat să asigure o respectare mai eficientă a drepturilor de proprietate intelectuală în mediul digital, astfel cum se subliniază în Planul de acțiune privind proprietatea intelectuală⁶⁵. În special, Comisia se va angaja în discuții cu industria pentru a vedea în ce măsură căile existente de atac pentru combaterea pirateriei, precum ordonanțele președințiale, pot fi eficientizate și mai ușor de obținut, în special pentru a face față caracterului dinamic și transfrontalier al încălcărilor online la scară comercială. În acest context, pe baza Planului de acțiune privind proprietatea intelectuală, se va acorda o atenție specială stimulării cooperării dintre autoritățile naționale de aplicare a legii și asigurării respectării legii la nivel transfrontalier.

⁶³ Între 2017 și 2018, accesul general la conținut piratat a scăzut cu 32 % pentru muzică, 19 % pentru filme și 8 % pentru conținut TV. Sursă: Oficiul Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală, „Online copyright infringement in the EU. Music, films and TV (2017-2018), trends and drivers” [Încălcarea online a drepturilor de autor în UE. Muzică, filme și TV (2017-2018), tendințe și factori], noiembrie 2019.

⁶⁴ În Uniunea Europeană (UE-28), se estimează că 3,6 % din populație, reprezentând 13,7 milioane de persoane, se uită pe internet la programe de televiziune din surse online neautorizate. Se estimează că piața de abonamente IPTV neautorizate a generat venituri de 941,7 milioane de euro în Uniunea Europeană în 2018. Sursă: „Illegal IPTV in the EU” (IPTV ilegal în UE), Oficiul Uniunii Europene pentru Proprietate Intelectuală, noiembrie 2019. De asemenea, o mai bună asigurare a respectării drepturilor de proprietate intelectuală va contribui la abordarea provocărilor specifice cauzate de pirateria de conținut audiovizual de sport. A se vedea declarația Comisiei referitoare la organizatorii de evenimente sportive, anexată la Rezoluția legislativă a Parlamentului European referitoare la Directiva privind dreptul de autor pe piața unică digitală. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2019-0231_RO.html.

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

5. CONCLUZIE

Prin prezenta comunicare, Comisia stabilește o viziune cuprinzătoare pentru sectorul mass-mediei care să permită exploatarea potențialului unei adevărate piețe mass-media europene și abordarea cu succes a deceniului digital.

Măsurile vor fi puse în aplicare în strânsă cooperare cu statele membre, Parlamentul European, industria mass-media și toate părțile interesate. În această privință, prezenta comunicare va constitui o foaie de parcurs concretă pentru mass-media, ca parte a culturii și a ecosistemului creativ, pentru a culege roadele transformării digitale și pentru a stimula competitivitatea mass-mediei.

– APENDICE - CALENDAR ORIENTATIV

Acțiune	Subacțiune	Calendar orientativ
ACȚIUNEA 1 – Acces mai ușor la sprijinul din partea UE	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Un nou instrument interactiv care ghidează întreprinderile mass-media în ceea ce privește diversele instrumente de sprijin 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ T1 2021
ACȚIUNEA 2 – Inițiativa MEDIA INVEST menită să stimuleze investițiile în industria audiovizuală	<ul style="list-style-type: none"> ➤ O platformă dedicată de achiziționare de participații cu scopul de a stimula producțiile audiovizuale europene și strategiile de distribuție a acestora; ➤ Dezvoltarea unei rezerve de proiecte de investiții prin consolidarea capacităților investitorilor și prin pregătirea investițională a întreprinderilor. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Începând cu S1 al anului 2022 ➤ Începând cu S2 al anului 2021
ACȚIUNEA 3 – „NEWS”: o inițiativă de reunire a măsurilor și a sprijinului pentru sectorul mass-mediei de știri	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Acces îmbunătățit la finanțare, prin intermediul creditelor și al unei inițiative-pilot de finanțare prin capitaluri proprii ➤ Consolidarea capacității investitorilor și a mass-mediei ➤ Sprijinul pentru mass-media de știri pentru acțiuni de transformare prin colaborare ➤ Un forum european pentru mass-media de știri 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Începând cu S1 al anului 2022 ➤ Începând cu S2 al anului 2021 ➤ Începând cu S2 al anului 2021 ➤ Începând cu S1 al anului 2021
ACȚIUNEA 4 – Stimularea inovării printr-un spațiu european al datelor din sectorul mass-media și încurajarea noilor modele de afaceri	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Crearea unui spațiu al datelor din sectorul mass-media pentru a sprijini întreprinderile de mass-media să facă schimb de date și să dezvolte soluții inovatoare ➤ „European Media Outlook” (Perspectivele industriei mass-media din Europa) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Începând cu S1 al anului 2022 ➤ Începând cu S2 al anului 2021
ACȚIUNEA 5 – Stimularea unei coaliții industriale europene de realitate virtuală și realitate augmentată (VR/AR)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Coaliție industrială de realitate virtuală și realitate augmentată pentru a stimula cooperarea la nivelul sectoarelor industriale și pentru a asigura Europei o poziție de lider ➤ Lansarea unui laborator mass-media de realitate virtuală („VR Media Lab”) de proiecte pentru noi modalități de relatare a faptelor și de interacțiune 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ S2 al anului 2021 ➤ Începând cu S1 al anului 2022

ACȚIUNEA 6 – Către un sector audiovizual neutru din punct de vedere climatic	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Un forum structurat de cooperare cu industria și fondurile naționale (locale) de film și audiovizuale 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Începând cu S1 al anului 2021
ACȚIUNEA 7 – Către o disponibilitate mai extinsă a conținutului audiovizual la nivelul UE	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lansarea unui dialog cu industria audiovizuală pentru a putea conveni asupra unor etape concrete cu scopul de a îmbunătăți accesul la conținutul audiovizual și disponibilitatea acestuia la nivel transfrontalier în UE 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Începând cu S1 al anului 2021
ACȚIUNEA 8 – Stimularea talenților mass-media europene	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Noi programe de mentorat pentru talentele mass-media ale Europei ➤ Tabere de pregătire MEDIA unde se oferă formare profesională intensivă practică pentru tinerii specialiști din mass-media ➤ Campanie privind diversitatea în fața și în spatele camerei ➤ Portal de piață MEDIA pentru a identifica întreprinderile nou-înființate cu cele mai bune perspective, active în sectorul mass-mediei, precum și pentru a le sprijini să se dezvolte armonios ➤ Laboratoare de inovare creativă deschise întreprinderilor nou-înființate și recent dezvoltate 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Începând cu S2 al anului 2021 ➤ Începând cu S1 al anului 2022 ➤ Începând cu S2 al anului 2021 ➤ Începând cu S1 al anului 2021 ➤ Începând cu S2 al anului 2021
ACȚIUNEA 9 – Abilitarea cetățenilor	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Aplicarea practică a noilor obligații de educație în domeniul mass-mediei din DSMAV (setul de instrumente pentru educația în domeniul mass-mediei și orientările pentru statele membre) ➤ Sprijinirea creării unor servicii alternative de agregare a conținutului mass-media 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ T4 2021 ➤ Începând cu S2 al anului 2022
ACȚIUNEA 10 – Asigurarea funcționării pieței mass-media europene	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Consolidarea cadrului de cooperare dintre autoritățile europene de reglementare în domeniul mass-mediei și Grupul autorităților europene de reglementare pentru servicii mass-media audiovizuale (ERGA) 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Începând cu T1 al anului 2021