

Bruksela, 30 listopada 2021 r.
(OR. en)

14543/21

AUDIO 118
CULT 114
COMPET 877
MI 903
PI 124
TELECOM 447
ESPACE 120

WYNIK PRAC

Od:	Sekretariat Generalny Rady
Do:	Delegacje
Nr poprz. dok.:	13592/21
Dotyczy:	Konkluzje Rady w sprawie zwiększenia dostępności i konkurencyjności europejskich treści audiowizualnych i medialnych

Delegacje otrzymują w załączeniu konkluzje Rady w sprawie zwiększenia dostępności i konkurencyjności europejskich treści audiowizualnych i medialnych w wersji zatwierdzonej przez Radę (ds. Edukacji, Młodzieży, Kultury i Sportu) na posiedzeniu w dniach 29–30 listopada 2021 r.

Konkluzje Rady w sprawie zwiększenia dostępności i konkurencyjności europejskich treści audiowizualnych i medialnych

RADA UNII EUROPEJSKIEJ

UZNAJE, ŻE:

1. Udostępnianie europejskich treści audiowizualnych i medialnych oraz skuteczny dostęp do nich mają coraz większe znaczenie dla zrównoważonego rozwoju europejskiego sektora medialnego i nieodłącznie wiążą się z promowaniem różnorodności kulturowej i językowej [...] jako głównego atutu, na którym opiera się konkurencyjność tego sektora.
2. Aby osiągnąć ten cel, ukierunkowane sektorowe i horyzontalne środki z zakresu polityki powinny zapewnić odpowiednią ekspozycję europejskich utworów audiowizualnych i treści medialnych oraz stymulować nowe źródła finansowania i modele dystrybucji w związku z rosnącą obecnością globalnych dostawców usług w zakresie treści medialnych i audiowizualnych oraz platform oferujących takie treści.
3. Środki takie są tym bardziej istotne, że pandemia COVID-19 wywarła duży wpływ na poziom i strukturę finansowania europejskich treści audiowizualnych. Przyspieszyła ona trendy rynkowe w postaci zwiększonej podaży i popytu na treści od usługodawców internetowych w odniesieniu do udziału utworów kinematograficznych i innych utworów audiowizualnych pochodzących z różnych rynków krajowych, relacji między udanymi premierami kinowymi i premierami wideo na żądanie (VOD) oraz nierównomiernego eksponowania takich utworów na różnych rynkach.¹

¹ Yearbook 2020/2021 Key Trends, European Audiovisual Observatory (Rada Europy), Strasburg 2021, s. 2021.

4. Wraz ze wzrostem popytu na treści dostępne online ewoluują biznesowe modele finansowania inwestycji przez dostawców VOD i udzielania licencji, choć większość europejskich treści audiowizualnych i medialnych jest nadal produkowana przez tradycyjne podmioty – takie jak publiczne i prywatne przedsiębiorstwa medialne i producenci niezależni – które mają zdolność do opracowywania nowych projektów i rozwoju nowych talentów [...]. Finansowanie ze środków publicznych jest w niektórych sektorach ważniejsze niż w innych; zarazem utrzymują się różnice między systemami i zdolnościami poszczególnych krajów.
5. Ponadto pandemia COVID-19 pogłębiła lukę między dochodami z reklamy internetowej a dochodami z reklamy tradycyjnej. Chociaż do czasu kryzysu związanego z COVID-19 reklama telewizyjna miała stosunkowo dobrą pozycję konkurencyjną w porównaniu z reklamą internetową, w roku 2021 udział reklamy internetowej wzrósł².
6. Dystrybucja treści audiowizualnych i medialnych w coraz większym stopniu odbywa się w internecie, w szczególności za pośrednictwem platform internetowych, i odgrywa ważną rolę w strumieniu dochodów przedsiębiorstw medialnych. Ponieważ treści kreatywne i kulturowe mają duży potencjał gospodarczy dla Europy zarówno w internecie, jak i poza nim, ważne jest zapewnienie sprawiedliwego dostępu do nich w celu ochrony debaty demokratycznej, pluralizmu mediów oraz różnorodności kulturowej i językowej.
7. W celu zwiększenia podaży i konkurencyjności europejskich treści audiowizualnych i medialnych należy podjąć dalsze działania w następujących obszarach priorytetowych:
 - a) różnorodność kulturowa
 - b) promowanie i eksponowanie treści europejskich
 - c) zrównoważony charakter.

² Yearbook 2020/2021 Key Trends, European Audiovisual Observatory (Rada Europy), Strasburg 2021, s. 46.

A. RÓŻNORODNOŚĆ KULTUROWA

RADA UNII EUROPEJSKIEJ

UZNAJE, ŻE:

8. Ponieważ różnorodność kulturowa i kreatywność znajdują się w centrum europejskiego sektora audiowizualnego i medialnego, który konkuruje na rynku międzynarodowym z innymi szeroko dostępnymi treściami, ważne jest poszerzenie zdolności tego sektora w celu dotarcia do szerszej publiczności, zwiększenia obiegu treści i promowania różnych form wyrazu, innowacji i talentów, przy jednoczesnym zachowaniu naszych strategicznych atutów kulturowych.
9. Rozwiązania cyfrowe mogą zwiększyć dostępność, natomiast koprodukcje, wsparcie dystrybucji transgranicznej, dynamiczny niezależny sektor kinowy i dystrybucyjny, promowanie różnorodności językowej oraz swoboda twórcza mogą mieć istotny wpływ na poszerzenie podaży treści i poprawę konkurencyjności sektora audiowizualnego.

PODKREŚLA, ŻE:

10. Koprodukcje oraz międzynarodowa współpraca między specjalistami na wszystkich szczeblach łańcucha wartości (tworzenie, szkolenie, rozwój, produkcja, promocja, dystrybucja) ułatwiają transgraniczną dystrybucję utworów audiowizualnych, przyczyniają się do zwiększenia rozwoju sektora w krajach partnerskich oraz wspomagają wymianę kulturalną i gospodarczą.
11. Zgodnie z zasadą pomocniczości międzynarodowe koprodukcje w poszczególnych państwach członkowskich podlegają różnym systemom finansowania i wykorzystują różne zdolności audiowizualne, czego skutkiem jest różny udział poszczególnych treści europejskich na rynkach europejskich i międzynarodowych.

12. Aby europejskie utwory audiowizualne odnosiły sukcesy zarówno na rynkach europejskich, jak i międzynarodowych, niezwykle ważne jest, aby treści spełniały wysokie standardy jakości i innowacyjności, odzwierciedlały różnorodność kulturową i tematyczną społeczeństwa europejskiego oraz, w stosownych przypadkach, były atrakcyjne dla międzynarodowej publiczności.
13. Historyczna i kulturowa wartość archiwów audiowizualnych stanowi ważny atut sektora i musi być chroniona, by ułatwiać rozpowszechnianie i ewentualne ponowne wykorzystywanie treści w interesie publicznym.
14. Jeśli chodzi o swobodę twórczą, ważne jest zapewnienie wolności wypowiedzi, pluralizmu mediów oraz różnorodności poglądów i idei – są to niektóre z podstawowych wartości Unii Europejskiej.
15. Szczególną uwagę należy zwrócić na dostępność treści dla osób z niepełnosprawnościami i osób starszych.
16. Media publiczne w Europie odgrywają istotną rolę w ochronie interesu publicznego, zachęcaniu do różnorodności opinii, generowaniu nowych i innowacyjnych treści i idei oraz zwalczaniu dezinformacji i wprowadzania w błąd.
17. Godziwe wynagradzanie autorów, producentów i innych posiadaczy praw ma zasadnicze znaczenie dla ich swobody twórczej i niezależności ekonomicznej, a także dla zrównoważoności, oryginalności i konkurencyjności sektora mediów.
18. Zrównoważone pod względem płci i sprzyjające włączeniu społecznemu uczestnictwo przyczynia się do poprawy jakości i poszerzania horyzontów europejskich treści audiowizualnych i medialnych.

ZWRACA SIĘ DO PAŃSTW CZŁONKOWSKICH I KOMISJI EUROPEJSKIEJ, BY W RAMACH SWOICH KOMPETENCJI:

19. Ułatwiała koprodukcje, w szczególności poprzez promowanie europejskiego modelu koprodukcji, oraz promowały ich obieg nie tylko w państwach w nie zaangażowanych, przy jednoczesnym uwzględnieniu zmieniającego się kontekstu inwestycji za strony dostawców VOD³.
20. Zachęcały do wymiany know-how w zakresie koprodukcji oraz wspierały współpracę od wczesnych etapów rozwoju koprodukcji i między specjalistami w całym łańcuchu wartości.
21. Udoskonalaly strategie polityczne mające na celu zwiększenie konkurencyjności europejskiego sektora audiowizualnego poprzez sprzyjanie tworzeniu wysokiej jakości treści europejskich, które mogą przyciągać szersze grono odbiorców, przy jednoczesnym wspieraniu autorów jako kluczowych twórców treści oraz koprodukcji, a także dystrybucji oryginalnych treści.
22. Zachęcały do zwiększania podaży oryginalnych treści w różnych wersjach językowych i wspierały rozwój rozwiązań cyfrowych umożliwiających korzystanie z różnych wersji językowych i zapewniających możliwość oglądania treści w języku oryginalnym.
23. Promowały rozwój skutecznych narzędzi marketingowych i strategii dotyczących odbiorców filmowych oraz zwiększanie umiejętności korzystania z mediów i edukacji filmowej, z uwzględnieniem analizy audytorium i oczekiwań odbiorców.
24. Propagowały równowagę płci i różnorodność społeczną w tworzeniu treści poprzez wprowadzenie zachęt dla interesariuszy z sektora audiowizualnego do dążenia do równości, różnorodności i inkluzywności, przy jednoczesnym poszanowaniu swobody twórczej.
25. Dążyły do zapewnienia ochrony i promowania treści przechowywanych w krajowych archiwach i instytucjach dziedzictwa filmowego, a także ich udostępniania na szerszą skalę, przy jednoczesnym zapewnieniu poszanowania odnośnych praw własności intelektualnej.

³ W tym kontekście istotne będzie sprawozdanie grupy roboczej ds. otwartej metody koordynacji zajmującej się koprodukcjami.

ZWRACA SIĘ DO KOMISJI EUROPEJSKIEJ, BY:

26. Nadal wspierała – za pośrednictwem komponentu MEDIA w ramach programu „Kreatywna Europa” – sieci niezależnych europejskich usług VOD, prezentujących w znacznej części treści europejskie i eksponujących je poprzez działania popularyzatorskie.
27. Kontynuowała – za pośrednictwem Europejskiego Forum Filmowego – konsultacje z państwami członkowskimi i wszystkimi interesariuszami na temat sposobów stymulowania długoterminowego obiegu treści europejskich pochodzących z koprodukcji i innych form współpracy transgranicznej, przy jednoczesnym uwzględnieniu wyników zapowiedzianego w planie działania na rzecz mediów dialogu z branżą audiowizualną dotyczącego metod poprawy transgranicznego dostępu do treści audiowizualnych i ich podaży.

B. PROMOWANIE I EKSPONOWANIE TREŚCI EUROPEJSKICH

RADA UNII EUROPEJSKIEJ

UZNAJE, ŻE:

28. Dostęp do różnorodnych treści audiowizualnych i informacji we wszystkich językach UE, a także do wiarygodnych i godnych zaufania treści, jest bardzo istotny.
29. Media publiczne w Europie odgrywają ważną rolę w ochronie wartości demokratycznych, zachęcaniu do różnorodności opinii oraz zwiększaniu podaży i konkurencyjności treści europejskich, zwłaszcza przy wykorzystaniu innowacyjnych narzędzi technologicznych.
30. Przepisy dotyczące promowania i eksponowania europejskich treści audiowizualnych i medialnych mają odgrywać ważną rolę w zapewnianiu pluralizmu mediów, zwiększaniu różnorodności kulturowej, wzmacnianiu międzynarodowej konkurencyjności i promowaniu produkcji niezależnej.
31. W porównaniu z tradycyjnymi sposobami dystrybucji, znalezienie europejskich utworów na platformach VOD może być dla konsumentów trudne. W związku z tym ważne jest, aby przeanalizować rynek i ocenić skuteczność środków mających na celu eksponowanie treści.

ZWRACA SIĘ DO PAŃSTW CZŁONKOWSKICH I KOMISJI EUROPEJSKIEJ, BY W RAMACH SWOICH KOMPETENCJI:

32. Przyspieszyły transpozycję zmienionej dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych⁴, ponieważ jej skuteczne wdrożenie pomoże poprawić dostęp online do utworów europejskich.
33. Sprzyjały dyskusji nad istniejącymi i planowanymi rozwiązaniami odnośnie do promocji utworów europejskich i umożliwiały wymianę sprawdzonych rozwiązań co do środków eksponowania utworów europejskich w ramach różnych modeli biznesowych.
34. Rozwinęły wymianę sprawdzonych rozwiązań i wzmocniły współpracę między regulatorami audiowizualnymi a organizacjami finansowania kinematografii.
35. Poprawiły i ułatwiły wyszukiwalność legalnie dostępnych kreatywnych treści online we wszystkich językach Unii Europejskiej, zwłaszcza poprzez narzędzia internetowe takie jak Agorateka⁵, tak by można było łatwo rozpoznawać te treści wśród szerokiego wyboru innych.
36. Zachęcały do tworzenia baz danych takich jak Lumiere VOD⁶, po to by ułatwić weryfikację kraju pochodzenia utworów europejskich.
37. Sprzyjały stałemu wspieraniu dystrybucji kinowej utworów europejskich, w tym wspieraniu dystrybutorów mniejszych i niezależnych z myślą o rozpowszechnianiu bardzo różnorodnych filmów europejskich, oraz wspierały festiwale jako skuteczną metodę popularyzacji oryginalnych i różnorodnych treści – na szczeblu krajowym, europejskim i międzynarodowym.

⁴ Dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych (zob. odnośnik w załączniku).

⁵ Ogółouropejski portal Urzędu Unii Europejskiej ds. Własności Intelektualnej (EUIPO): <https://agorateka.eu/ea/pl/About>.

⁶ Pierwszy internetowy katalog filmów europejskich dostępnych jako VOD, uruchomiony 16 kwietnia 2019 r. przez Europejskie Obserwatorium Audiowizualne przy Radzie Europy.

38. Oce niły i omó wiły obec ną sytu ację utworów europejskich w Unii Europejskiej, uwzględ niając pozycję rynkową różnych interesariuszy i wszystkie inne istotne czynniki (rów ne warunki dział a nia, specyfika audiowizualna i językowa różnych krajów, obec na definicja utworów europejskich⁷ itp.), po to by zapewnić różnorodny, sprawiedliwy i zrównoważony rynek utworów europejskich.
39. Zastanowiły się nad cyfrową i technologiczną suwerennością Europy, uwzględ niając istniejących usługodawców europejskich, i przeanalizowały wartość dodaną ewentualnej platformy europejskiej, we współpracy z mediami publicznymi, która zawierałaby treści europejskie z państw członkowskich przeznaczone do udostępnienia jak największej liczbie obywateli UE, z poszanowaniem praw własności intelektualnej oraz obecnych przepisów o konkurencji i pomocy państwa.
40. Zachęcały media publiczne do zapewniania niezależnym producentom nowych możliwości tworzenia i promowania treści europejskich.
41. Opracowały nowe programy promowania produkcji i dystrybucji europejskich utworów audiowizualnych skierowanych do dzieci i młodych dorosłych i sprzyjały takim programom.

ZWRACA SIĘ DO KOMISJI EUROPEJSKIEJ, BY:

42. Nadal aktywnie ułatwiała sprawne wdrażanie dyrektywy o audiowizualnych usługach medialnych poprzez dokładne monitorowanie, sprawozdawczość i wsparcie dla państw członkowskich.
43. Przeanalizowała sytuację europejskiego rynku audiowizualnego, skupiając się na najważniejszych wyzwaniach i zakłóceniach równowagi z perspektywy UE oraz na możliwych rozwiązaniach.

⁷ Zawarta w dyrektywie o audiowizualnych usługach medialnych.
<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32010L0013&from=PL>

C. ZRÓWNOWAŻONY CHARAKTER

RADA UNII EUROPEJSKIEJ

PODKREŚLA, ŻE:

44. Aby rozwijać się w sposób zrównoważony, sektor mediów musi korzystać ze swoich atutów (takich jak kreatywność i różnorodność kulturowa), udostępniać i eksponować treści, a także dostosowywać się do wyzwań i możliwości wynikających z transformacji cyfrowej.
45. Platformy i usługodawcy internetowi, jako globalne podmioty gospodarki cyfrowej, mają do odegrania ważną rolę w zapewnianiu podaży, dostępności i dystrybucji treści. Zarazem stają się oni coraz bardziej istotni dla debaty demokratycznej, różnorodności kulturowej, poszanowania podstawowych praw i wartości, ochrony małoletnich przed szkodliwymi treściami oraz ochrony praw własności intelektualnej.
46. Licencje terytorialne i licencje wyłączne pozostają nieodzowne dla swobody twórczej, zrównoważoności i finansowania sektora oraz dla tworzenia podstaw do rozwoju nowych modeli biznesowych.

ZWRACA SIĘ DO PAŃSTW CZŁONKOWSKICH I KOMISJI EUROPEJSKIEJ, BY W RAMACH SWOICH KOMPETENCJI:

47. Promowały praktyki licencyjne mające zapewnić bardziej zrównoważoną relację między dostawcami VOD, platformami, producentami niezależnymi i innymi posiadaczami praw w całym łańcuchu wartości oraz sprzyjały opracowywaniu środków służących uzyskaniu przejrzystych i wyczerpujących informacji o użytkowaniu utworów audiowizualnych w ramach usług online, w tym możliwości dostępu do danych o ogólnej liczbie wyświetleń i terytoriach.

48. Promowały konkurencyjność europejskiego sektora audiowizualnego, uwzględniając rolę licencji terytorialnych i licencji wyłącznych w systemie finansowania utworów europejskich. Kwestia udzielania licencji powinna zostać uwzględniona również w dialogu na temat obiegu utworów audiowizualnych zapowiedzianym w planie działania na rzecz mediów.
49. Promowały i wspierały podejścia do finansowania koncentrujące się na innowacjach, wzroście, technologiach i strukturze branży.
50. Nadal promowały stosowne działania w ramach planu działania na rzecz mediów, sprzyjając transformacji i odporności niezależnych przedsiębiorstw audiowizualnych i medialnych, zwłaszcza w ramach inicjatywy MediaInvest, która ma zwiększyć inwestycje w produkcję i dystrybucję audiowizualną oraz być interaktywnym narzędziem wskazującym przedsiębiorstwom medialnym różnorodne narzędzia wsparcia.
51. Zachęcały do zwiększania liczby europejskich utworów audiowizualnych w katalogach na żądanie poprzez włączenie do nich dobrych jakościowo filmów obejmujących szeroki zakres tematów i grup wiekowych oraz oceniły możliwość ustanowienia partnerstw publiczno-prywatnych w celu rozpowszechniania treści o wysokiej jakości na szczeblu krajowym, europejskim i międzynarodowym.
52. Skoncentrowały się na inwestowaniu w odporność obywateli za pomocą środków na rzecz umiejętności cyfrowych i umiejętności korzystania z mediów, po to by promować nabywanie wiedzy i krytyczne myślenie. Pozwoli to użytkownikom identyfikować nielegalne treści i dezinformację, zrozumieć funkcjonowanie algorytmicznych narzędzi rekomendacji oraz wykorzystywać wyszukiwalność treści.
53. Wzmocniły i poprawiły szkolenia specjalistów i przedsiębiorstw, po to by pomóc im dostosowywać się do ewoluujących modeli twórczych i dystrybucyjnych w kontekście systemów opartych na sztucznej inteligencji, oraz sprzyjały procesom zmiany i podnoszenia kwalifikacji.

54. Promowały i wspierały nowe możliwości dystrybucji treści dostępne w gospodarce cyfrowej ze szczególnym uwzględnieniem sprawiedliwej równowagi między rozwojem systemów sztucznej inteligencji a użytkowaniem przez nie treści, tak by zagwarantować konkurencyjność zarówno sektora sztucznej inteligencji, jak i sektora audiowizualnego i medialnego. W tym kontekście zapewniły stosownym interesariuszom równe warunki działania i pomogły sektorowi audiowizualnemu i medialnemu rozwijać się bez zakłócania dynamiki innowacji.
55. Przedsięwzięły wszelkie niezbędne środki, by zapobiegać dostępowi do nielegalnych treści audiowizualnych na szczeblu krajowym i unijnym, i ustanowiły skuteczne egzekwowanie przepisów online wobec naruszeń na skalę komercyjną.
56. Przedsięwzięły wszelkie niezbędne środki, by umożliwić sektorowi medialnemu korzystanie z możliwości oferowanych przez Europejski Zielony Ład i przez europejskie prawo o klimacie.
57. Omówiły ewentualne inicjatywy polityczne związane z ramami reklamy internetowej, po to by zapewnić sprawiedliwe zasady reklamowe dla reklamy internetowej i tradycyjnej w odniesieniu do treści audiowizualnych i medialnych.
58. Chroniły niezależność organizacji medialnych i w stosownym przypadku przedsięwzięły środki gwarantujące przejrzystość i pluralizm w sektorze mediów.

ZWRACA SIĘ DO KOMISJI EUROPEJSKIEJ, BY:

59. Zmniejszyła obciążenia administracyjne związane z dostępem do finansowania treści europejskich, w pełni respektując zarazem wymogi rozporządzenia finansowego.

Konkluzje Rady

- Konkluzje Rady w sprawie wzmacniania treści europejskich w gospodarce cyfrowej (Dz.U. C 457/2 z 19.12.2018)
- Konkluzje Rady w sprawie zwiększenia transgranicznego obiegu europejskich utworów audiowizualnych ze szczególnym uwzględnieniem koprodukcji (Dz.U. C 192 z 7.6.2019)
- Konkluzje Rady w sprawie ochrony wolnego i pluralistycznego systemu medialnego (Dz.U. C 422 z 7.12.2020)
- Konkluzje Rady w sprawie umiejętności korzystania z mediów w stale zmieniającym się świecie 2020/C 193/06 (Dz.U. C 193 z 9.6.2020)
- Konkluzje Rady pt. „Europejskie media w dekadzie cyfrowej: plan działania na rzecz wsparcia odbudowy i transformacji” 2021/C 210/01 (Dz.U. C 210 z 3.6.2021)
- Konkluzje Rady w sprawie planu prac w dziedzinie kultury na lata 2019–2022 (Dz.U. C 460 z 21.12.2018, s. 12).

Akty ustawodawcze

- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady 2010/13/UE z dnia 10 marca 2010 r. w sprawie koordynacji niektórych przepisów ustawowych, wykonawczych i administracyjnych państw członkowskich dotyczących świadczenia audiowizualnych usług medialnych (dyrektywa o audiowizualnych usługach medialnych) (Dz.U. L 303 z 28.11.2018)
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2021/818 z dnia 20 maja 2021 r. ustanawiające program Kreatywna Europa (2021–2027) i uchylające rozporządzenie (UE) nr 1295/2013 (Dz.U. L 189/34 z 28.5.2021).

Komunikaty i zalecenia Komisji

- Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów pt. „Europejskie media w cyfrowej dekadzie: plan działania na rzecz wsparcia odbudowy i transformacji” (COM(2020) 784 final)
- Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów w sprawie europejskiego planu działania na rzecz demokracji (COM(2020) 790 final)
- Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów pt. „Kształtowanie cyfrowej przyszłości Europy” (COM(2020) 67 final)
- Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów pt. „Pełne wykorzystanie potencjału innowacyjnego UE. Plan działania w zakresie własności intelektualnej wspierający odbudowę i odporność UE” (COM(2020) 760 final).

Inicjatywy Parlamentu Europejskiego

- Sprawozdanie w sprawie sztucznej inteligencji w sektorze edukacji i kultury oraz w sektorze audiowizualnym (2020/2017(INI)).

Badania Europejskiego Obserwatorium Audiowizualnego

- Yearbook 2020/2021 Key Trends, European Audiovisual Observatory (Rada Europy), Strasburg.

Rada Europy

- Europejska konwencja o koprodukcji filmowej (1992).
