



KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER

Bruxelles, den 26.07.1996
KOM(96) 346 endelig udg.

BERETNING FRA KOMMISSIONEN
TIL RÅDET, EUROPA-PARLAMENTET
OG DET ØKONOMISKE OG SOCIALE UDVALG

ANDEN ÅRLIGE RAPPORT
OM GENNEMFØRELSEN AF
HANDLINGSPLANEN FOR INDFØRELSE AF
AVANCEREDE TV-TJENESTER I EUROPA

FÆLLES INDLEDNING.....	4
FÆLLES SAMMENDRAG.....	5
DEL A : TRANSMISSION.....	9
1. ADMINISTRATION AF HANDLINGSPLANEN	9
1.1 Indkaldelse af forslag 95/1	9
1.2 Indkaldelse af forslag 95/3	12
1.3 Evalueringsmetodologi.....	13
1.4 Videreudbygning af det udmærkede grundlag fra tidligere år	13
2. EFFEKT	16
2.1. Hvordan transmissioner i 16:9-format fremmer salget af 16:9 tv-apparater	16
2.2. Den strategiske betydning af tv-apparater i 16:9-format for forbrugerelektronikindustrien.....	17
3. UDSIGTERNE FOR 1996 OG 1997	19
3.1. Spørgsmålet om kritisk masse.....	19
TILLÆG.....	21
DEL B : PRODUKTION AF PROGRAMMER.....	23
INDLEDNING	23
Handlingsplanen - et fællesskabsinstrument for den audiovisuelle sektor.....	23
Markedet for 16/9-format.....	23
Handlingsplanen - en integrerende del af EU's audiovisuelle politik	23
Handlingsplanens dækningsområde.....	24

KAPITEL 1 - HANDLINGSPLANEN FOR 16/9-FORMAT FRA 1993 TIL 1995	25
1.1. Samlede resultater udtrykt i ecu og timer.....	25
1.2. Modtagne forslag (produktions- og remasteringprojekter)	25
1.3. Støttemodtagerne.....	26
1.3.1. Samlet analyse.....	27
1.3.2. De uafhængige producenter.....	28
1.3.3. Tv-selskaberne	29
1.3.4. 16/9-formatets udbredelse i Europa	29
KAPITEL 2 - HANDLINGSPLANENS RESULTATER.....	30
2.1. Nye produktioner.....	30
2.1.1. Typer af 16/9-programmer	30
2.1.2. Programmernes fordeling efter produktionsformat.....	33
2.2. Remastering.....	34
2.3. Professionelt udstyr	35
KONKLUSIONER.....	36
Udbygning af de audiovisuelle kataloger.....	36
Partnerskab for en udvikling af 16/9-formatet	36
Programindustrien investerer i fremtiden på europæisk plan.....	36
GENEREL KONKLUSIONER	37
International konkurrence og innovation	37
Integrering af de nye teknologier i den europæiske av-industri	37
BILAG 1.....	38
BILAG 2.....	39

TÆLLES INDLEDNING

Handlingsplanen for indførelse af avancerede tv-tjenester i Europa blev vedtaget ved Rådets afgørelse af 22. juli 1993 (EFT nr. L 196 af 5.8.1993, s. 48) med henblik på at fremskynde etableringen af et marked for avancerede tv-tjenester i Europa for 16:9-bredskærmsformatet.

Initiativet sigter mod at fremme transmissions- programproduktionsdelen i værditilvækstskæden for således at få alle de forskellige aktører og elementer i tv-tjenestekæden, der kræves for at levere tjenester i 16:9-formatet til hjemmet, til at falde på plads. Det er en forudsætning for at fremskynde den nødvendige udvikling af markedet for 16:9-tjenester. På grundlag heraf fastsætter handlingsplanen to vejledende mål, som skal nås inden handlingsplanen udløber:

- (i) "en kritisk masse af avancerede tv-tjenester i 16:9-formatet
- (ii) en tilstrækkelig og stigende mængde programmer i 16:9-formatet af høj teknisk kvalitet med hensyn til både billede og lyd og af en sådan art, at de gør det lettere at opnå de størst mulige seertal; programmerne skal transmitteres via de ovennævnte tjenester."

Der blev afsat 228 mio. ECU i EF-midler for perioden medio-1993 til medio-1997 for at realisere disse mål.

I henhold til handlingsplanen skal der forelægges en årlig rapport for Rådet, Europa-Parlamentet og Det Økonomiske og Sociale Udvalg om det foregående års aktiviteter. Rapporten for 1995 fremlægges i denne beretning.

Den anden årlige rapport fokuserer på de foranstaltninger, der blev gennemført i 1995, og de resultater, der til dato er opnået med realiseringen af handlingsplanens mål. Del A omhandler transmissionsdelen (mål (i) oven for) og del B omhandler programproduktionsdelen (mål (ii) oven for). De foranstaltninger, der gennemførtes frem til udgangen af 1994, beskrives i en tidligere rapport (KOM(95) 263 endelig udg., af 16.7.1995).

Rapporten kommer på et tidspunkt, hvor der er intens debat om radio- og tv-transmissioners fremtid med udsigten til nye ikke-rundspredningssmedier som video-on-demand og Internettet. Inden for tv-transmission er der også en mindre revolution i gang, idet betalings-tv- operatører er klar til at lancere kabel- og satellitbaserede digitale tv-tjenester. Lanceringen af digitalt jordbaseret tv er under forberedelse. Overgangen til digitalt fjernsyn spiller en afgørende rolle i forbindelse med bevarelsen af interessen for radio- og tv-transmissioner, som får konkurrence fra nye medier. Indførelsen af digitalt tv er imidlertid ikke den eneste væsentlige igangværende proces, som vil forme fremtiden.

Denne rapport omhandler ligeledes den anden vigtige udvikling inden for transmission, nemlig ændringen af skærmformatet fra det gamle 4:3-filmformat fra 1930'erne til det globalt accepterede 16:9-bredskærmsformat. Det er en vanskelig men vigtig opgave, idet den åbner kommercielle, kreative og tekniske muligheder for både industriens beslutningstagere og offentligheden.

Overgangen til bredformat går hånd i hånd med overgangen fra analog til digital teknologi. Det er i mange henseender vanskeligere end at indføre digitalt tv, som blot kan bestå af en dekoderboks, der tilsluttes et eksisterende tv-apparat. Indførelsen af bredskærmsformat indebærer, at selve tv-apparatets arkitektur ændres.

Rapporten viser, hvorledes handlingsplanen for indførelse af avancerede tv-tjenester har udløst første fase i overgangen fra det gamle skærmformat til 16:9-bredformatet. Rapporten beskriver de fremskridt, der er gjort siden sidste års rapport, og fremtidsudsigterne for dette vigtige program, samt hvorledes bredformatet allerede nu bidrager til at forme fremtiden for transmission.

**Anden årlige rapport om gennemførelsen af
handlingsplanen for indførelse af
avancerede tv-tjenester i Europa**

FÆLLES SAMMENDRAG

Den største hindring for indførelsen af bredformat-tv har været den strukturelle adskillelse af forbrugerelektronik og transmission. Det såkaldte "hønen-eller-ægget" dilemma betød, at tv-selskaberne ikke ville indføre bredformat før der fandtes bredformat-tv-modtagere, mens producenterne ikke ville gå i gang med masseproduktion af modtagere, før der var programmer. Handlingsplanens første opgave var at løse denne hårdknude ved at tilbyde finansielle bidrag til dækning af tv-selskabernes og programproducenternes ekstraomkostninger, således at fabrikanterne kunne markedsføre tv-apparater i bredformat i tillid til markedet.

Yderligere oplysninger om baggrunden for handlingsplanen findes under afsnittet "Hyppige spørgsmål" på side 21.

Figur 1A og 1B i bilaget indeholder flere oplysninger om det faste fællesskabsbidrag til tv-selskaber og producenter.

Tv-selskaber og producenter samarbejder...

På denne front er der 100% gode nyheder. 39 tv-selskaber i 13 medlemsstater transmitterer nu i bredformatet. De har fået støtte fra handlingsplanen i form af tilskud svarende til over 50 000 timers udsendelser i 16:9-formatet fra budgetpost B3-2014, fra handlingsplanen blev iværksat i juli 1993 og til december 1995. Takket være fællesskabsmidlerne **har handlingsplanen brudt den onde cirkel** og muliggjort markedsføringen af tv-apparater i bredformat. Markedet for bredformat-tv er skabt. Forbrugernes entusiastiske reaktion kan ses ud fra, at der er nu installeret godt 500 000 tv-apparater i 16:9-formatet. Nærværende rapport dokumenterer, at handlingsplanens vigtigste forudsætning var korrekt: når først der er tv-transmission, så kommer salget af bredformat-apparater i gang. **Et aspekt fremgår særlig tydeligt: den nære sammenhæng mellem handlingsplanens samlede støtte til transmissioner og salget af 16:9-apparater.** Et synligt bevis herfor fremgår af figur 4, side 16.

Et øget salg af bredformat-tv er det eneste optimistiske ved et ellers stillestående tv-marked i 1995. Det er ikke overdrevent at påstå, at bredformatet er det strategiske produkt, som vil sikre fremtiden for den europæiske tv-produktionsindustri. Betydelige salg af tv-apparater i bredformat viser til fulde, at det var den rigtige beslutning at adskille formatændringen fra den anden væsentlige ændring, nemlig overgangen fra analog til digital transmission. Fabrikanterne vil først om nogle år producere integrerede digital-tv-apparater på grund af de høje produktionsinvesteringer, der kræves. Digitalt tv vil derfor i starten være et særskilt

marked for dekodere, der tilsluttes de eksisterende tv-apparater. Som skærmformat er 16:9 nemlig teknologi-neutralt, hvilket er en af de store fordele ved det for forbrugeren.

Handlingsplanen lader valget af teknologi være op til tv-selskabet. De fleste tv-selskaber har indtil videre valgt at tilbyde bredformatet til deres nuværende seere i form af de analoge systemer D2-MAC eller PAL-Plus, da det vil tage op til tyve år at overgå til digital transmission. Handlingsplanen yder for første gang støtte til en digital tjeneste i bredformat i 1995, og det forventes, at man i 1996 vil opleve indførelsen af yderligere digitale tjenester med et betydeligt bredformat-element.

... og der er nok af europæiske programmer i 16:9-formatet

Handlingsplanens programproduktionsdel sikrer, at programproducenterne inddrages i dynamikken omkring 16:9 blandt tv-selskaberne og fabrikkerne. På under tre år har **handlingsplanen ydet støtte til godt 20 000 programtimer i 16:9-formatet** fra budgetpost B3-2013. Med midler fra budgetpost B3-2013 har den ydet tilskud på ca. 95 mio. ECU til programproduktion i bredformat og "remastering" for at sikre, at tv-selskaberne og deres seere har adgang til et stadig større udvalg af europæiske programmer af høj kvalitet. **Omkring 90% af støtten er blevet anvendt til produktion af nye programmer.** Dette har øget kvaliteten og mængden af programmer i 16:9-formatet, som tv-selskaberne kan vælge imellem.

Handlingsplanen har hjulpet de europæiske producenter med at etablere en samling af programmer med lang levetid i 16:9-format, hvis værdi bevares efter handlingsplanens udløb. Nuværende og fremtidige transmissionstjenester i 16:9-formatet vil kunne trække på denne samling af eksisterende programmer med lang levetid i mange år fremover. Som en bekræftelse af denne tendens planlægges større fiktions- og dokumentarserier i de fleste medlemsstater fra starten i 16:9-formatet. Disse to programtyper passer særligt godt til æstetikken ved 16:9-formatet og tegnede sig for den stærkeste vækst blandt de forskellige programtyper, der modtog støtte i 1995. Takket være handlingsplanen er 16:9-formatet nu positioneret som det format, der anvendes ved produktion af prestigeprogrammer med lang levetid.

Ved at støtte programproducenter med overgangen til 16:9-formatet sikrer handlingsplanen, at de kan deltage i det næste essentielle led i tv's udvikling, og at der er et fast holdepunkt i den syndflod af nye teknologier, som de skal bane sig vej igennem i de næste år. **Handlingsplanen er derfor et nøgleelement i EU's audiovisuelle politik og bør støttes frem til dens fuldførelse,** således at fabrikkerne på de markeder, der er kommet senere i gang, til fulde kan udnytte fordelene ved at deltage.

Milepæle i 1995

Et par vigtige milepæle blev overskredet i 1995, halvvejs igennem handlingsplanens fireårige forløb.

Den særlige støtteordning for markeder, der er kommet sent i gang, blev iværksat med midler fra reserven på 68 mio. ECU, som afsattes hertil i henhold til Rådets afgørelse. Tv-selskaber og producenter i **Grækenland, Italien, Danmark, Sverige, Irland, og Østrig fik derved mulighed for at starte transmissioner og programproduktion i bredformatet.** Tv-selskaberne og fabrikkerne i disse medlemslande kan modtage en højere støttesats, nemlig 80% af den faste sats på grund af de større vanskeligheder, de har med at indføre 16:9-formatet.

Normalt kan tv-selskaber i disse medlemsstater ikke introducere innovationer som 16:9-bredformatet før adskillige år efter, at de er blevet lanceret på de førende markeder. Det er bemærkelsesværdigt, så godt handlingsplanen har fungeret i de markeder, der er kommet senere i gang, og den har muliggjort deres deltagelse kort tid efter, at bredformatet blev introduceret. Det viste sig at være en klog beslutning at afsætte 68 mio. ECU til de senere startende markeder. Transmission i bredformat er begyndt i disse medlemsstater, men den er stadig i sin vorden, og det vil tage flere år før markedseffekten indtræffer, idet offentligheden skal have tid til at anskaffe tv-apparaterne. **Det er derfor vigtigt at fastholde støtten til handlingsplanen i 1997 ved at tildele de resterende midler, der er afsat i henhold til Rådets beslutning.** Det er ligeledes vigtigt for at sikre, at markedsaktørerne - programproducenter, tv-selskaber og fabrikker - har tillid til, at EU går helhjertet ind for indførelsen af 16:9-formatet.

I løbet af 1995 blev næsten alle midlerne under handlingsplanen afsat til de tidligt startende markeder herunder de drivende markeder for hele Unionen, især Frankrig og Tyskland, hvor 16:9-formatets succes er afgørende. Det største udbytte af denne investering var utvivlsomt den vellykkede lancering af PAL Plus-systemet på det tyske marked. PAL-Plus er det system til transmission i bredformat, som er valgt af de fleste tv-selskaber indtil nu. Der var kun 3,2 mio. ECU tilbage på handlingsplanens transmissionsbudget ved udgangen af 1995 til de tidligt startende markeder, der finansieres med 50% af de faste satser.

Fremtidsperspektiverne for bredformatet og handlingsplanen

Kommissionen mener, at handlingsplanen med succes har gennemført sin første opgave - at bryde "hønen-eller-ægget" dilemmaet - i næsten alle medlemsstater. Dette er meget tilfredsstillende, men Kommissionen har også andre hensyn at tage: **der er ingen garanti for, at handlingsplanen vil kunne gennemføre målsætningen om en kritisk masse af bredformat-tjenester i medlemsstaternes markeder inden den 30. juni 1997. Det er væsentligt at opnå en kritisk masse for at sikre markedets levedygtighed.** Imidlertid er det kun Frankrig, Tyskland og Belgien, der ser ud til at kunne nå op på en kritisk masse af bredformattjenester ved udgangen af 1995. Det er et spørgsmål om ressourcer snarere end om grundlæggende vanskeligheder med selve handlingsplanen eller markedet, som har taget positivt imod bredformatet, hvilket fremgår af nærværende rapport.

Med hensyn til fremtiden vil det være vigtigt at sikre, at fordelene ved 16:9-formatet er godt integreret i det digitale miljø. Ifølge Kommissionen vil det være ønskeligt at skabe de tættest muligt bånd mellem digitale transmissioner og bredformat-tv, til fordel for begge. Bredformatet øger forbrugerens interesse for digitalt tv med andre muligheder end "flere kanaler". De begrænsede frekvensressourcer sætter alligevel grænser for antallet af kanaler på jordbaseret, digitalt tv. Bredformatet gør det ligeledes muligt i fremtiden at indføre digitalt højopløsnings-tv (HDTV), som også anvender 16:9. Nogle tv-selskaber og programproducenter er interesserede i at tilbyde deres seere den store effekt og virkelighedsfølelse, som HDTV giver, på store skærme - virkeliggørelsen af hjemmebiografen - frem for blot flere kanaler.

Medio 1995 var handlingsplanen ved midtvejspunktet i den 4-årige periode, som udløber den 30. juni 1997. Kommissionen mente, at det ville være passende at vurdere, hvor langt handlingsplanen var kommet med realiseringen af målene i Rådets afgørelse, nemlig en kritisk masse af tjenester og et øget udbud af bredformat-programmer. **I første omgang har Kommissionen anmodet eksterne konsulenter om at gennemføre en uvildig vurdering af handlingsplanen, hvor man vil undersøge, hvilke fremskridt der er gjort, samt fremtidsperspektiverne.** Kommissionen vil kunne anvende analysen i forbindelse med en vurdering af, hvorvidt det vil være hensigtsmæssigt med en efterfølger til handlingsplanen og rammerne for en sådan, såfremt den viser sig begrundet. Der vil ligeledes finde yderligere konsultationer sted med markedsaktørerne og andre interesserede parter, især i forbindelse med en konference, som afholdes senere på året.

Budgetposter

B3-2014 - Transmission, administreres af GD XIII

B3-2013 - Programproduktion og "remastering", administreres af GD X

DEL A : TRANSMISSION

1. ADMINISTRATION AF HANDLINGSPLANEN

1.1 Indkaldelse af forslag 95/1

Finansiering til de "senere startende markeder"

Denne indkaldelse var en fælles indkaldelse med programproduktionsdelen¹. Det vigtigste nye aspekt ved denne indkaldelse i forhold til tidligere indkaldelser var de midler, der var til rådighed fra reserven på 68 mio. ECU til "senere startende markeder", som fastsat i Rådets afgørelse². Tv-selskaber i medlemslande, der ikke udbyder tjenester i 16:9-formatet eller har begrænset dækning i 16:9-formatet, kan opnå finansiering til en højere sats - 80% af den faste timesats - frem for 50%.

Med afsættelsen af en reserve ønskede Rådet at sikre fællesskabsdimensionen ved at gøre det muligt for de mindre udviklede markeder at få adgang til handlingsplanen. Uden disse favorable betingelser frygtedes det, at tv-selskaberne i de større medlemsstater, eller dem, hvor markedet var mere udviklet, ville opbruge alle midlerne i handlingsplanen. De større medlemsstater, eller dem med bedre udviklede markeder, spiller en væsentlig rolle, idet deres markeder fungerer som drivkraft for så vidt angår nye forbrugerelektronikprodukter. Reserven er vigtig fordi den sikrer, at de andre medlemsstater kan nyde godt af de fremskridt, der gøres i større eller bedre udviklede medlemsstater. Mere specifikt sikrer reserven, at handlingsplanens kriterier vedrørende "spredning og balance", der skal sørge for en retfærdig fordeling af midlerne i hele EU, kan gennemføres i handlingsplanens løbetid.

Respons

Tv-selskabernes reaktion var endnu engang meget positiv, og der kom anmodninger om støtte svarende til 65 000 timers transmission, hvoraf 14 000 timer blev udbudt af tv-selskaber under 80%-ordningen. De samlede midler på budgettet var af samme størrelsesorden som i 1994, svarende til ca. 20 000 timers transmission. Det bør bemærkes, at muligheden for at opnå 80% dækning reducerer antallet af transmissionstimer, der kan finansieres, idet hver time koster handlingsplanen mere.

Hovedindholdet i responsen var, at

- 22 tv-selskaber, som modtog støtte ved tidligere indkaldelser, søgte igen
- yderligere 10 nye deltagere under 50%-ordningen søgte igen
- 10 forslag blev indsendt af nye deltagere under 80%-ordningen

¹ EFT nr. C 26 af 1.2.1995, s. 4.

² Rådets afgørelse 93/424/EØF af 22. juli 1993 om en handlingsplan for indførelse af avancerede tv-tjenester i Europa, EFT nr. L 196 af 5.8.1993, s. 48, artikel 2, stk. 5.

Resultaterne af indkaldelse 95/1 for transmission

Figur 1a og 1b viser den endelige tildeling af finansierede timer efter indkaldelse 95/1 med de nye støttemodtagere angivet med kursiv. Tv-selskaber i Irland og Sverige kunne starte transmissioner i 16:9-formatet i deres respektive lande, hvilket øgede antallet af deltagende medlemslande til ti.

HANDLINGSPLAN FOR TRANSMISSION I 16:9-FORMATET ENDELIG TILDELING EFTER INDKALDELSE 95/1

Figur 1a Markeder med 50%-ordning

		Code	Requested hours	Allocated hours
Broadcaster				
1. FRANCE	Canal +	F2	3.376	1.400
	MCM	F5	3.984	1.200
	France Super	F4	6.022	2.700
	Cinécinemas	F3	2.912	900
	Paris Première	F6	1.460	400
	Arte	F1	251	250
France total			18.005	6.850
2. GERMANY	Première	G5	900	700
	ARD	G1	500	500
	BRF	G2	300	300
	ZDF	G7	800	800
	3Sat	G8	960	960
	MDR	G4	400	400
	FAB	G3	5.150	400
	SWF	G6	100	100
Germany total			9.110	4.160
3. NETHERLANDS	TV Plus	N1	2.025	1.000
Netherlands total			2.025	1.000
4. SPAIN	RTVE	E3	575	250
	TV3 Catalan	E5	427	300
	RTVA Canal Sur	E2	695	200
	EUSKAL	E1	200	200
	TVG Galicia	E4	240	250
Spain total			2.137	1.200
5. PORTUGAL	TVI	P1	400	200
Portugal total			400	200
6. BELGIUM	RTBF	B4	700	700
	Canal+TVCF PAL	B3	2.880	950
	BRTN 1	B1	415	415
	BRTN 2	B2	260	260
Belgium total			4.255	2.325
7. UK	Channel 4	U1	100	400
	S4C	U2	1.014	400
UK total			1.114	800
Total zone 50%			37.046	16.535

Figur 1b Markeder med 80%-ordning

		Code	Requested hours	Allocated hours
Broadcaster				
8. GREECE	<i>EPT Hellenic TV</i>	GR1	200	200
	<i>ERT-3</i>	GR2	250	250
	<i>TVS</i>	GR4	3.276	250
	Greece total		4.876	700
9. SWEDEN	<i>TV 1000</i>	S1	5.104	1.300
	Sweden total		5.104	1.300
10. IRELAND	<i>RTE</i>	IR1	263	250
	Ireland total		263	250
Total zone 80%			13.062	2.250
Grand Total=32 PROJECTS (80%+50%)			50.108	18.785

De vigtigste aspekter ved ovenstående tildeling var, at

- Kommissionen og medlemsstaternes udvalg enedes om en finansieringsperiode på ét år fra den 1. januar 1996
- På anbefaling fra de eksterne tekniske konsulenter blev fire af de indsendte projektforslag afvist, da de ikke opfyldte kriterierne om projektkvalitet i Rådets afgørelse
- De 22 tv-selskaber, som fik støtte under tidligere indkaldelser, tildeltes samme beløb pro rata, som de modtog i 1994.
- De ti nye deltagere i 50%-ordningen fik finansieret det antal timer, som de havde ansøgt om for støtteperioden
- De ti nye deltagere i 80%-ordningen fik ligeledes støtte til det antal timer, som de havde ansøgt om for støtteperioden.

Kommissionen og udvalget var enige om, at det var vigtigt at sikre fortsat finansiering til de drivende markeder med 50%-finansiering, og at der især var behov for at støtte lanceringen af PAL-Plus bredformat-tv på det tyske marked under forbrugerelektronikudstillingen Berlin IFA i august. Det ville være den bedste lejlighed til at få etableret 16:9-markedet i de lande, idet 16:9-formatet ikke ville være levedygtigt i 80%-landene, med mindre det havde succes på "pionermarkederne". En begrænset efterspørgsel efter transmissionstimer på 80%-markederne afspejler de problemer, som tv-selskaberne på disse markeder stod over for ved lanceringen af 16:9-formatet. En simpel fordeling af budgetmidlerne mellem 50%- og 80%-markederne ville derfor ikke have afspejlet markedsudviklingen.

1.2 Indkaldelse af forslag 95/3

Efter den 18. juli blev yderligere 4 mio. ECU stillet til rådighed³⁾. Der blev derfor offentliggjort en supplerende indkaldelse for at fordele disse midler⁴⁾. Kommissionen mente, at den supplerende indkaldelse ville gøre det muligt for flere tv-selskaber at deltage i 80%-markederne. Flere projektforslag, som ikke havde modtaget støtte efter indkaldelse 95/1, blev revideret og genindsendt efter drøftelser mellem tv-selskaberne og Kommissionen. For første gang kom der projektforslag fra de offentlige danske og østrigske tv-selskaber.

Respons

- 20 tv-selskaber indsendte projektforslag, herunder seks, som allerede havde modtaget støtte i henhold til indkaldelse 95/1.

Resultaterne af indkaldelse 95/3 for transmission

Figur 2 viser den endelige tildeling af midler efter indkaldelse 95/3. Danmark og Østrig vil muligvis starte transmission i 16:9-formatet, efter at tv-selskaberne i disse lande har fået tildelt midler til projekter. Det bør bemærkes, at Danmarks Radio transmitterer i 16:9-formatet i den digitale satellitstandard, som er fastsat af Digital Video Broadcasting Group, Europas første udbyder af digitale tjenester i bredformat.

Figur 2

HANDLINGSPLAN FOR TRANSMISSION I 16:9 FORMATET, ENDELIG TILDELING EFTER INDKALDELSE 95/3

			Code	Requested hours	Allocated hours
1. Netherlands	<i>Veronica</i>	N1		2500	400
2. United Kingdom	<i>Granada</i>	R1		150	150
Total 50%				2650	550
3. Italy	<i>Telenuevo</i>	I1		1760	300
	<i>Synthesia</i>	I2		1160	200
	<i>Videolina</i>	I3		1850	200
4. Austria	<i>Orf</i>	AT1		360	360
5. Denmark	<i>Danmarks Radio</i>	D1		430	400
Total 80 %				5560	1460
Grand total				8210	2010

Nye deltagere angivet med kursiv

3) Europa-Parlamentet havde blokeret for dette beløb, mens det afventede årsrapporten for 1994.

4) EFT nr. C 212 af 17.8.1995, s. 28

Den vigtigste betragtning i forbindelse med fordelingen var, at

- tv-selskaber, der allerede havde modtaget midler under indkaldelse 95/1, ikke modtog midler i forbindelse med 95/3.

Da de 4 mio. ECU indgik i samme budget for 1995, var det kun rimeligt at prioritere de forslag, der ikke fik tildelt midler i henhold til indkaldelse 95/1, og især nye deltagere.

1.3 Evalueringsmetodologi

Det bør bemærkes, at evalueringsproceduren i forbindelse med begge indkaldelser var uændret i forhold til 1994. Et uvildigt eksternt konsulentfirma bistod med den tekniske vurdering af projekterne. Konsulenterne havde til opgave for det første at vurdere projekternes egnethed i forhold til "kriterierne om projektets kvalitet", der er opstillet i Rådets afgørelse, for det andet at opstille en prioriteringsrækkefølge for projekterne med særlig vægt på den sandsynlige seer-interesse for programmerne og endelig at påpege eventuelle mangler eller svagheder ved forslagene, så Kommissionen kunne gøre opmærksom herpå under kontraktforhandlinger.

De tekniske evalueringer dannede et væsentligt grundlag for udarbejdelsen af Kommissionens forslag vedrørende begge indkaldelser. Kriterierne om "spredning og balance" blev imidlertid udelukkende anvendt af Kommissionen inden den udarbejdede sit forslag til udvalget. Medlemsstaternes udvalg havde mulighed for at gennemgå de tekniske konsulenters sammenfattende rapporter.

1.4 Videreudbygning af det udmærkede grundlag fra tidligere år

To oversigtskort illustrerer, hvorledes indkaldelse 95/1 og 95/3 med held har bygget videre på tidligere aktiviteter. Figur 3A blev offentliggjort i rapporten fra sidste år⁵⁾. Det fremgår heraf, at 22 tv-selskaber i otte medlemsstater transmitterede i 16:9-formatet. Figur 3B er en ajourført oversigt, der viser, hvilke tv-selskaber, der har modtaget støtte i 1995. I alt 39 tv-selskaber i 13 medlemslande transmitterer nu tjenester i 16:9-formatet.

5) Figur 2, s. 12 i KOM(95) 263, endelig udg./2, Bruxelles, 22.6.1995

Action Plan Broadcasting 30-12-94

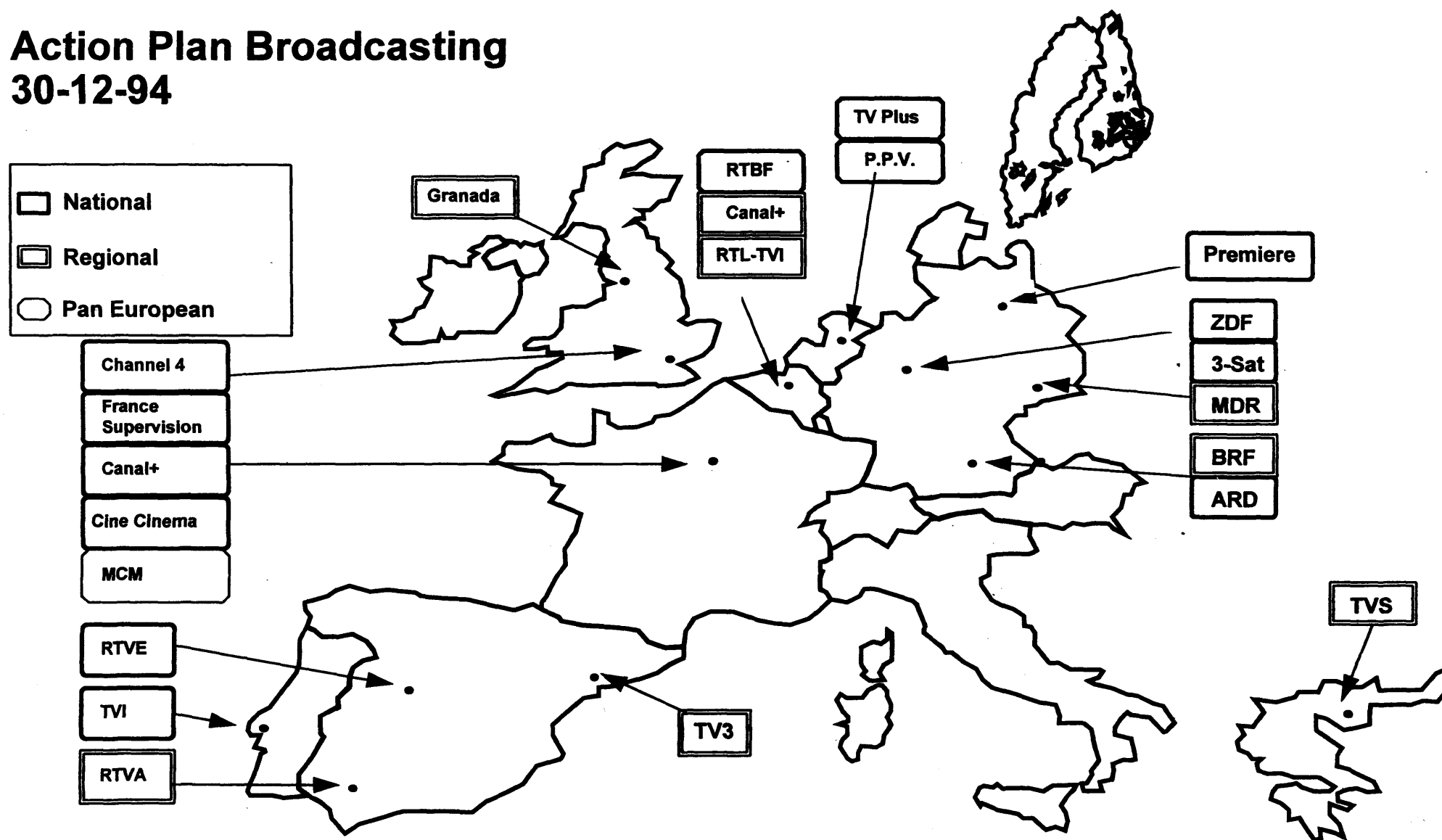


Figure 3A

Action Plan Broadcasting 30-12-95

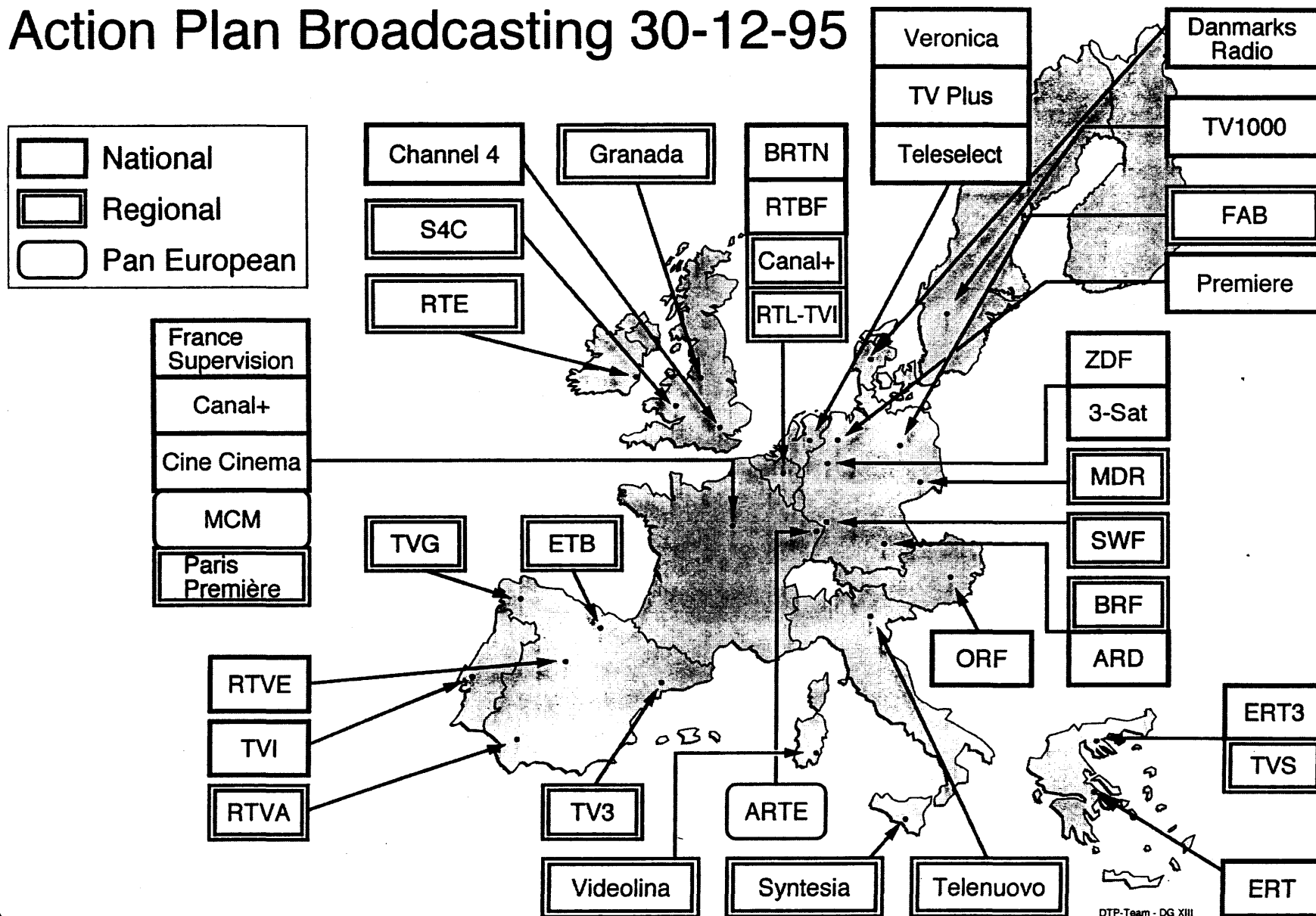


Figure 3B

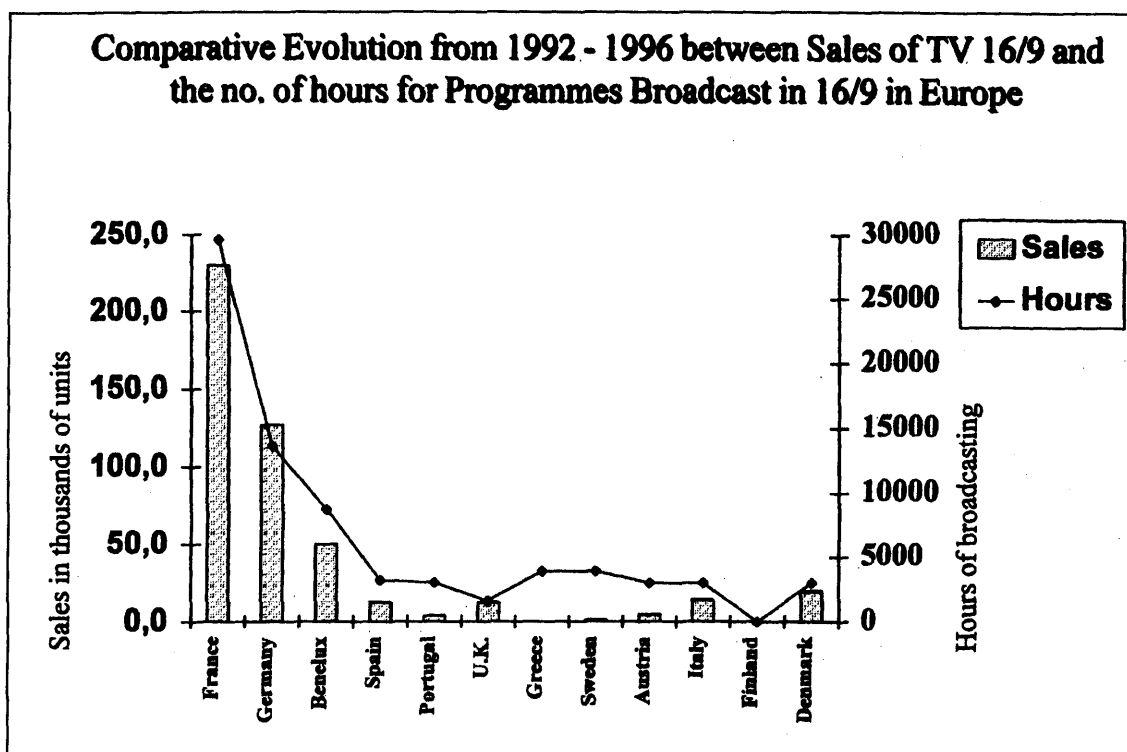
52

2. EFFEKT

2.1. Hvordan transmissioner i 16:9-format fremmer salget af 16:9 tv-apparater

Den første udfordring bestod i at løse "hønen-eller-ægget" dilemmaet, som oprindeligt havde forhindret 16:9-formatet i at få fodfæste på markedet. Det bevirkede, at tv-selskaberne ikke ville transmittere, før der var tv-modtagere på markedet, og at fabrikanterne ikke ville forpligte sig til masseproduktion medmindre der var transmissioner. Ovenstående afsnit har beskrevet den entusiasme, hvormed tv-selskaber i 13 medlemsstater har taget imod 16:9-formatet, så dette problem er så godt som løst, skønt det ville være ønskeligt med et større udbud af tjenester på visse markeder.

Figur 4: Sammenligning af udviklingen i salget af tv-apparater i 16:9 og antallet af 16:9-programtimer transmitteret i Europa 1992-1996



Kilde: Thomson Media

Figur 4 sammenligner udviklingen i perioden 1992-1996 i salget af tv-apparater og programtimer, der har modtaget midler under handlingsplanen. Der er nær sammenhæng mellem det samlede salg af tv-apparater i bredformat og transmissioner, især i Frankrig og Tyskland, hvor 16:9-formatet først blev introduceret. Handlingsplanen har således haft den tilsigtede virkning. Markederne i Frankrig og Tyskland er katalysatorer for hele Europa og startede tidligere end andre markeder. De udbyggedes hurtigt og udviklede snart en række tjenester, der kunne stimulere efterspørgslen blandt forbrugerne. Handlingsplanen ser ud til at være godt på vej til at realisere målsætningen for disse markeder, samt for Belgien, om at være katalysator for udviklingen af en kritisk masse af tjenester. Det er væsentligt, at der opnås en kritisk masse, hvis markedet skal være bæredygtigt, således som forudset i Rådets afgørelse.

Den positive udvikling på det tyske marked viser, at de betydelige ressourcer, der blev afsat hertil i 1994 og 1995, var begrundede. Salget af tv-apparater i bredformat tredobledes til 75 000 enheder, en vækst der direkte kan tilskrives handlingsplanen. På forbrugerelektronikudstillingen Berlin IFA demonstrerede de tyske tv-selskaber i fællesskab deres absolutte tillid til 16:9-formatet gennem adskillige transmissioner fra selve IFA med midler fra handlingsplanen. Fabrikkerne udstillede et bredt udvalg af tv-modtagere i alle prisklasser og skærmstørrelser, hvilket viste, at de støttede produktet. De tyske forbrugere kunne vælge mellem tv-modtagere fra ti forskellige mærker efter afholdelsen af IFA.

I årsrapporten fra 1994 blev det anført, at en gunstig udvikling på det tyske marked var en forudsætning for 16:9-formatets succes i Europa⁶⁾. Ifølge rapporten skyldes det for det første det tyske markeds betydning i al almindelighed, og for det andet mere specifikt, at en vellykket lancering i Tyskland af PAL-Plus var en forudsætning for 16:9-formatets succes i de fleste andre lande, da PAL-Plus er det system, som er valgt af hovedparten af de tv-selskaber, som får støtte fra handlingsplanen til 16:9-transmission.

Andre markeder er enten langt fra at nå op på en kritisk masse af tv-tjenester eller er startet senere - afstanden mellem støttetildeling, transmission af de finansierede timer og salg af tv-apparater betyder, at markedseffekten vil kunne mærkes i 1996 og 1997, især i de senere startende markeder, der får midler under 80%-ordningen. Bilag 2 indeholder figurer med grafik, der kan sammenholdes med figur 4 for ti medlemslande.

Det bør bemærkes, at det relativt begrænsede salg af 16:9-modtagere på det britiske marked afspejler BBC's beslutning om at forbinde bredformatet med dets projekt for jordbaseret digital transmission. Transmissionerne kan ikke starte før ved udgangen af 1997, når det jordbaserede digitale transmissionssystem bliver operationelt, dvs. efter handlingsplanens udløb.

2.2. Den strategiske betydning af tv-apparater i 16:9-format for forbrugerelektronikindustrien

Det følgende afsnit viser bredformatets betydning for forbrugerelektronikindustrien.

6) KOM(95) 263 af 16.06.95, endelig udg., s. 27, afsnit 3.3

Figur 5 nedenfor viser det samlede salg af farve-tv i EU. Salget var i bedste fald stagnerende og faktisk vigende på de fleste markeder.

Figur 5

Samlet salg af farve-tv i 1994 og 1995⁷⁾

(Thousands of units)	Austria	Benelux	Denmark	Finland	France	Germany	Greece	Italy	Portugal	Spain	Sweden	U.K.	EU15
1995	492,0	1 350,0	320,0	-	3 575,0	5 450,0	400,0	3 010,0	540,0	1 860,0	430,0	3 545,0	20 972,0
1994	524,0	1 395,0	316,0	-	3 650,0	5 529,0	400,0	3 012,0	510,0	1 836,0	460,0	3 563,0	21 195,0
Trend (in %)	-6,1%	-3,2%	1,3%	-	-2,1%	-1,4%	0,0%	-0,1%	5,9%	1,3%	-6,5%	-0,5%	-1,1%

Kilde: Den Europæiske Sammenslutning af Forbrugerelektronikfabrikanter (EACEM)

En væsentlig årsag til stagnationen er, at forbrugerne ikke har haft en tvingende grund til at udskifte deres tv-apparater. Produkterne er meget pålidelige og har en lang levetid, og der er ikke sket afgørende ændringer i det tv-billede, som modtages, siden introduktionen af farve-tv for tredive år siden. Selv indførelsen af digitalt tv kunne blot betyde, at der er flere kanaler i 4:3-format, som ikke er af bedre kvalitet end det nuværende billede, hvis tv-selskaberne foretrækker flere kanaler frem for at ændre på præsentationen ved at introducere bredformat og/eller et billede af studiekvalitet i hjemmet.

Nye produkter og innovation er forbrugerelektronikkens livsnerve. De genskaber indtrykket af værdi i forbrugernes øjne og pynter på fabrikanternes overskudsmargener, da forbrugerne ved, at prisen på forbrugerelektronikprodukter falder med tiden. Stagnationen i udviklingen af tv-modtagere er særlig markant, hvis man sammenligner den med CD'ens effekt på musikbranchen. 16:9 er den største forandring i tv-modtageren siden farve-tv og er præcis den tilskyndelse, der skal til for at forny forbrugernes interesse for et produkt, som stadig fortrinsvist fremstilles i Europa. Det stabiliserer beskæftigelsen i en branche, hvor antallet af stillinger er faldet med 40% siden 1982⁸⁾.

Et øget salg af tv-modtagere i 16:9-format var det eneste positive aspekt ved tv-markedet sidste år. Figur 5 nedenfor viser det samlede salg af tv-apparater i 16:9-format i Europa i 1995, med en stigning på 64% i de femten EU-medlemslande sammenholdt med 1994. Særligt imponerende er stigningen på 275% i salget på det tyske marked - til et meget pænt antal på 75 000 enheder - samt fremgangen i de tilstødende Benelux-lande. Til trods for strejkerne sidst på året oplevede salget i Frankrig en stigning på 55% i de sidste fire måneder af 1995 sammenlignet med samme periode sidste år, ifølge SIMAVELEC⁹⁾.

7) Tallene for 1995 er foreløbige.

8) Kilde: EACEM, på grundlag af industristatistikker for 1994.

9) Hovedpunkter i direktøren for Simavelec, Serge Amiards udtalelser til pressen den 13.2.96, s. 4.

Figur 6**Samlet salg af tv-apparater i 16:9-bredformat i 1994 og 1995¹⁰⁾**

(Thousands of units)	Austria	Benelux	Denmark	Finland	France	Germany	Greece	Italy	Portugal	Spain	Sweden	U.K.	EU15
1995	4,0	30,0	10,0	-	85,0	75,0	-	6,3	1,0	4,5	0,5	4,2	220,5
1994	0,7	10,0	7,0	-	85,0	20,0	-	3,0	1,0	4,0	1,0	3,0	134,7
Trend (in %)	471,4%	200,0%	42,9%	-	0,0%	275,0%	-	110,0%	0,0%	12,5%	-50,0%	40,0	63,7%

*Kilde: EACEM***3. UDSIGTERNE FOR 1996 OG 1997**

Efter de to indkaldelser i 1995 støtter handlingsplanen transmission i 13 medlemsstater. Visse 16:9-tjenester fra nabolandene kan modtages i Luxembourg, og kun i Finland er der ikke nogen transmission i 16:9. Efter blot to år med handlingsplanens foranstaltninger vidner det tempo, hvori de 39 tv-selskaber har lanceret 16:9-tjenester, om den succes handlingsplanen har haft med at sætte skub i udviklingen af markedet for sådanne tjenester.

Det er især de senere startende markeder, der har oplevet hurtig fremgang, med en kraftig efterspørgsel efter transmission i det første år med 80%-ordningen. Efter 1995-indkaldelserne refterer der kun 3 mio. ECU af transmissionsmidlerne til fremtidig allokering på de tidligt startende markeder. De resterende midler under handlingsplanen er forbeholdt de senere startende markeder. Transmissionsbudgettet for 1996 blev nedskåret med 50%. Det er derfor afgørende, at der afsættes tilstrækkelige midler på budgettet for 1997, således at de senere startende markeder fuldt ud kan udnytte de gunstige vilkår i Rådets afgørelse.

3.1. Spørgsmålet om kritisk masse

Rådets afgørelse fastsætter målet for handlingsplanens transmissionsdel om en kritisk masse af 16:9-transmissionstjenester. Rådet mente, at en fremskyndet udvikling af markedet for tv-tjenester ville spille en vigtig rolle i forbindelse med realiseringen af det overordnede mål om at bidrage til, at modtagerudstyr i 16:9-format kan trænge igennem på markedet. Europa-Parlamentet støttede denne holdning.

10) Foreløbige tal for 1995

Det er imidlertid langt mere vanskeligt at vurdere i hvor høj grad, man har opnået den kritiske masse af tjenester, end at vurdere væksten i markedet for tv-tjenester. Sprog og traditioner splitter de europæiske transmissionsmarkeder, selv om de nationale grænser udgør en svindende barriere. Det kan være nødvendigt med en kritisk masse af tv-tjenester i hvert medlemsland, for at sikre gennemførelsen af handlingsplanens mål.

Ifølge dette kriterium vil handlingsplanen skulle fuldføre en vanskelig opgave, inden den udløber den 30. juni 1997. Frankrig og Tyskland er de mest oplagte kandidater til at nå op på den kritiske masse, og muligvis også Belgien og Spanien. De andre markeder er stadig i "udbrudsfasen" med én tjeneste, som f.eks. i Portugal eller Sverige. I 1995 var de fleste tjenester, der blev iværksat under handlingsplanen, stadig under ét år gamle.

For at kunne vurdere spørgsmålet om kritisk masse har Kommissionen engageret et konsulentfirma, som vil aflægge rapport medio-1996. Denne forventes at yde et væsentligt bidrag til Kommissionens overvejelser om, hvorvidt handlingsplanen bør forlænges, eller om der er andre foranstaltninger, som skal erstatte den for at konsolidere 16:9-formatets succes i Europa.

* * *

TILLÆG

Baggrundsoplysninger om 16:9-bredformatet

-Hyppige spørgsmål-

Hvorfor bredformat ?

Bredformatet for tv-skærme i forholdet 16 til 9 (16:9) er det eneste parameter for fremtidens fjernsyn, som accepteres på globalt plan. Det er mere ergonomisk end det nuværende filmformat fra 1930'erne, som anvendes af tv, nemlig det mere firkantede 4:3-format. Bredformatet bringer tv à jour med biograferne, hvor bredformatet har været brugt siden 1950'erne. Formatet kan benyttes til både analoge og digitale billeder og er derfor "fremtidssikret". Det beskytter forbrugernes investeringer i skærmen, som er den dyreste del af fjernsynet. En vellykket indførelse af 16:9 er et krav i forbindelse med den fremtidige introduktion af digitalt højopløsnings-tv. Bredformatet er samtidig et væsentligt element i de stadig tættere bånd mellem film og tv - det bibringer tv filmens æstetik - og i den audiovisuelle industris bidrag til en større konvergens mellem det audiovisuelle, telekommunikation og edb.

Problemet

Det er langt mere besværligt at ændre skærmformatet end blot at tilslutte endnu en dekoderboks til satellit-tv eller digital-tv til et almindeligt tv-apparat. 16:9-formatet indebærer en grundlæggende forandring af systemets kerneelement - selve tv-apparatets arkitektur ændres. Hvis man skal koordinere tilbuddet om bredformat til forbrugerne, må fabrikkerne og tv-selskaberne samordne deres indsats. Bredformat-tv kunne ikke introduceres i Europa som følge af "hønen-eller-ægget"-dilemmaet. Tv-selskaberne ville ikke begynde at transmittere i bredformat, før der var bredskærms-apparater på markedet, og fabrikkerne nægtede at lancere disse, før transmissionerne var begyndt. Markedet var blokeret til trods for, at markedsundersøgelser konsekvent viste, at der var en betydelig interesse blandt forbrugerne for 16:9-bredformatet.

Hvorfor investere offentlige midler ?

Det som økonomer kalder "markedets svigten" betyder, at bredformat ellers ikke ville nå ud til offentligheden. Minimumskravet til produktion af forbrugerelektronik er, at det sker ud fra en europæisk målestok. Transmission er stadig opbygget nationalt af lovgivningsmæssige og sproglige hensyn. Farve-tvs introduktion i 1960'erne var den sidste større innovation - da både fremstilling og transmission fandt sted på nationalt plan - og blev en succes. Farve-tv og -tjenester indførtes samtidig. Den nuværende mangel på symmetri mellem de to industriers struktur har medført praktiske vanskeligheder, fordi der er forskel på "markedskræfterne" og krav til "timingene" af investeringerne. I al fald vil en laissez faire-metode udelukkende baseret på "markedskræfterne" ikke være passende i transmissionsindustrien, da offentlige tv-selskaber stadig tegner sig for en så høj andel af seertallet.

Behovet

De offentlige tv-selskaber har været banebrydere for introduktionen af ny teknologi som f.eks. farver, stereo og tekst-tv. Men de har alle finansielle problemer, som har gjort det vanskeligt for dem at påtage sig de betydelige investeringer, som er nødvendige ved transmission i 16:9-format, skønt de alle ved, at fremtiden for tv hviler på 16:9. Indtil nu har handlingsplanen støttet 17 offentlige tv-selskaber med lanceringen af 16:9-tjenester, og har hjulpet dem til at bevare deres traditionelle rolle som pionerer ind i 1990'erne. De private tv-selskaber - der er reklamefinansierede eller får deres indtægter fra betalings-tv-abonnementer - har kortsigtede holdninger. Bredformatet påvirker deres økonomiske bundlinje, og det tager lang tid, inden investeringen lønner sig. Midlerne fra handlingsplanen bekæmper de kortsigtede holdninger, idet revisorernes sag mod 16:9 bliver svækket.

Løsningen

Handlingsplanen bryder "hønen-eller-ægget" dilemmaet ved at tilbyde timebaserede fællesskabsbidrag til dækning af tv-selskabernes ekstraomkostninger via budgetpost B3-2014 - og producenterne gennem en anden budgetpost, B3-2013. Det bør noteres, at finansiering af programmer i bredformat ikke er tilstrækkelig i sig selv. Programmerne skal *sendes* i 16:9-formatet for at fremme forbrugernes interesse for det nye format. Handlingsplanens strenge kvalitetskrav understreger behovet for attraktive bredformat-tjenester, der kan opnå høje seertal. Derved maksimeres handlingsplanens effekt.

DEL B : PRODUKTION AF PROGRAMMER

INDLEDNING

Handlingsplanen - et fællesskabsinstrument for den audiovisuelle sektor

Handlingsplanen, der er et fællesskabsinstrument af fire års varighed (juli 1993-juli 1997), har til formål at fremme udviklingen på markedet for avancerede tv-tjenester. Når udviklingen på dette marked fremmes på europæisk plan, vil den audiovisuelle industri blive tilskyndet til at modernisere sig og til at imødegå fremtiden på en hensigtsmæssig og samordnet måde. På længere sigt drejer det sig om at være klar til den digitale tidsalder.

De avancerede tv-tjenester udsendes i 16/9- formatet, som der er enighed om at anvende i Europa. 16/9-formatet har to store fordele. Den første er af teknisk art: formatet er neutralt i forhold til de forskellige transmissionsstandarder og virker derfor fremmende for overgangen fra analogt til digitalt tv. Den anden fordel er af kommerciel og æstetisk art: panoramaformatet er mere seervenligt og skaber en tilnærmelse mellem tv og biograf.

Den effekt, der søges opnået gennem handlingsplanen, er at få opbygget en kritisk masse af avancerede tv-tjenester, som skal gøre det muligt at få udbredt disse tjenester på europæisk plan. Handlingsplanens strategi herfor bygger på at tilgodese interesserne hos alle aktører inden for den audiovisuelle sektor. Da tv-radiospredningens hovedaktører er tv-selskaberne og programproducenterne, er handlingsplanen orienteret i begge retninger, idet den søger at fremme både efterspørgslen efter og udbuddet af 16/9-programmer i Fællesskabet på en koordineret og effektiv måde. Handlingsplanen giver de europæiske tv-selskaber og producenter en supplerende finansiering til dækning af meromkostningerne i forbindelse med 16/9-formatet, eftersom udsendelse og produktion i 16/9 kræver store investeringer med hensyn til både kapital og materiel.

Markedet for 16/9-format

Markedet for 16/9 omfatter foruden transmissionstjenesterne alt udstyr til professionelt og privat brug - Kapitel 2, side 16 -, som er tilpasset dette format. Etableringen af transmissionstjenester i 16/9-format på europæisk plan tilskynder til investering og medfører en modernisering af tv-selskabernes professionelle udstyr og af de virksomheder, der producerer og udlejer produktionsmateriel, dvs. en modernisering, som er nødvendig for den audiovisuelle industris konkurrenceevne. Handlingsplanen har således følgevirkninger for den industrielle sektor som helhed.

Handlingsplanen - en integrerende del af EU's audiovisuelle politik

Fællesskabets medvirken, i forståelse med de økonomiske aktører, til at skabe en kritisk masse af 16/9-tjenester, gør det muligt at orientere den europæiske programindustri mod fremtiden. Produktion i 16/9-formatet er en garanti for den tekniske kvalitet. En konstant tilskyndelse af den europæiske programproduktion til at anvende produktionsmedier, som er kompatible med 16/9-formatet, er et strategisk indsat på europæisk plan for at skabe programkataloger med lang levetid.

De audiovisuelle kataloger er grundlaget for enhver strategi og en indtægtskilde for branchen. De kan siges at være industriens kapital. Katalogerne består af programmer med lang levetid, som kan udsendes flere gange og cirkulere på andre markeder end deres oprindelsesmarked. Handlingsplanen er rettet mod

programindustrien og udgør derfor en integrerende del af EU's audiovisuelle politik, som tager sigte på at øge programindustriens kapacitet og udbygge dens europæiske dimension.

Handlingsplanens metode skal ses på baggrund af disse overvejelser. Under handlingsplanens programdel kan der ske en samfinansiering med producenterne selv og med de økonomiske aktører, som investerer i 16/9-projekter, dels af merudgiften i forbindelse med produktion af nye programmer i 16/9-format, dels af "remastering" (konvertering) af programmer, der allerede er produceret på andre medier, for at gøre dem kompatible med 16/9-formatet. Samfinansieringen udgør 50% eller 80% af de ekstra omkostninger beregnet på grundlag af faste beløb pr. transmissionstime.

Handlingsplanens dækningsområde

Gennem indkaldelser af forslag¹¹ opfordres de europæiske producenter til at indsende ansøgninger om støtte til nye produktioner og/eller til remastering. Ved udvælgelsen anvendes følgende kriterier:

- producenterne skal være etableret i en EU's medlemsstater;
- det pågældende program skal transmitteres i 16/9-format af et organ, der er etableret i EU;
- det skal dokumenteres, at ekstraomkostningerne finansieres med supplerende midler fra andre kilder end handlingsplanen.

Hvis der er for mange ansøgninger i forhold til de budgetmæssige muligheder, anvendes en række kriterier, hvorved projekterne kan prioriteres. Der foretages ikke nogen kvalitativ vurdering af programmernes indhold, men følgende projekter prioriteres højest:

- programmer med lang levetid;
- projekter, der forelægges af uafhængige producenter;
- projekter fra medlemsstater med begrænset produktionskapacitet eller med et lille sprogområde;
- projekter, hvor de supplerende midler udelukkende stammer fra økonomiske aktører.

Hvor det drejer sig om remastering af eksisterende programmer, prioriteres programmer af europæisk oprindelse højest.

¹¹ Efter en første kombineret indkaldelse af forslag til transmission og programproduktion foretages inden for et tidsrum af 12 måneder to indkaldelser udelukkende vedrørende programproduktion.

KAPITEL 1 - HANDLINGSPLANEN FOR 16/9-FORMAT FRA 1993 TIL 1995

I dette kapitel omtales dels de vigtigste begivenheder i 1995 i forbindelse med handlingsplanen, dels den udvikling i EU-programmet, som det er mest interessant at se på, efter at programmet har fungeret i 2½ år.

1.1. Samlede resultater udtrykt i ecu og timer

År	1993	1994	1994	1995	1995
Indkaldelse	1/93	1/94	2/94	1/95	2/95
Mio. ECU	11,6	19,4	33	18,1	12,5
Timer	2 936	4 555	5 648	4 099	2 551

Siden handlingsplanens iværksættelse, har der været fem indkaldelser af forslag, 1 i 1993, 2 i 1994 og 2 i 1995. Budgettet for hver indkaldelse har været forskelligt og var stigende indtil indkaldelse 2/94, hvorefter det har været faldende til og med indkaldelse 2/95.

Fra juli 1993 til 31. december 1995 er der i alt ydet 94,6 mio. ECU til europæiske producenter til produktion eller remastering af programmer i 16/9-format.

Disse 94,6 mio. ECU er anvendt til medfinansiering af 19 789 programtimer i 16/9-format:

- 84,4 mio. er anvendt til medfinansiering af nye programmer af en varighed af i alt 12 367 timer;
- 10,2 mio. ECU er anvendt til medfinansiering af remastering af i alt 7 422 programtimer.

1.2 Modtagne forslag (produktions- og remasteringprojekter)

Antallet af modtagne forslag har været stabilt

Antallet af modtagne forslag har været relativt stabilt og ligget omkring 1000 ved hver indkaldelse. Det mindste antal forslag, som blev modtaget (732), var i forbindelse med indkaldelse 1/94, hvilket skyldtes, at ved den første indkaldelse under handlingsplanen (1/93) gjorde begyndelseseffekten sig gældende, samtidig med at denne indkaldelse tiltrak størstedelen af de projekter, der var under udarbejdelse. Man skulle helt frem til indkaldelse 2/94, førend producenterne igen indsendte et stort antal nye ansøgninger om produktionsstøtte.

Indkaldelse	1/93	1/94	2/94	1/95	2/95
Modtagne forslag	944	732	1 113	970	1 116

Stigning i antallet af programtimer, hvortil der er søgt om støtte under handlingsplanen

Siden iværksættelsen af handlingsplanen er det antal programtimer, der er søgt om støtte til under handlingsplanen, steget betydeligt, hvilket fremgår af nedenstående tabel:

Indkaldelse	1/93	1/94	2/94	1/95	2/95
Foreslåede antal timer	7 500	8 000	10 356	16 392	10 735

Ansøgningerne i forbindelse med de to første indkaldelser (1993 og primo 1994) vedrørte hver begge gange i alt 8 000 programtimer, og ult. 1994 nåede tallet op på 10 300 timer. Primo 1995 nåedes en ny rekord, idet ansøgningerne vedrørte i alt 16 400 timer. For hele 1995 blev der ansøgt om 27 127 timer mod 18 356 timer for 1994.

Stigning i antallet af støtteansøgere

I løbet af handlingsplanens to første år blev antallet af ansøgere tredoblet. Ultimo 1994 og efter tre indkaldelser stabiliserede tallet sig på et gennemsnit af ca. 200 ansøgere pr. indkaldelse.

Call	1/93	1/94	2/94	1/95	2/95
Number of producers	80	148	243	184	190

1.3 Støttemodtagerne

De to store kategorier af producenter, der har modtaget støtte under handlingsplanen, er de uafhængige producenter og tv-selskaberne. Nedenstående tabel viser, hvorledes budgetmidlerne er fordelt på disse kategorier, samt deres respektive andel af produktionen af nye 16/9-programmer.

År	1993	1994		1995	
Indkaldelse	1/93	1/94	2/94	1/95	2/95
Udtrykt i ECU	56%	62%	50%	55%	56%
Tv-selskaber					
Producers	44%	38%	50%	45%	44%
Udtrykt i antal timer	63%	78%	55%	73%	73%
TV-selskaber					
Producers	37%	22%	45%	27%	27%

1.3.1. Samlet analyse

Siden programmets igangsættelse har EU-midlerne været ligeligt fordelt mellem tv-selskaber og uafhængige producenter. Fra 1993 til 1995 er gennemsnitlig 55% af midlerne gået til tv-selskaber og 45% til uafhængige producenter, medens 68% af timerne er tildelt tv-selskaberne og 32% de uafhængige producenter. I forbindelse med disse procenter skal det bemærkes, at tv-selskabernes timer hovedsagelig består af remastering og af studie- og sportstransmissioner, for hvilke timetaksterne, som ligger til grund for beregningen af EU-støtten, er meget lavere end for de øvrige programkategorier. De uafhængige producenter producerer til gengæld hovedsagelig programmer med lang levetid, hvor timetaksten er langt højere.

Ovenstående tabel og graf viser, at handlingsplanen siden iværksættelsen har bestået af følgende etaper:

1993-1994 - Igangsætning af de første 16/9-tjenester, som er samfinansieret med 50% af ekstraomkostningerne

Ved den første indkaldelse af forslag (1/93) modtog tv-selskaberne 56% af budgetmidlerne og producerede 63% af programtimerne. Pionerne inden for transmissioner i 16/9-format var allerede parate, og denne første indkaldelse falder sammen med lanceringen af de første 16/9-tjenester, hvor tv-selskaberne havde et umiddelbart behov for 16/9-programmer. De uafhængige producenter fremsendte, på trods af deres beskedne antal (60), ansøgninger vedrørende nogle meget ambitiøse programmer i timemæssig henseende, hvilket er grunden til, at de tegner sig for 37% af programtimerne.

Indkaldelse 1/94 afspejler den øgede anvendelse af de nye 16/9-tjenester. Tv-selskaberne øgede bestræbelserne for at styrke deres stationers identitet og fik brug for en meget stor mængde programmer for at kunne udfylde programfladerne. Denne indkaldelse er derfor domineret af tv-selskaberne, som tegner sig for 78% af programtimerne i deres forsøg på at trænge igennem med 16/9-tjenesterne. Budgettet steg med 67% (19,4 mio. ECU over for 11,6 mio. ved den første indkaldelse), og dermed blev også 68 nye uafhængige producenter repræsenteret på 16/9-markedet.

Ultimo 1994 - Stor tilgang af uafhængige producenter på 16/9-markedet

Indkaldelse 2/94, som havde det største budget af alle forslagsindkaldelserne, betegner et vendepunkt i handlingsplanens gennemførelse. Det var ved denne lejlighed, at de uafhængige producenter i stort antal indfandt sig på 16/9-markedet: der var i alt 220 producenter (dvs. 95 mere end ved den foregående indkaldelse), som tegnede sig for 45% af programtimerne, hvilket er den højeste procent for samtlige indkaldelser. Tv-selskaberne og de uafhængige producenter deltes således ligeligt om budgetmidlerne. Denne indkaldelse var den første, der viste, at der fandtes et reelt pionermarked for de europæiske 16/9-tjenester.

1995 - Igangsætning af 16/9-tjenester på markeder med langsom udvikling (samfinansieret med 80% af ekstraomkostningerne)

På grund af den forskellige teknologiske og økonomiske udvikling på tv-radiospredningsområdet i de forskellige medlemsstater og dermed mangelen

på projekter fra visse af landene, har handlingsplanen ikke fra begyndelsen kunnet dække hele EU-området på en ensartet måde. Men 16/9-formatet skal på længere sigt udbredes i hele EU, herunder i de medlemsstater, der har det laveste potentiale, hvad enten det er på grund af deres sprogs begrænsede udbredelse, eller fordi deres av-industri kun er udbygget i ringe grad. I denne forbindelse var der i Rådets afgørelse forudset en budgetreserve, som stod til rådighed fra 1.1.1995 for "markeder, der ikke betjenes fuldt ud i de første faser af handlingsplanens gennemførelse"¹². Støttegraden på disse markeder er højere end på pionermarkederne: EU-midlerne dækker maksimalt 80% af ekstraomkostningerne ved produktion og remastering.

Indkaldelse 1/95 var den første, hvor 80%-reglen blev anvendt. Modtagerlandene var Italien, Danmark, Grækenland, Irland, Luxembourg, Sverige, Østrig og Finland. Indkaldelse 1/95 gjorde det muligt for producenterne på disse markeder at producere i 16/9-format.

For denne indkaldelses vedkommende var midlerne igen ligeligt fordelt mellem tv-selskaber og producenter. Med hensyn til programtimer tegnede tv-selskaberne sig for 73%. Antallet af tv-selskaber, der ansøgte, steg fra 20 til 42 i løbet af 1995. Denne nye bølge af tv-selskaber, som påbegynder transmission i 16/9-formatet, medfører et stort behov for programmer. Det meget store antal timer, der ansøges om ved denne indkaldelse (16 392 timer, dvs. over 60% mere end ved den foregående indkaldelse), modsvarer de nye tjenesters meget store behov for programmer til de nye markeder.

Ved indkaldelse 2/95 blev 56% af EU-støtten tildelt tv-selskaberne. Fordelingen af timer var den samme som ved den foregående indkaldelse: 73% af timerne for nye programmer blev produceret af tv-selskaberne og 27% af uafhængige producenter.

1.3.2. De uafhængige producenter

Forskelligartetheden med hensyn til producenter afspejler forskelligartetheden inden for det europæiske audiovisuelle miljø. En række af de store navne inden for producentmiljøet optræder regelmæssigt sammen med yngre producenter. Efter handlingsplanens ikrafttrædelse er der dannet en kerne af pionerer, som producerer i 16/9-formatet. Ca. en fjerdedel af de ansøgte timer med nye produktioner i indkaldelse 1/95 stammer fra producenter, som har deltaget i alle indkaldelserne siden begyndelsen i 1993. Denne andel af producenter, der hver gang har ansøgt om støtte under handlingsplanen, er stadig stigende: 11% ved indkaldelse 1/94, 15% ved indkaldelse 2/94. Disse producenter, som altså er indstillet på at forsætte med 16/9-formatet, producerer først og fremmest dokumentarprogrammer og fiktion.

Handlingsplanen er i kraft af den støtte, den yder til opbygningen af varige europæiske av-kataloger, et effektivt instrument for EU's audiovisuelle politik. Av-katalogerne er den europæiske programindustri kapital, og den er specielt vigtig for de uafhængige producenter, som er foregangsmændene inden for den europæiske av-produktion. Da de europæiske producenter

¹² Rådets afgørelse, 12. betragtning.

mangler finansieringskapacitet, er det vigtigt, at produktionerne har en lang levetid, således at producenterne kan sikres indtægter og udvikle deres aktiviteter.

Samtidig med, at 16/9-formatet har reel betydning for etableringen af varige av-kataloger, er det også rent formelt af stor vigtighed for producenter og av-brancefolk generelt. 16/9-formatet skaber en tilnærmelse mellem tv og biograf. Formatet og billedkvaliteten er en æstetisk forbedring af afgørende betydning for fiktion, dokumentarprogrammer og andre programmer, som beskriver den europæiske kulturarv (maleri, arkitektur, musik, dans, historie). Europas kulturarv bliver således fremhævet ved hjælp af de audiovisuelle medier, og EU får en støtte til at udføre den opgave, det har påtaget sig, nemlig at medvirke til at bevare Europas kulturværdier og landenes kulturelle egenart.

1.3.3 Tv-selskaberne

Der er i gennemsnit ca. 30 tv-selskaber, der benytter sig af handlingsplanens "programdel". De deltager i indkaldelserne under handlingsplanen i deres dobbelte egenskab af tv-radiospredningsorgan og producent. For tv-selskaberne er handlingsplanen ikke blot et middel til at opnå produktionsstøtte, men selve dens eksistens er for hele branchen et klart politisk signal om, at fremtiden har en europæisk dimension.

Tv-selskaberne opbygger lidt efter lidt studiefaciliteter, der gør det muligt for dem "in house" at producere et bredt udvalg af studieprogrammer, som udgør en betydelig del af deres programflade og har høje seertal. Desuden er denne type programmer i høj grad bestemmende for en kanals identitet.

1.3.4 16/9-formatets udbredelse i Europa

De uafhængige producenter og tv-selskaberne benytter sig i stigende grad af handlingsplanen for at kunne anvende de nye 16/9-teknologier, som allerede er digitale og således giver en høj kvalitet.

16/9-formatet har medført en europæisk dimension. De selskaber, der udsender i dette format, er nødt til at støtte hinanden, bl.a. ved at lancere deres tjenester sammen og opbygge en ny solidaritet i et miljø, der er stadig er domineret af 4/3-formatet. Sammenslutningen af Pal+-sendere lancerede således 16/9-formatet i Tyskland i 1995. Dækningen af en række store begivenheder, som f.eks. De Olympiske Lege, organiseres på europæisk plan.

Tv-selskaberne og producenterne optræder i stigende grad som egentlige partnere, når det gælder både aktuelle programmer og forberedelse af fremtiden, dvs. for at få skabt et udbud af programmer, som kan gøre det muligt at få udbredt 16/9-formatet. Således er der tale om en reel komplementaritet på det audiovisuelle område. Handlingsplanen har gennem sin pionervirksomhed gjort den europæiske programindustri bevidst om, at det er nødvendigt med en koordineret og massiv indsats for at opnå en egentlig fornyelse. 16/9-tjenesterne er et område, hvor der kun er én vej til succes, og det er den europæiske.

KAPITEL 2 - HANDLINGSPLANENS RESULTATER

2.1. Nye produktioner

2.1.1 Typer af 16/9-programmer

(antal timer med støtte for hver forslagsindkaldelse)

Programtype	1/93	%	1/94	%	2/94	%	1/95	%	2/95	%
Fiktion	165	10	201	8	320	9	391	14	256	13
Dokumentar	193	11	464	19	845	25	650	24	496	24
Tegnefilm	0	0	23	1	19	1	12	0	46	0
Kultur	230	14	312	13	402	12	500	19	297	15
Sport	613	37	471	19	1.001	29	446	16	265	13
Studietransm.	466	28	1.019	40	821	24	729	27	714	35
I alt	1.667	100	2.490	100	3.408	100	2.728	100	2.074	100

Mellem 1993 og 1995 medvirkede handlingsplanen til finansiering af 12 367 timer med nye programmer i 16/9-format, hvoraf ca. halvdelen var programmer med lang levetid (fiktion, dokumentarprogrammer, transmissioner af kulturbegivenheder), 23% sport og 30% studietransmissioner.

De forskellige kategorier har udviklet sig på følgende måde:

Væsentlig stigning inden for dokumentarprogrammer: der er produceret 2 648 timer

Der har været en meget betydelig og regelmæssig stigning i produktionen af dokumentarprogrammer. Antallet af timer for nye programmer er steget fra at udgøre 11% i 1993 til at udgøre 24% ved den sidste indkaldelse; andelen af det samlede antal programtimer er således blevet mere end fordoblet. Dette gennembrud for dokumentarprogrammerne viser, at 16/9-formatet egner sig særlig godt til denne type programmer. Resultatet er i overensstemmelse med målsætningen for EU's audiovisuelle politik, som bl.a. er at tilskynde til opbygningen af audiovisuelle kataloger. Dokumentarprogrammerne indebærer en betydelig merværdi på lang sigt, eftersom deres "levetid" af branchefolkene anslås til at være tyve år. De kan udnyttes på andre markeder end deres oprindelsesmarked (eftersynkronisering kan let foretages) og¹³ overføres til andre medier (CD-ROM, multimedier, videokassetter).

¹³ Jf. Industry survey i "TV WORLD" fra september 1995, s. 10

Det skal bemærkes, at på verdensmarkedet er denne programtype i hurtig vækst¹³, og at blandt de europæiske tv-selskaber er det 16/9-kanalerne, der udsender de fleste dokumentarprogrammer¹⁴.

Støt fremgang inden for fiktion: der er produceret 1 333 timer

Fiktionen har også styrket sin position og udgjorde ved den sidste indkaldelse 13% af det samlede antal timer af nye produktioner finansieret over handlingsplanen, mod 10% ved den første indkaldelse. Fiktion er den programtype, hvor produktionsprisen pr. time er højest og produktionstiden længst.

Fiktion i 16/9-format indtager en meget væsentlig stilling i de europæiske programkataloger. En række fiktionsprogrammer, der er finansieret med støtte fra handlingsplanen, er blevet meget populære i deres oprindelsesland og bliver det mere og mere i resten af EU. Der kan nævnes to eksempler:

De ugentlige afsnit af *Tatort* er efterhånden blevet en begivenhed i sig selv i Tyskland. TV-serien, der sendes på Tyskland 1 (ARD), opnår hver søndag aften seertal på mellem 25% og 35%, dvs. at 8-9 mio. seere følger den. Serien sendes nu også på andre europæiske kanaler. Den omstændighed, at den produceres i 16/9-format tiltrækker instruktører fra filmverdenen, ligesom tv-teknikerne (f.eks. kamerafolk og cheffotografer) får mulighed for at arbejde med biografformat). I Frankrig er serien *Maigret* meget populær, og fiktionsværker som *La rivière Espérance* og *L'Allé du Roi* opnåede meget store seertal.

Støt andel for kulturbegivenheder: der er produceret 1 741 timer

Andelen af timer med kulturbegivenheder (opera, koncert, ballet, shows, cirkus) har ved hver indkaldelse holdt sig på ca. 15%. Anvendelsen af 16/9-formatet er af afgørende betydning for disse programmers æstetiske og kulturelle kvalitet. Tre fjerdedele af kulturbegivenhederne i 1995 blev produceret af tv-selskaber. En fjerdedel blev produceret af uafhængige producenter, som har specialiseret sig i denne type programmer og som har meget tæt forbindelse til forskellige tv-selskaber, med hvilke de planlægger og gennemfører deres produktioner.

¹⁴ jf. "Broadcasting & Cable International" fra oktober 1995, s. 50.
Documentary output (%) on European Channels 1993-1994
(november 1994): Channel Four (UK) 10.18%, ARD (D) 6.92%, ZDF (D) 7%.

Fortsat stor andel for studietransmissioner : der er produceret 3 749 timer

Studietransmissioner har repræsenteret en meget stor del af tv-selskabernes behov for programmer i 16/9-format. Studietransmissionerne (konkurrencer, direkte udsendelser med publikum mv.) har flere funktioner: de kan anvendes til hurtigt at udfylde en programflade, de kan sikre høje seertal og, hvad der er nøglen til succes set ud fra både kanalens, publikums og annoncørernes synspunkt: de giver kanalen dens image og identitet.

Stor andel, men nedgang, for sport: der er produceret 2 796 timer

Antallet af timer for sport er faldet konstant siden 1993: andelen af det samlede antal timer var 37% i 1993 og 13% ved den seneste indkaldelse. Men denne nedgang må ikke fortolkes således, at der er et mindre behov for sport på programfladen. Sporten er et af de mest interessante elementer for en tv-kanal og retransmissioner er uhyre vigtige, når det gælder markedsandele. Endvidere følges store sportsbegivenheder som De Olympiske Lege trofast af et publikum, som normalt er langt mindre interesseret i sport i tv. Legene er desuden en anledning, hvor branchefolkene regner med, at der vil ske en større udskiftning af tv-apparater.

Tegnefilm er så godt som ikke repræsenteret: der er produceret 100 timer

1% af programtimerne ved hver indkaldelse omfatter tegnefilm.

Som helhed producerer tv-selskaberne programmer med meget kort levetid, medens de uafhængige producenter producerer programmer med lang levetid

- 70% af de programmer, der produceres af tv-selskaberne er programmer med kort levetid - dvs. studietransmissioner eller sport. De resterende 30% fordeler sig på kultur-, dokumentar- og fiktionsprogrammer.
- 85% af de programmer, der produceres af de uafhængige producenter, er dokumentar- og fiktionsprogrammer, dvs. katalogværker. Resten af den uafhængige produktion er kulturbegivenheder.

2.1.2 Programmernes fordeling efter produktionsformat

(antal timer med støtte pr. forslagsindkaldelse)

Format	1/93	%	1/94	%	2/94	%	1/95	%	2/95	%
Super 16	197	12	259	10	393	11	365	13	293	14
35 mm	74	4	60	3	134	4	83	3	21	1
video 625	698	42	1.756	70	2.034	60	2.092	77	1.284	62
video 1250	698	42	415	17	847	25	188	7	476	23
I	1.667	100	2.490	100	3.408	100	2.728	100	2.074	100

I forbindelse med tildelingen af EU-støtten skelnes der mellem fire produktionsformater. To af dem er filmmedier, nemlig 35 mm, som er biografformatet, og super 16 mm, som hovedsagelig anvendes til tv. De to andre er videomedier: video i 625 linjer til traditionelle videooptagelser og i 1250 linjer til højopløsnings-tv. Ved at inddrage disse fire produktionsformater dækker handlingsplanen således alle aspekter af tv-produktion.

35 mm har toppet: 372 timer

I forhold til de øvrige formater udgør 35 mm gennemsnitlig maksimalt 3%. Formatet er således kun lidt anvendt inden for den europæiske tv-produktion. Det er meget kostbart, men er fortsat det foretrukne medie i forbindelse med visse fiktionsprogrammer og prestigepregede dokumentarprogrammer. I 1995 blev 90% af timerne i 35 mm produceret af uafhængige producenter og 10% af tv-selskaber.

Super 16 mm er i fremgang: 1 507 timer

Formatet tegnede sig for 12% ved den første indkaldelse, og er nu nået op på 14%. Formatet skaber tilnærmelse mellem biograf og tv, og bliver i stigende grad det typiske format inden for europæiske film beregnet for tv. I 1995 blev 54% af timerne i super 16 produceret af uafhængige producenter, og fordelingen er således mere ligevægtig end tilfældet er med 35 mm. De 46%, der er produceret af tv-selskaber, udgøres hovedsagelig af dokumentarprogrammer og fiktion.

Video 625 dominerer: 7 864 timer

Det er klart dette format, der dominerer inden for 16/9-produktionen. 625 anvendes af hovedparten af tv-selskaberne: I 1995 blev 80% af timerne i video 625 produceret af tv-selskaberne. De resterende 20% er produceret af de uafhængige producenter, som anvender formatet til lettere produktioner, f.eks. serier.

Højopløsningsformatet (video 1250) er i tilbagegang: 2 624 timer

Med en andel, der er faldet fra 42% i 1993 til 23% ultimo 1995, har der været tale om en betydelig nedgang for højopløsningsformatet (HD) i forhold til det samlede antal timer, der er støttet under handlingsplanen. Video 1250 er det foretrukne format til sportstransmissioner på højt niveau (De Olympiske Lege, verdensmesterskaber), kulturbegivenheder og dokumentarprogrammer. HD anvendes til transmissioner, når dækningen af en begivenhed kræver flere kameraer, eftersom video gør det muligt at foretage en hurtig billedkontrol. Desuden er den æstetiske kvalitet (den realistiske billed- og farvegengivelse) i kombination med transmissionen i 16/9-formatet årsag til, at de nævnte prestigeprogrammer produceres i dette format.

Hvad angår dokumentarprogrammer, producerer tv-selskaberne mest programmer af mellemlang varighed, medens de uafhængige producenter foretrækker at producere ambitiøse serier af lang varighed, omhandlende kulturelle emner som f.eks. musik og kunst. Dette forklarer, hvorfor 60% af HD-timerne i 1995 blev produceret af uafhængige producenter.

2.2. Remastering

Remastering består i at overføre programmer fra ét medium til et andet, således at det kan udsendes i 16/9-formatet; dette foretages især i forbindelse med biograffilm. På det tidspunkt, hvor 16/9-tjenesterne blev lanceret, indebar remastering af film to fordele. Den gjorde det muligt hurtigt at udfylde programfladen og til en pris, der er langt lavere, end hvis der er tale om nye produktioner, ligesom processen kan gennemføres meget hurtigt på grundlag af en kopi af god kvalitet.

Ved lanceringen af 16/9-tjenesterne medførte de investeringer, tv-selskaberne havde foretaget, at de måtte fordele deres indsats på flere områder. Medens tv-kanalerne skulle opbygge studier og bestille programmer hos de uafhængige producenter, var der to kategorier af programmer, som er højt værdsat af publikum, der satte dem i stand til hurtigt at udfylde programfladen uden tv-studiernes medvirken, nemlig remasterede film og sportstransmissioner.

Efterhånden som 16/9-markedet udvikler sig, opbygges der et europæisk 16/9-katalog, og antallet af programmer i formatet vokser. Disse samme programmers cirkulation mellem de forskellige 16/9-tjenester i EU er med til at øge udbuddet. Efterspørgslen efter remastering må derfor nødvendigvis falde.

Hovedparten af remastering'en foretages på digitalt medium, hvilket er med til at forbedre den tekniske kvalitet. Remastering er således et middel til at forlænge levetiden for de europæiske filmkataloger.

Udviklingen i remastering siden iværksættelsen af handlingsplanen

Siden iværksættelsen af handlingsplanen er der foretaget konvertering af i alt 7 422 programtimer.

Mio. ECU

Indkaldelse	1/93	%	1/94	%	2/94	%	1/95	%	2/95	%
Nye produktioner	10.2	88	16.7	86	30	91	15.7	87	11.8	94
Remastering	1.4	12	2.7	14	3	9	2.4	13	0.7	6

Antal timer

Indkaldelse	1/93	%	1/94	%	2/94	%	1/95	%	2/95	%
Nye produktioner	1.667	57	2.490	55	3.408	60	2.728	67	2.074	81
Remastering	1.269	43	2.065	45	2.240	40	1.371	33	477	19

Budgettet til konvertering følger den generelle udvikling i forslagsindkaldelserne, og den andel af det samlede budget, der var blevet tildelt konvertering, udgjorde pr. 31. december 1995 10,7%.

2. 3. Professionelt udstyr

Transmissionsudstyret er fortsat i vid udstrækning domineret af 4/3-formatet, og der er kun få kanaler, der har et komplet 16/9-udstyr. Branchen udskifter lidt efter lidt udstyret fra 4/4 til 16/9, og den er begyndt med at udskifte kameraerne: 50% af de solgte professionelle kameraer er nu omstillelige mellem 4/3 og 16/9. Denne tendens medfører et prisfald, som igen virker salgsfremmende. Markedsandelen for 16/9-kameraer pr. ultimo 1995 er gennemsnitlig 10%-15% for det europæiske marked som helhed og maksimalt 30% i de mest avancerede lande.

Fordelingen af video 625-udstyr i EU fremgår af nedenstående tabel ¹⁵.

	F	D	UK	E	NL	B	GR	IRL
Studier	4	15	4	0	7	6	3	3
OB-vogne	12	2	1	9	7	4	0	0
Studie-/OB-kameraer	90	85	30	11	75	40	21	8
ENG-kameraer	15	?	5	7	10	?	13	6
Montage	10		5	5	12	5	0	4

¹⁵ '16-9 equipment', Widerview conference, 6/12/1995, Bruxelles.

KONKLUSIONER

Udbygning af de audiovisuelle kataloger

I løbet af to og et halvt år har handlingsplanen medfinansieret 19 789 programtimer med i alt 94,6 mio. ECU. Af dette antal timer dækker de 7 422 remastering og 12 367 nye produktioner. Inden for nye produktioner dækker de 2 648 timer dokumentarprogrammer, 1 333 timer fiktion og 1 741 kulturbegivenheder. Disse produktioner med lang levetid er et vigtigt bidrag til de europæiske audiovisuelle kataloger, som er programindustriens kapital. Det bekræftes således, at de uafhængige producenter spiller en central rolle ved opbygningen af kataloger. 16/9-formatet er for dem reel og formel forudsætning for en kvalitetsproduktion.

En generel udbredelse af 16/9-tjenesterne på europæisk plan forudsætter, at der etableres 16/9-tjenester på de mindre udviklede markeder. I 1995 blev handlingsplanens budgetreserve anvendt til dette formål. Processen med at skabe et tilstrækkeligt udbud af programmer og opbygge et programkatalog er langvarig, og de uafhængige producenter har brug for tid til at tilpasse sig. Handlingsplanen følger med denne udvikling og støtter dem i overgangsfasen. Ved hjælp af den programdatabase, der er etableret i forbindelse med handlingsplanen, er man ved at afslutte udarbejdelsen af et europæisk katalog over 16/9-programmer, som vil være tilgængeligt på *World Wide Web* via Europa-Kommissionens server *Europa*.

Partnerskab for en udvikling af 16/9-formatet

Dynamikken i handlingsplanen bevirker, at tv-selskaber og producenter er nødt til at samarbejde som partnere omkring 16/9-formatet, idet de gennem dette samarbejde må skabe et reelt udbud af programmer, som kan føre til udbredelsen af 16/9-formatet på europæisk plan. Efter de første to og et halvt år kan det konstateres, at budgetmidlerne fra handlingsplanen er fordelt ligeligt mellem tv-selskaber og producenter: 55% er tildelt tv-selskaberne og 45% producenterne, medens 68% af timerne vedrører tv-selskaberne og 32% de uafhængige producenter. TV-selskaberne tegner sig for størstedelen af konverteringerne og producerer programmer af meget kort levetid, som understreger deres kanalers identitet. Ved hjælp af en sådan identitet kan de tiltrække sig et fast publikum, som måske endnu ikke er blevet tiltrukket på grund af andre programtyper.

Programindustrien investerer i fremtiden på europæisk plan

Takket være handlingsplanen er programindustrien blevet bevidst om, at det er nødvendigt med en koordineret og massiv indsats for at forny udstyret og bringe metoderne inden for branchen up to date. Og handlingsplanen har haft endnu en virkning: de europæiske producenter er nu klar over, at der skal investeres i fremtiden på europæisk plan. Hvis der stilles spørgsmålstejn ved handlingsplanens berettigelse, vil dette af hele sektoren blive opfattet som en nedvurdering af den indsats, der er gjort hidtil, og også af de grundlæggende principper for planen. Et for begrænset budget ville bremse, for ikke at sige standse, indførelsen af 16/9-tjenester på de markeder, der halter bagefter i udvikling, ligesom det ville være til skade for de igangværende projekter.

GENEREL KONKLUSIONER

International konkurrence og innovation

Den europæiske audiovisuelle industri er stillet over for den internationale konkurrence. Hertil kommer den konstante udfordring i form af teknologiske nyskabelser. For det er disse nyskabelser, der gør det muligt for industrien at forblive konkurrencedygtig. Den audiovisuelle industri må derfor til stadighed forberede sin egen fremtid. Den igangværende digitale revolution forøger sektorens effektivitet, selv om den er i færd med at ændre de traditionelle transmissionsmåder. Et af de første resultater er de mange nye kanaler.

Den udfordring, som den audiovisuelle industri, står over for, er derfor tosidig: industrien skal moderniseres, samtidig med at den skal udbygges. I denne forbindelse er det af afgørende betydning, at der gøres en indsats for at tilpasse industrien til fremtiden på en samordnet måde. Formålet er at opnå den europæiske dimension, som er nødvendig for at sikre, at den europæiske audiovisuelle industri kan gøre sig gældende i konkurrencen på verdensmarkedet.

Integrering af de nye teknologier i den europæiske av-industri

Formålet med handlingsplanen er at skabe en kritisk masse af avancerede tv-tjenester. Dette betyder, at av-industrien skal overskride en tærskel, hvorefter den vil få en selvstændig dynamik, der vil føre til, at 16/9-tjenesterne bliver almindelig udbredt på europæisk plan. På nuværende tidspunkt er den kritiske masse af 16/9-tjenester ikke nået.

16/9 er fremtidens format, og dette er formelt fastslået på EU-plan gennem direktivet af oktober 1995 om transmissionsstandarder¹⁶. De branchefolk, der arbejder med 16/9-formatet må derfor operere med en langsigtet strategi, når det gælder erhvervet som helhed, opbygningen af audiovisuelle kataloger og tv generelt.

Anvendelsen af 16/9-formatet indgår som en del af en mere omfattende udfordring, nemlig at få de nye teknologier integreret i den europæiske audiovisuelle industri, som formatet bidrager til at fremme. Digitalt tv er ikke længere fremtid, men nutid, og da 16/9-formatet er neutralt med hensyn til transmissionsstandarder, giver det adgang til anvendelse af nye teknologier på europæisk plan.

¹⁶ Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 95/47/EF af 24. oktober 1995 om standarder for transmission af tv-signaler, EFT L 281 af 23.11.1995.

BILAG 1

Figur 1A

Transmissionsomkostninger

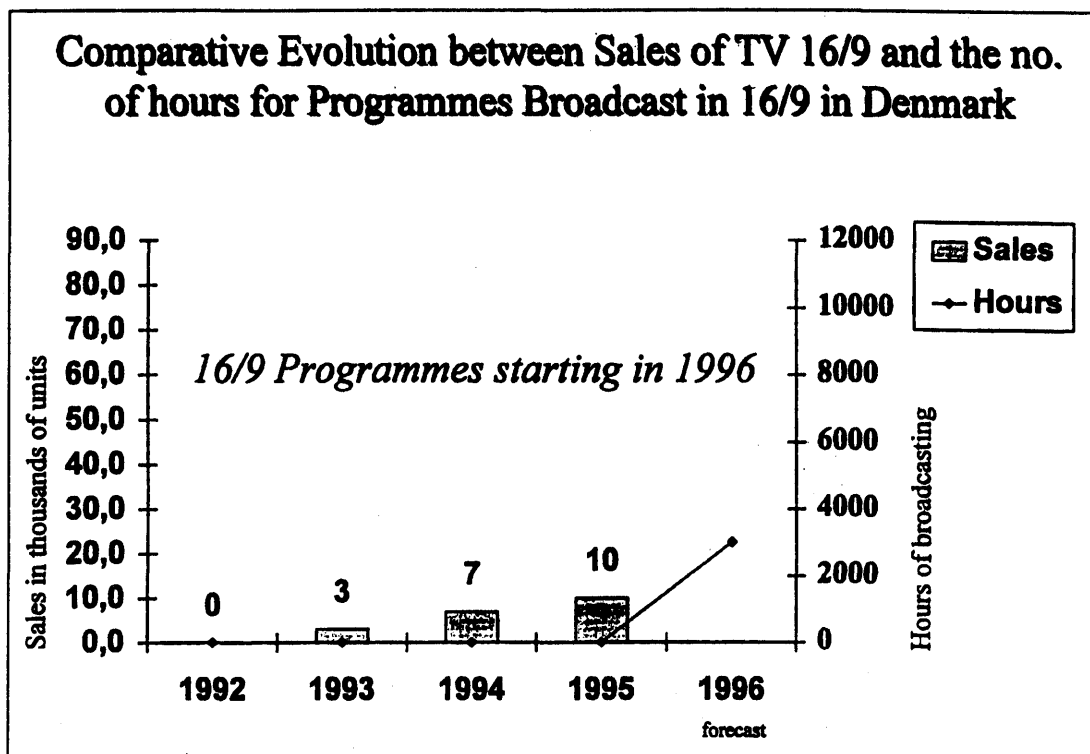
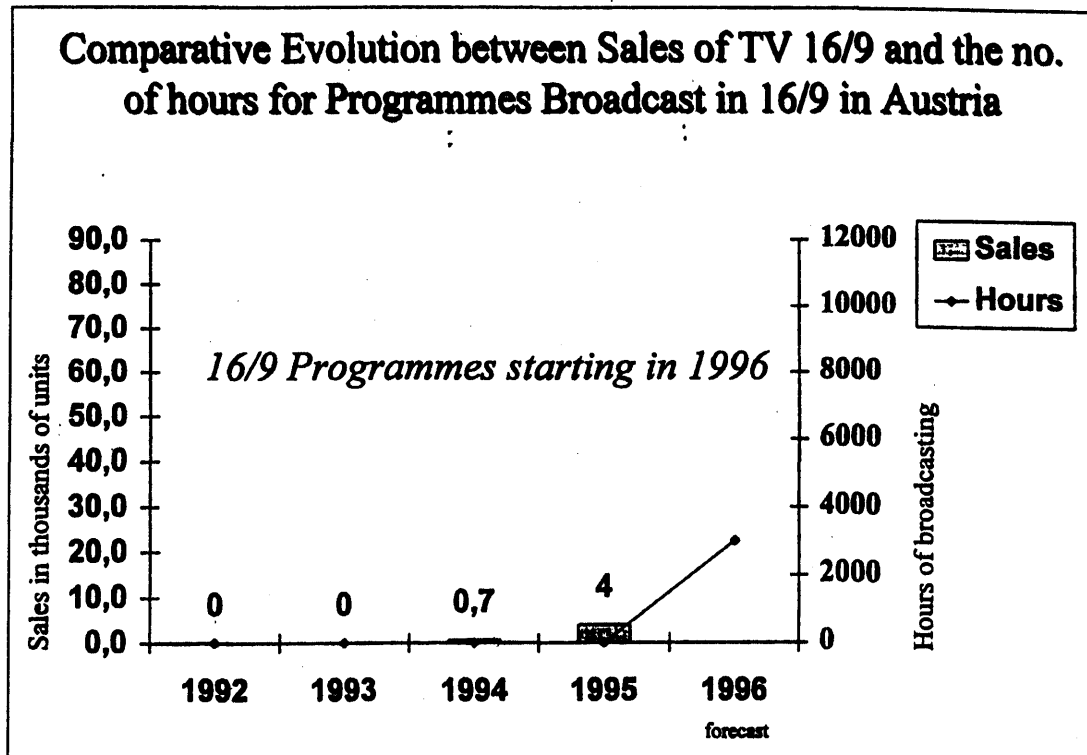
	Fast sats (ECU pr. time)
Første 50 timer	6 000
Fra de første 50 timer	2 500

Figur 1B

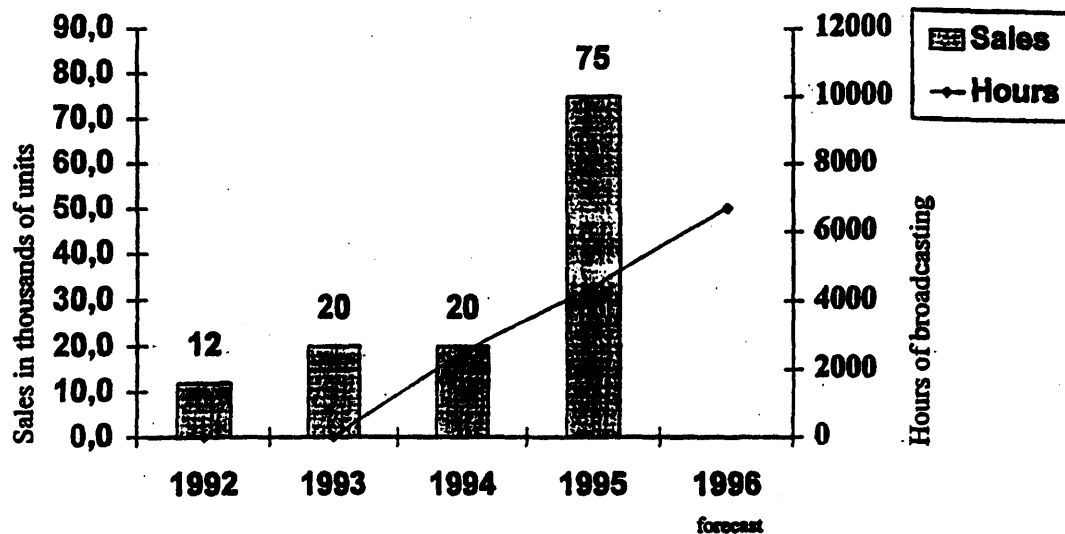
Reviderede programproduktionsomkostninger

Programtyper	Fast sats (ECU pr. time)
"Remasterede" programmer fra eksisterende materiale, egnet til transmission i 16:9 og i 625 linjer	3 000
"Remasterede" programmer fra eksisterende materiale, egnet til transmission i 16:9 og i 1 250 linjer	5 000
Super 16 mm	12 000
Videoprogrammer i 16:9 og 625 linjer	
a) programmer med lang levetid	12 000
b) programmer med kort levetid, 1 til 20 timer	12 000
21. time og derefter	6 000
35 mm produktion	30 000
HD-videoproduktion (1 250 linjer)	
a) programmer med lang levetid	60 000
b) programmer med kort levetid, 1 til 20 timer	20 000
21. time og derefter	10 000

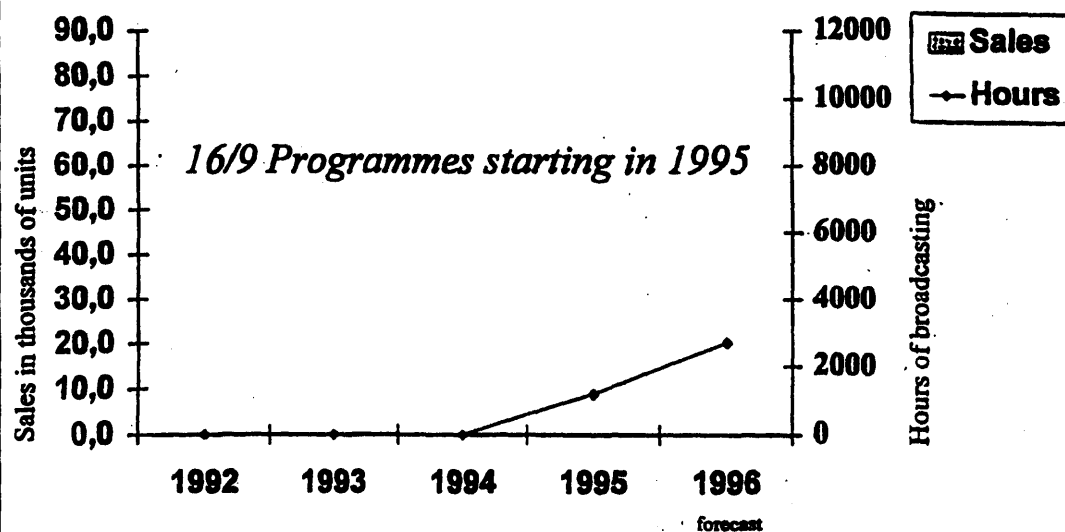
ANNEX 2

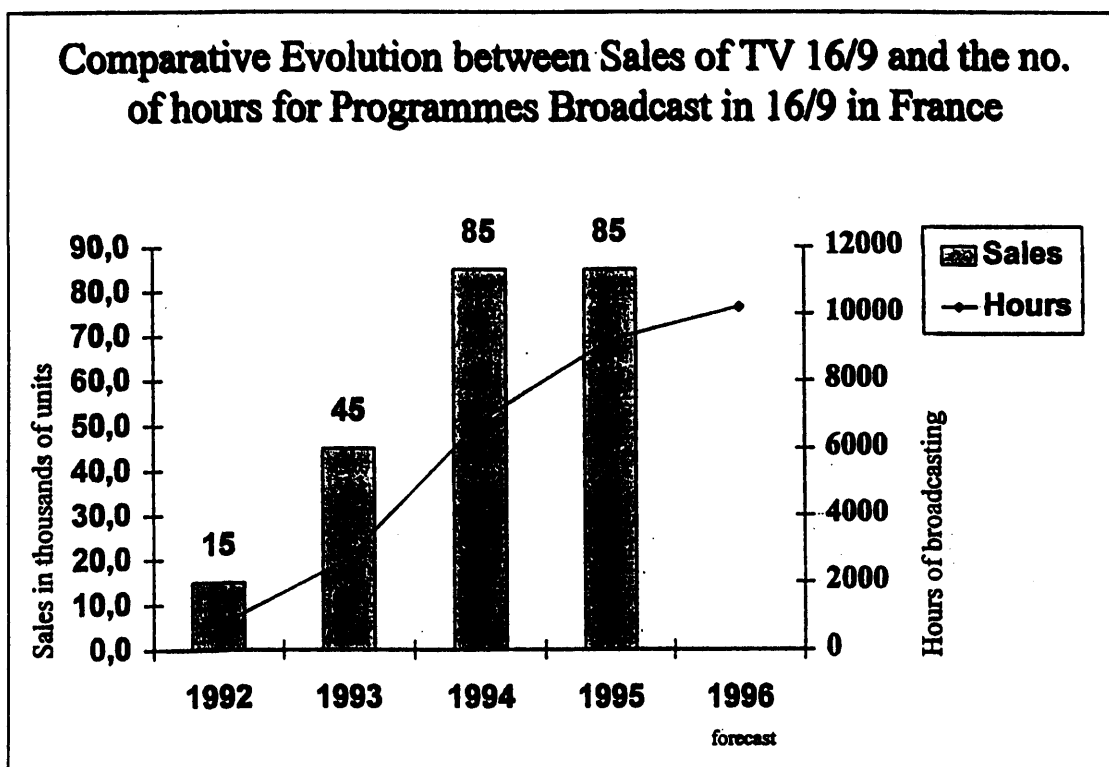
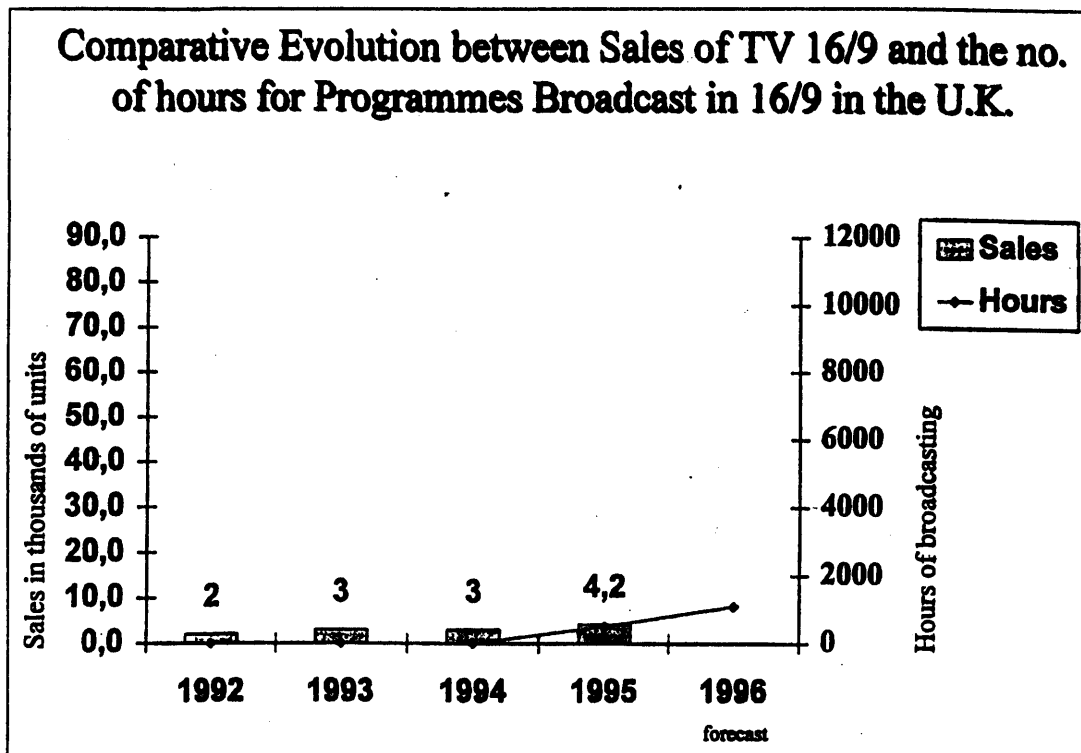


Comparative Evolution between Sales of TV 16/9 and the no. of hours for Programmes Broadcast in 16/9 in Germany

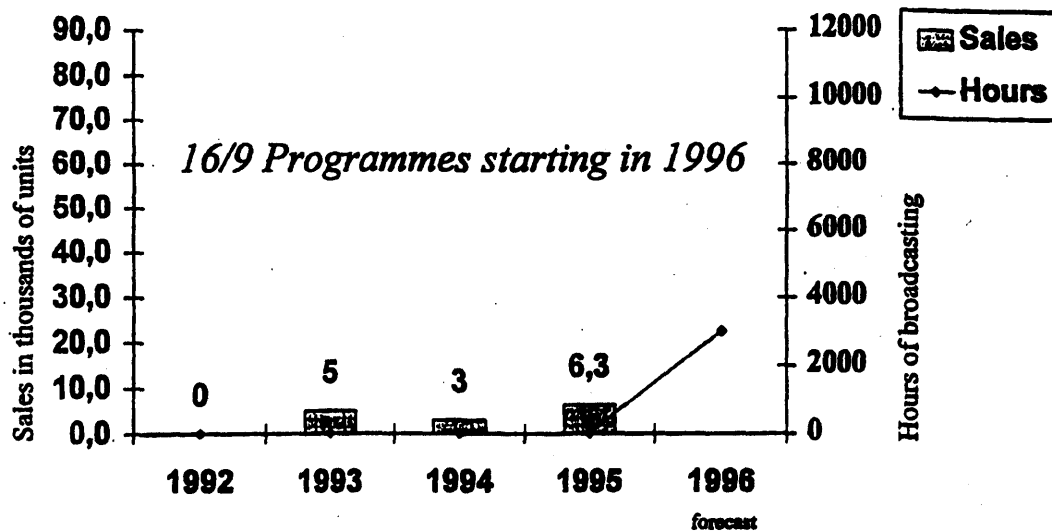


Comparative Evolution between Sales of TV 16/9 and the no. of hours for Programmes Broadcast in 16/9 in Greece

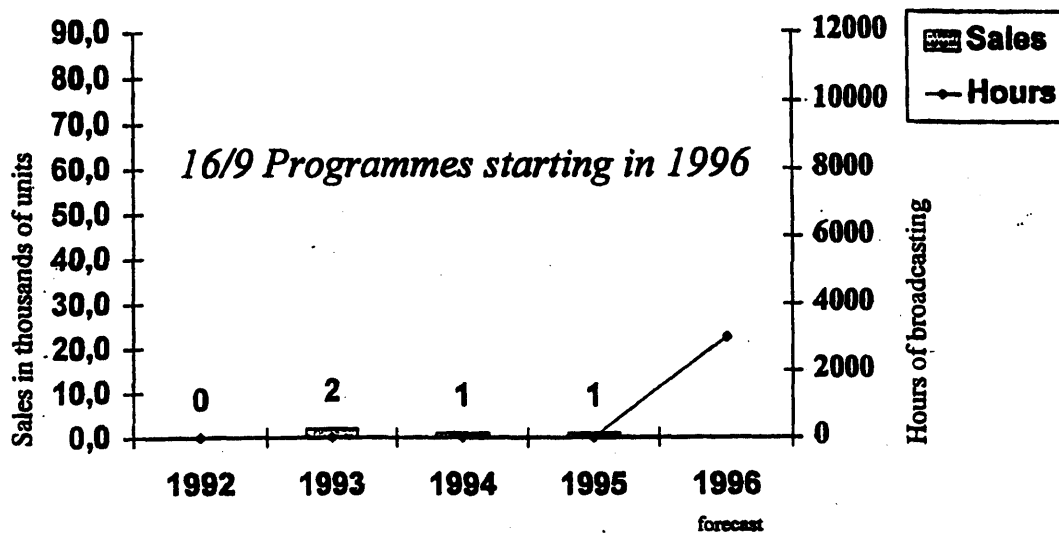




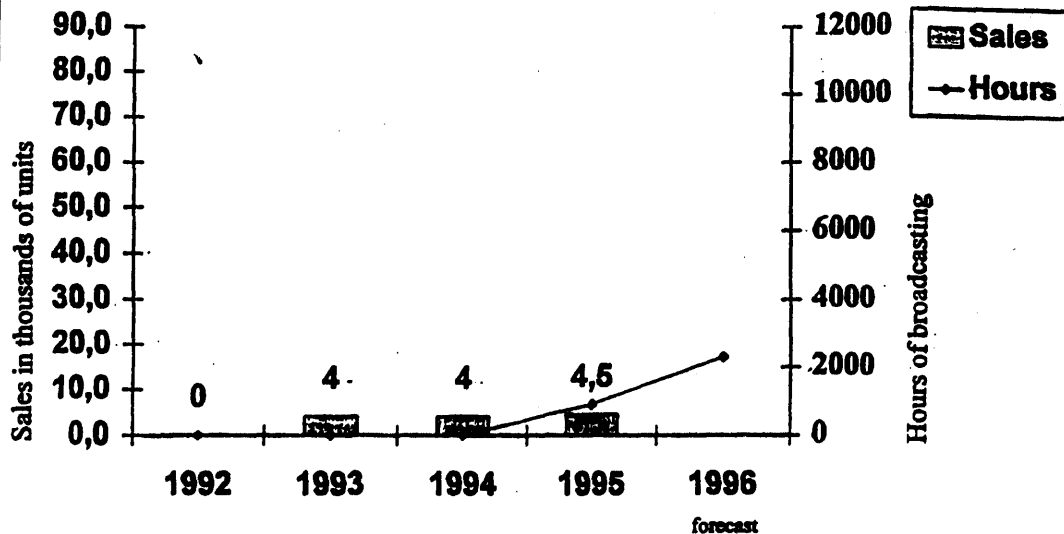
Comparative Evolution between Sales of TV 16/9 and the no. of hours for Programmes Broadcast in 16/9 in Italy



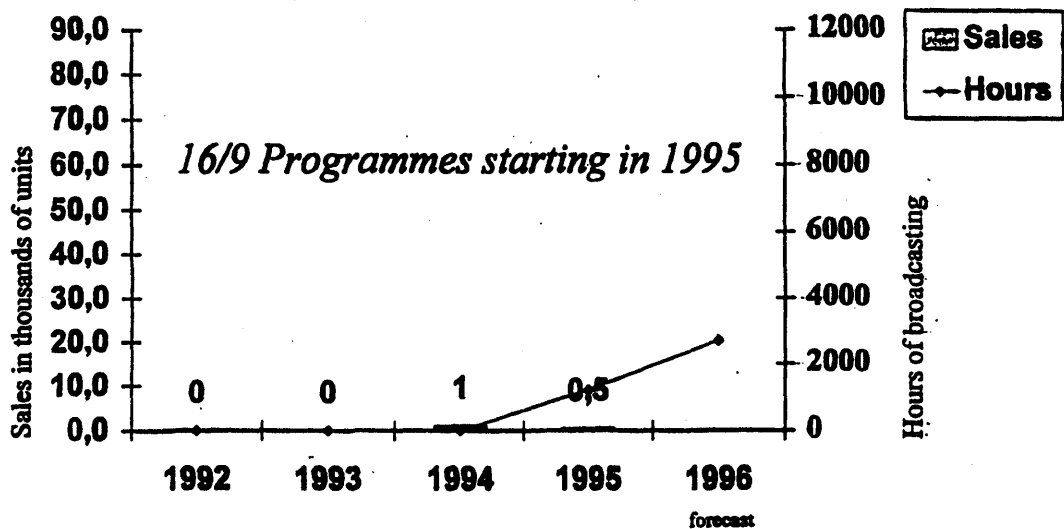
Comparative Evolution between Sales of TV 16/9 and the no. of hours for Programmes Broadcast in 16/9 in Portugal



Comparative Evolution between Sales of TV 16/9 and the no. of hours for Programmes Broadcast in 16/9 in Spain



Comparative Evolution between Sales of TV 16/9 and the no. of hours for Programmes Broadcast in 16/9 in Sweden



ISSN 0254-1459

KOM(96) 346 endelig udg.

DOKUMENTER

DA

16 15

Katalognummer : CB-CO-96-345-DA-C

ISBN 92-78-06629-X

Kontoret for De Europæiske Fællesskabers Officielle Publikationer
L-2985 Luxembourg