



KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER

Bruxelles, den 13.07.1998
KOM(1998) 441 endelig udg.

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

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

Fælles Introduktion	5
FÆLLES SAMMENDRAG	7
DEL A: TRANSMISSION	11
1. Administration af handlingsplanen	11
1.1. Forslagsindkaldelse 96/1	11
1.2. Forslagsindkaldelse 97/1	15
1.3. Evalueringsmetodologi	19
1.4. Forslagsindkaldelse 96/1 og 97/1: videreudbygning af tidligere aktiviteter	19
2. Markedseffekt	22
2.1. Salg af tv-apparater i 16:9-format	22
2.2. Indførelsen af digitale tv-tjenester og 16:9 - første fase	23
3. Fremtidsudsigterne for 16:9	25
3.1. Anden fase af digitalt tv og 16:9	25
3.2. Digital Versatile Disk	26
3.3. Fodboldverdensmesterskaber i 16:9	27
3.4. Internationale sammenligninger	27
3.5. Handlingsplanen takker af	28
DEL B: PRODUKTION	31
4. indledning	31
4.1. Handlingsplanen - et fællesskabsinstrument for den audiovisuelle sektor	31
4.2. Markedet for 16/9-format	31
4.3. Handlingsplanen - en integrerende del af EU's audiovisuelle politik	32
4.4. Handlingsplanens dækningsområde	32
5. Handlingsplanen for 16/9-format fra 1993-1997	33
5.1. Samlede resultater udtrykt i ECU og timer:	33
5.2. Modtagne forslag (produktions- og remasteringprojekter)	34
5.3. Støttemodtagerne	35
6. Handlingsplanens resultater	40
6.1. Nye produktioner	40
6.2. Remastering	44
7. Konklusioner - Produktion	45
7.1. Udbygning af de audiovisuelle kataloger	45
7.2. Partnerskab med henblik på en dynamisk udvikling af 16/9-formatet	46
7.3. Programindustrien investerer i fremtiden på europæisk plan	46
7.4. International konkurrence og innovation	46
7.5. Integrering af de nye teknologier i den europæiske av-industri	46

FÆLLES INTRODUKTION

Handlingsplanen for indførelse af avancerede tv-tjenester i Europa blev fastsat ved Rådets beslutning af 22. juli 1993¹ og havde til formål at fremme udviklingen af markedet for avancerede tv-tjenester i Europa, der anvender bredskærmsformatet 16:9.

Fremgangsmåden består i at fremme tv-transmissions- og programproduktions-elementerne i merværdikæden, så de forskellige aktører og elementer i tv-tjenestekæden, der kræves for at levere tjenester i 16:9-bredskærmsformat til husholdningerne kan falde på plads. Det er en forudsætning for at opnå en hurtig udvikling af markedet for 16:9-bredformatet. I perioden medio-1993 til medio-1997 var der afsat fællesskabsmidler på op til 228 mio. ECU, som skulle bidrage til at dække de ekstra omkostninger ved indførelse af 16:9-formatet. Tv-selskaber og programproducenter kunne søge om finansiering gennem forslagsindkaldelser.

Ifølge beslutningen om handlingsplanen skal der hvert år forelægges en rapport for Rådet, Europa-Parlamentet og Det Økonomiske og Sociale Udvalg om det foregående års aktiviteter². Denne meddelelse forelægger rapporten for 1996 og 1997.

Årsrapporten fokuserer derfor på aktiviteterne i 1996 og 1997 og på gennemførelsen af handlingsplanens mål. Første sektion omhandler transmissionsdelen (budgetpost B3-2014 - administreret af GD XIII) og anden sektion omhandler programproduktionsdelen (budgetpost B3-2013 - administreret af GD X). Aktiviteter frem til udgangen af 1995 er omtalt i tidligere rapporter³.

Dette er den sidste årlige rapport om aktiviteter, der er gennemført under den 4-årige handlingsplan. Kommissionen offentliggør en evaluering i 1999, efter at handlingsplanen er fuldført i december 1998. Evalueringsrapporten vurderer handlingsplanens indvirkning på markedet og de berørte sektorer.

¹ 93/424/EØF, EFT L 196 af 5.8.93, s. 48.

² *Ibid.*, artikel 6.

³ KOM(95) 263 endelig udg., 16.06.95; KOM(96) 346 endelig udg., 26.07.96

Endelige årlige rapport

om gennemførelsen af handlingsplanen for indførelse af avancerede tv-tjenester i Europa

FÆLLES SAMMENDRAG

Transmission

Effekt

I de sidste to år af handlingsplanens aktive levetid oplevede markedet for tv-apparater i 16:9-formatet kraftig vækst. Salget af bredformatapparater firdobledes fra 220 000 i 1995 til omkring 800 000 i 1997. Antallet af installerede tv-apparater i dette format var nået op på ca. 2 mio. enheder ved udgangen af 1997. Bredformatet er mest udbredt i markeder, som startede tv-transmissioner i dette format på et tidligt stadie, nemlig Frankrig, Tyskland, Belgien, Holland.

I Europa startede de digitale tv-tjenester, herunder transmissioner i 16:9-formatet, i 1996. Da den første bølge af digitale tv-tjenester for det meste er betalingstv-pakker, leveres tjenesterne gennem dekodere til eksisterende tv-apparater. Uden en kritisk masse af 16:9-apparater, ville betalingstv-operatørerne ikke have nogen særlig tilskyndelse til at inkludere 16:9-transmissioner. I de medlemsstater, hvor tv-selskaberne har benyttet lejligheden til at opbygge en kritisk masse af 16:9-apparater med henblik på de digitale tjenesters indførelse, har handlingsplanen bevirket, at markedet kan levere tjenester i bredformatet. Overlappningen i profilerne på betalingstv-abonnenter og købere af 16:9-apparater antyder, at sammenfaldet mellem markederne for digitalt tv og 16:9-formatet er ved at være en realitet. 16:9-formatet står for at ride på toppen af den digitale bølge.

Produktion

Handlingsplanens programproduktionsdel støttede 16 tv-selskaber og bidrog til transmission af 9 900 programtimer gennem forslagsindkaldelse 96/1 og 97/1. Skarpt reducerede budgetter betød at det samlede timer antal var betydeligt lavere end i 1995, hvor handlingsplanen støttede ca. 21 000 timer. Størstedelen af handlingsplanens programtimer (66%) blev tildelt til de såkaldt sent-startende markeder, dvs. dem uden nationale tjenester i 16:9-formatet pr. 1.1.95. Kommissionen afsatte de begrænsede midler, der kunne tildeles i 50%-kategorien, til tv-selskaber i medlemsstater, hvor 16:9-markedet fortsat var blokeret, enten på grund af for få tjenester i 16:9-formatet eller fordi tv-selskaberne afventede digitale tjenesters indførelse inden de begyndte at transmittere i 16:9-formatet.

Ved handlingsplanens udløb var tv-selskaber i alle medlemsstater blevet involveret. Finland var den sidste medlemsstat uden tjenester i 16:9-formatet⁴, men det første finske tv-selskab startede transmissioner efter forslagsindkaldelse 96/1, og flere sluttede sig til efter forslagsindkaldelse 97/1. I kraft af de sidste to forslagsindkaldelser kunne nye tjenester finansieres i Italien, Storbritannien, Holland, Belgien og Portugal.

Programproduktion

Handlingsplanens produktionsdel finansierede 5 633 timer med programmer i 16:9-format gennem forslagsindkaldelse 96/1 og 97/1. Cirka 80% af disse var nye produktioner og 20% var remasterede 16:9-udgaver af eksisterende programmer. Det jævnt faldende antal timer til remastering (i 1994 udgjorde remastering 40% af de samlede programtimer) indebærer, at flertallet af landene med 50% og 80% finansiering har fokuseret på nye produktioner i stedet for remastering, som typisk benyttes af tv-selskaber, der lige er begyndt at transmittere i bredformatet. Overgangen fra remastering af eksisterende programmer til produktion af nye programmer i 16:9-formatet er et opmuntrende tegn på 16:9-formatets succes og på, at det har vundet indpas hos producenter og tv-selskaber.

⁴ Luxembourg har intet nationalt tv-selskab, som transmitterer i 16:9-format, men der er adgang til andre landes tjenester i 16:9-format pr. kabel, satellit eller jordstation.

Den kraftige vækst i 1996 og 1997 både antallet af forslag og af ansøgere viste desuden i hvor høj grad handlingsplanen har øget uafhængige europæiske producenters og tv-selskabers opmærksomhed på udviklingen. Efter forslagsindkaldelse 96/1 og 97/1 søgte producenterne om i alt ca. 46 000 programtimer, mens det tilsvarende antal timer, der blev ansøgt om under de fem foregående forslagsindkaldelser fra 1993 og frem til 1995 androg 43 000. Tallene viser, at handlingsplanen har været et signal til den europæiske programproduktionsindustri om at vågne op og forny sig, og har gjort industrien opmærksom på, at de digitale markeders indførelse måtte forberedes, da de vil kræve et jævnt voksende antal programmer i 16:9-formatet.

Det må desuden fremhæves, at de to sidste forslagsindkaldelser finansierede over 3 000 timer af lagerprogrammer, og dermed gav de europæiske av-kataloger et stort skub frem. Av-kataloger udgør programproduktionsindustriens vigtigste aktiv.

DEL A: TRANSMISSION

1. ADMINISTRATION AF HANDLESPLANEN

I den periode, rapporten omhandler, blev der foretaget to fælles forslagsindkaldelser for transmission og programproduktion, forslagsindkaldelse 96/1 og 97/1. Transmissionsdelen af disse to indkaldelser gennemgås nedenfor.

Som med forslagsindkaldelse 95/1 og 95/3 kunne tv-selskaber i medlemsstater uden 16:9-tjenester eller med begrænset 16:9-dækning, opnå finansiering til en højere sats - 80% af grundsatsen pr. time - frem for 50%. I Rådets beslutning afsattes 68 mio. ECU til disse senere startede markeder til tildeling efter den 1.1.95. Den faste timesats, som udbetaltes gennem handlingsplanens transmissionsdel, forblev uændret⁵.

1.1. Forslagsindkaldelse 96/1

Respons

Forlagsindkaldelsen fra februar 1996⁶ resulterede i støtteanmodninger fra tv-selskaberne svarende til 55 500 timers transmission eller næsten 90 mio. ECU. Efterspørgslen var mere ligeligt fordelt end i 1995 mellem tv-selskaber i de senere startende markeder (43%) og i de trækkende markeder (57%). Der var imidlertid under halvt så mange budgetmidler til rådighed i forhold til tidligere forslagsindkaldelser, hvor der kunne finansieres op til 21 000 programtimer. Det må endvidere bemærkes, at muligheden for at opnå 80%-dækning reducerede antallet af transmissionstimer, der kunne finansieres, idet hver time koster handlingsplanen mere.

Hovedindholdet i responsen var, at

- 42 forslag blev indsendt, hvoraf to ikke kunne antages under transmissionsindkaldelsen ifølge de uafhængige eksterne konsulenter.

⁵ Enten 50% eller 80% af taksterne i 4. afsnit af bilaget til Rådets beslutning: 6000 ECU pr. time for de første 50 timer og 2500 ECU pr. time herefter. Jf. bilag A nedenfor.

⁶ EFT C 26 af 1.2.1996, s. 4.

- Et af forslagene blev efterfølgende overført til programproduktionsdelen i indkaldelsen, et andet kunne ikke antages, fordi det ikke indeholdt nogen af de specificerede oplysninger i indkaldelsen.
- 23 tv-selskaber, som modtog støtte ved tidligere indkaldelser, søgte igen
- præcis halvdelen af forslagene blev indsendt af landene under 80%-ordningen
- der blev i gennemsnit ansøgt om 1 611 timer pr. projekt.

Resultaterne af indkaldelse 96/1

Tabel 1a, 1b og 1c viser den endelige tildeling af timer efter indkaldelse 96/1. De nye støttemodtagere er angivet med kursiv.

Tabel 1a

HANDLINGSPLAN FOR TRANSMISSION I 16:9-FORMATET ENDELIG TILDELING EFTER INDKALDELSE 96/1

Markeder med 50%-ordning

		Kode	Ønsket antal timer	Tildelt antal timer
	Tv-selskab			
1. FRANKRIG	<i>Multivision</i>	FR5	2.340	150
Frankrig i alt			2.340	150
2. TYSKLAND	<i>NDR</i>	A2	150	100
Tyskland i alt			150	100
3. NEDERLANDENE	<i>NOS</i>	N1	804	400
Nederlandene i alt			804	400
4. SPANIEN	<i>Telemadrid</i>	E2	208	100
	<i>Televisión Valenciana</i>	E3	276	100
Spanien i alt			484	200
5. STORBRIANNIEN	<i>BskyB</i>	R2	400	400
Storbritannien i alt			400	400
I alt 50%-zone			4.178	1.250

Tabel 1b

**HANDLINGSPLAN FOR TRANSMISSION I 16:9-FORMATET ENDELIG
TILDELING EFTER INDKALDELSE 96/1**

Markeder med 80%-ordning

		Kode	Ønsket antal timer	Tildelt antal timer
	Tv-selskab			
6. GRÆKENLAND	ERT	G2	400	200
	ERT 3	G3	810	200
	<i>Channel Seven X</i>	G1	2.375	300
	<i>Nethold Hellas - Filmnet</i>	G4	1.374	500
Grækenland i alt			4.959	1.200
7. SVERIGE	TV 1000	S1	3.168	500
Sverige i alt			3.168	500
8. ITALIEN	Syntesia	IT4	900	50
	Telenuovo	IT5	1.620	100
	Videolina	IT9	1.360	50
	<i>Nueva Antenna Tre</i>	IT1	1.400	200
	<i>Rete 7</i>	IT3	2.702	200
	<i>Telemontecarlo</i>	IT6	1.500	500
	<i>Telepadova</i>	IT7	250	200
	<i>Telegione</i>	IT8	120	120
	<i>Videomusic</i>	IT2	1.000	500
Italien i alt			10.852	1.920
9. IRLAND	RTE	I1	500	365
Irland i alt			500	365
10. ØSTRIG	ORF	AU1	430	400
Østrig i alt			430	400
11. FINLAND	<i>TV Tampere</i>	F1	170	170
Finland i alt			170	170
I alt 80%-zone			20.079	4.555

Tabel 1c

HANDLINGSPLAN FOR TRANSMISSION I 16:9-FORMATET ENDELIG TILDELING EFTER INDKALDELSE 96/1

Samlet tildeling

	Ønsket antal timer	Tildelt antal timer
Sammenlagt=24 Projekter (80 % + 50 %)	24.257	5.805

De vigtigste aspekter ved ovenstående tildeling var, at

- Kommissionen og medlemsstaternes udvalg enedes om en finansieringsperiode på to år
- på grund af et begrænset budget var det kun de nye deltagere, der kunne finansieres under 50%-ordningen, og de fleste af de godkendte projektforslag fik betydeligt mindre i støtte, end de havde anmodet om
- tv-selskaber fra lande under 80%-ordningen skal behandles godt (83% af de tildelte midler).

Det reducerede budget indebar, at det ikke længere var muligt at fortsætte med at finansiere en række udmærkede transmissionsprojekter, som fik støtte under tidligere indkaldelser. Kommissionen ville have foretrukket at nedskære finansieringen mere gradvist, men der var ikke mange valgmuligheder, så der måtte træffes vanskelige beslutninger i forbindelse med den endelige tildeling. I 1995 havde Kommissionen imidlertid klart tilkendegivet over for medlemsstaternes udvalg, at der ikke ville være megen støtte tilovers til projekter i landene under 50%-ordningen.

Ud over finansiering af tre små regionale tv-selskaber i Italien, som også fik støtte under indkaldelse 95/3, modtog yderligere seks italienske tv-selskaber for første gang støtte under indkaldelse 96/1. TV Internazionale og Videomusic - senere omdøbt til TMC 1 og TMC 2 - er nationale kanaler, der kontrolleres af Cecchi Gori-gruppen. De regionale kanaler som f.eks. Nuova Antenna Tre, er meget større end den første gruppe, der modtog støtte under indkaldelse 95/3.

På grundlag af erfaringerne i andre lande, kunne man have forventet, at det offentlige tv-selskab RAI ville introducere 16:9-transmissioner i Italien. Det var imidlertid de små regionale tv-selskaber, der introducerede bredformatet. Projekterne havde modtaget støtte under forslagsindkaldelse 95/3 fordi Kommissionen mente, at der måtte gøres en begyndelse i Italien, omend symbolsk, som sigtede mod at fremme bredformatet over for andre tv-selskaber i lige så høj grad som mod de regionale seere. Visse italienske Europa-parlamentsmedlemmer havde udtryk bekymring med hensyn til Italiens manglende deltagelse i handlingsplanen⁷. Det fornuftige i fremgangsmåden ved forslagsindkaldelse 95/3 fremgik af, at to nationale kanaler og flere større regionale tv-selskaber kom ind på 16:9-markedet gennem forslagsindkaldelse 96/1.

Efter forslagsindkaldelse 96/1 blev bredformattransmissioner ligeledes lanceret i Finland, idet et regionalt tv-selskab, TV Tampere, var blandt de udvalgte projekter.

1.2. Forslagsindkaldelse 97/1

Respons

Det var sidste forslagsindkaldelse under denne handlingsplan. Forslagsindkaldelsen blev offentliggjort i oktober 1996,⁸ og der kom anmodninger om støtte svarende til 69 247 transmissionstimer eller 120 mio. ECU i støtte.

Hovedindholdet i responsen var, at

- 67 forslag blev indsendt; tre projektforslag blev overført til forslagsindkaldelsens programproduktionsdel
- 31 tv-selskaber, som modtog støtte ved tidligere indkaldelser, søgte igen
- italienske tv-selskaber indsendte 32 forslag
- der blev i gennemsnit anmodet om 1 305 timer pr. projekt.

⁷ Skriftlig forespørgsel nr. 2649/95 fra Marin; nr. 2724/95 fra Podesta, Azzolini, Ligabue, Caligaris og Boniperti; nr. 2736/95 fra Tatarella og nr. 2754/95 fra Dell'Alba.

⁸ EFT C 288 af 1.10.96, s. 46.

Resultater

Figur 2a, 2b and 2c viser den endelig tildeling af finansierede timer efter indkaldelse 97/1. De nye støttemodtagere er angivet med kursiv.

Tabel 2a

HANDLINGSPLAN FOR TRANSMISSION I 16:9-FORMATET ENDELIG TILDELING EFTER INDKALDELSE 97/1

50%-ordning

	Tv-selskab	Kode	Ønsket antal timer	Tildelt antal timer
1. SPANIEN	Euskal Telebista	E1	300	230
	RTVE	E2	1500	300
	TV3 de Catalunya	E4	495	230
	TV de Galicia	E3	400	230
Spanien i alt			2695	990
2. PORTUGAL	<i>RTP</i>	P1	500	450
Portugal i alt			500	450
3. STORBRITANNIEN	<i>BBC</i>	R2	431	400
Storbritannien i alt			431	400
4. NEDERLANDENE	NOS	N1	1000	110
Nederlandene i alt			1000	110
5. BELGIEN	<i>VTM</i>	B4	148,5	36
Belgien i alt			148,5	36
I alt 50%-zone			4.774,5	1.986

Tabel 2b

HANDLINGSPLAN FOR TRANSMISSION I 16:9-FORMATET ENDELIG TILDELING EFTER INDKALDELSE 97/1

80%-ordning

	Tv-selskab	Kode	Ønsket antal timer	Tildelt antal timer
6. FINLAND	<i>MTV</i>	F2	300	300
	<i>TV-Tampere</i>	F1	190	130
	<i>YLE</i>	F4	70	70
Finland i alt			560	500
7. GRÆKENLAND	<i>Nethold Hellas - Filmnet</i>	G3	968	150
Grækenland i alt			968	150
8. IRLAND	<i>RTE</i>	I1	300	170
Irland i alt			300	170
9. ITALIEN	<i>Antenna Tre Veneto</i>	IT 23	1100	250
	<i>Nuova Antenna Tre</i>	IT 1	700	150
	<i>Telepiu - Omega</i>	IT 20	4138	300
	<i>RAI</i>	IT 12	1200	350
	<i>Telenorba</i>	IT 22	1746	250
Italien i alt			8884	1300
I alt 80%-zone			10.712	2.120

Tabel 2c

HANDLINGSPLAN FOR TRANSMISSION I 16:9-FORMATET ENDELIG TILDELING EFTER INDKALDELSE 97/1

Samlet tildeling

	Ønsket antal timer	Tildelt antal timer
Sammenlagt=18 projekter (80 % + 50 %)	15486,5	4.106

De vigtigste aspekter ved denne tildeling var:

- Kommissionen og medlemsstaternes udvalg enedes om en finansieringsperiode på to år

- et meget begrænset budget på 7,8 mio. ECU, skåret ned fra 12,5 mio. ECU i 1996
- en sidste lejlighed til at sikre en god spredning og balance i fællesskabsmidlernes fordeling på medlemsstaterne, som stemmer overens med markedsmulighederne
- mulighed for især at øge antallet af tjenester i Italien, Spanien, Portugal, og Finland
- og lancere digitale bredformattjenester i visse lande.

Højdepunktet under 80%-ordningen var udbredelsen af 16:9-formatet i Italien og Finland.

Det regionale finske tv-selskab TV Tampere havde allerede været blandt de udvalgte selskaber under indkaldelse 96/1. Lanceringen af bredformattjenester fik betydelig omtale i medierne. Ligesom i Italien var dette stærkt medvirkende til at vække de nationale tv-selskabers interesse, nemlig det statslige tv-selskab YLE og dets kommercielle konkurrent MTV. YLE transmitterer i begyndelsen digitale 16:9-programmer pr. satellit, jordbaserede transmissioner startes så snart modtageudstyret er til rådighed.

Som følge af det begrænsede budget måtte Kommissionen nøjes med at fokusere på de projekter blandt de 32 italienske projektforslag, som sandsynligvis ville have den største markedsvirkning. Det stod klart, at RAI's og betalingstv-operatøren Telepiu's digitale satellittjenester var vigtige. På tildelingstidspunktet vurderede Kommissionen, at disse ville have mindre virkning på tv-markedet end både analoge og digitale jordbaserede tjenester. Imidlertid vil anbringelsen af en række italienske tv-selskaber på en fælles digital platform skabe synergier, en vifte-effekt, som vil være mere troværdig end individuelle kanalers 16:9-transmissioner. Det vil fremme 16:9-markedet. RAI's transmissioner vil være simultane gratis digitale 16:9-programmer i forbindelse med dets nationale tjenester. Da yderligere to vigtige regionale tv-selskaber, Telenorba og Antenna Tre Veneto, ligeledes deltager, øges udbuddet af jordbaserede 16:9-tjenester.

Under 50%-ordningen indeholdt RTVE's forslag om jordbaserede tjenester i 16:9-formatet en potentielt større markedseffekt end dets tidligere satellittjenester. Som følge af den manglende brug af 16:9-formatet i RTVE's jordbaserede tjenester var der grænser for, hvor langt de regionale tv-selskaber kunne nå på egen hånd. I forbindelse med kontraktens indgåelse lagde Kommissionen stor vægt på PR/markedsføring, som havde været en af satellittjenesternes store svagheder.

Udvælgelsen af to projekter viste begrænsningerne ved en dogmatisk holdning til forskellen mellem lande med en 50%-ordning og dem med en 80%-ordning. Skønt individuelle tv-selskaber i Portugal og Storbritannien havde været heldige under de

første indkaldelser - før der åbnedes op for 80%-ordningen den 1.1.95⁹ - var andre tv-selskaber ikke fulgt efter. Indkaldelse 97/1 var derfor sidste mulighed for at fremme de senere startende markeder under 50%-ordningen for at opnå den "spredning og balance", der blev fastlagt i Rådets beslutning.

Det statslige portugisiske tv-selskab RTP, indsendte et projektforslag af meget høj kvalitet og af strategisk betydning. De er kun det andet tv-selskab i Portugal, der transmitterer i 16:9-formatet. Kommissionen mente, at det var vigtigt at sætte yderligere gang i dette marked frem for at lægge vægt på ..PR..

Fra sommeren 1998 planlægger BBC at transmittere digitale satellit- og jordbaserede tjenester. Selskabet har planer om at bruge 30% af den bedste sendetid til transmissioner i bredformatet ét år efter, at det starter digitale transmissioner. BBC vil investere kraftigt i PR, og midler fra handlingsplanen vil styrke indsatsen.

1.3. Evalueringsmetodologi

Evalueringsproceduren i forbindelse med begge indkaldelser var uændret i forhold til tidligere år. 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 projekternes kvalitet", der er opstillet i Rådets afgørelse, for det andet at opstille en prioriteringsrækkefølge for projekterne med særlig vægt på den sandsynlige seerinteresse for programmerne og endelig at påpege eventuelle mangler eller svagheder ved forslagene, så Kommissionen kunne gøre opmærksom på dem under kontraktforhandlinger.

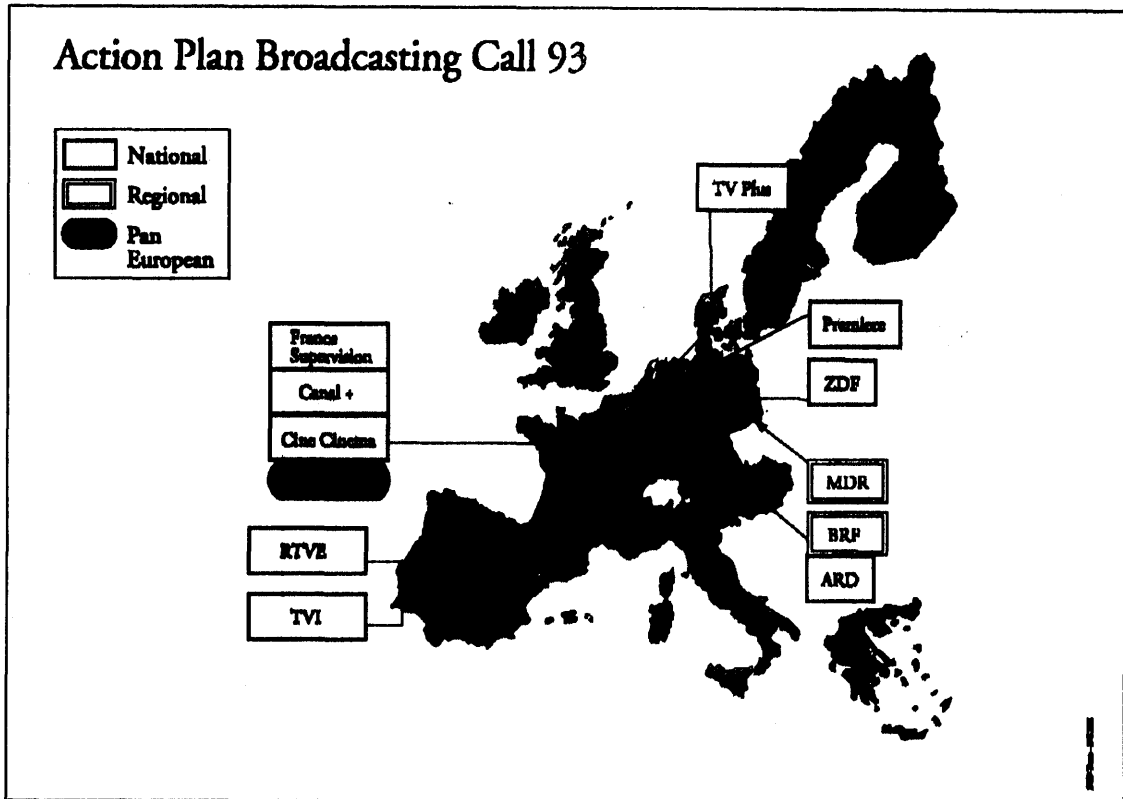
De tekniske evalueringer dannede et væsentligt grundlag for udarbejdelsen af Kommissionens forslag til begge indkaldelser. Kriterierne om "spredning og balance" blev imidlertid udelukkende anvendt af Kommissionen inden den udarbejdede sit forslag til udvalget. Medlemsstaternes udvalg havde mulighed for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

1.4. Forslagsindkaldelse 96/1 og 97/1: videreudbygning af tidligere aktiviteter

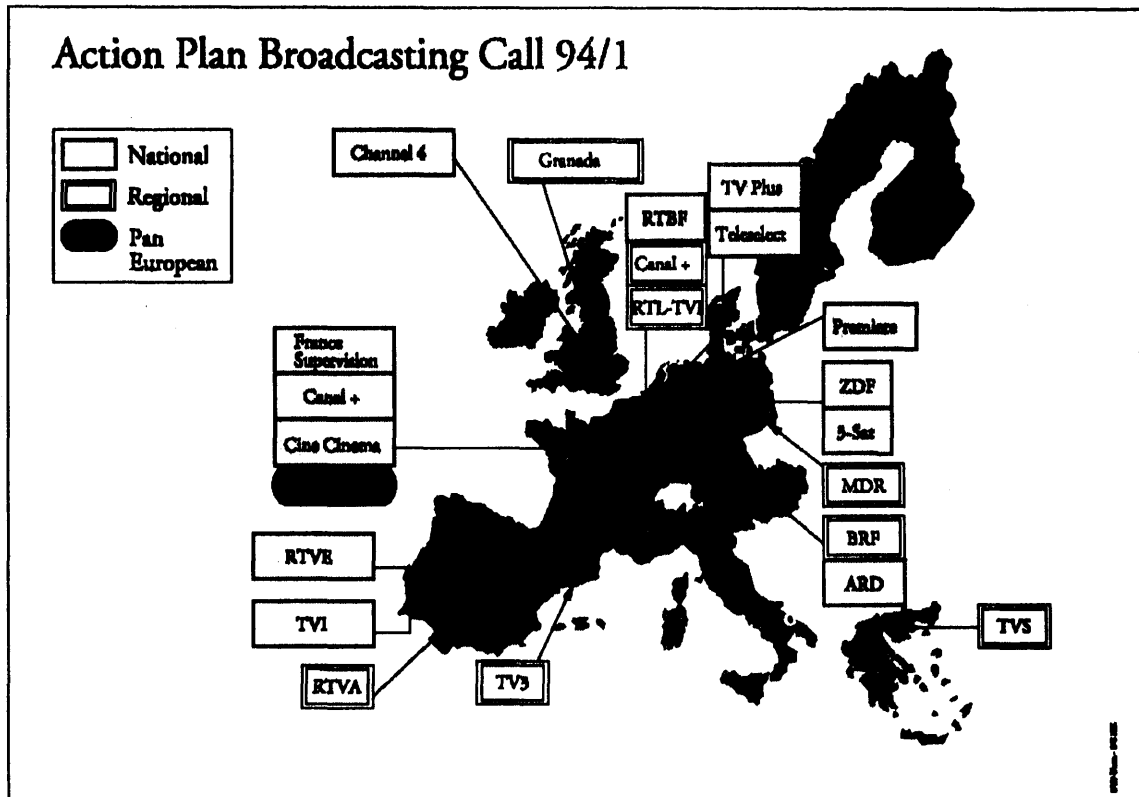
Ligesom i de foregående rapporter illustrerer oversigtskortene nedenfor 16:9-tjenesternes gradvise udbredelse i Europa siden handlingsplanens iværksættelse. Oversigtskortene er opdateret, så de inkluderer resultaterne af forslagsindkaldelse 96/1 og 97/1. Formatet er ændret, så hvert oversigtskort viser resultaterne af forslagsindkaldelserne på årsbasis frem for samlet. På grund af det store antal tv-selskaber, der har modtaget støtte gennem handlingsplanen i de sidste fire år, kan de ikke angives på ét kort. Når tv-selskaber, der er udvalgt under forslagsindkaldelse 97/1, indleder transmissioner, vil handlingsplanen have hjulpet 63 tv-selskaber i alle femten medlemsstater med bredformattransmissioner.

⁹ Jf. artikel 2, stk. 5 i Rådets beslutning nr. 93/424/EEC af 22. juli 1993 om en handlingsplan for indførelsen af avancerede tv-tjenester i Europa.

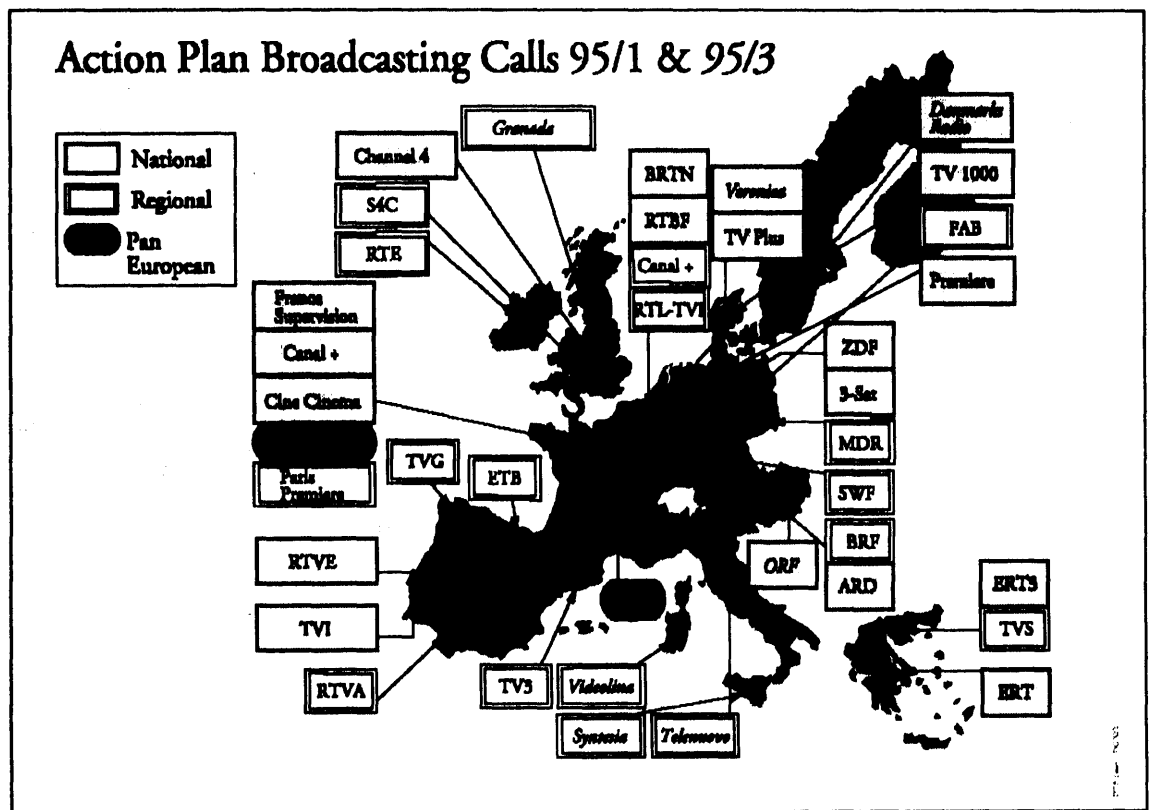
Figur 1



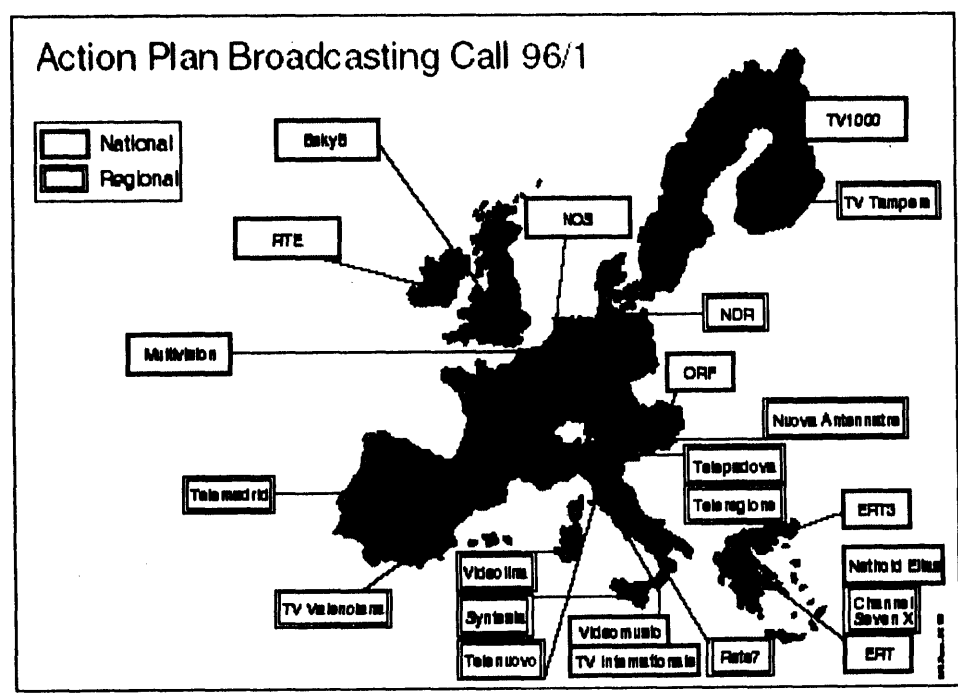
Figur 2



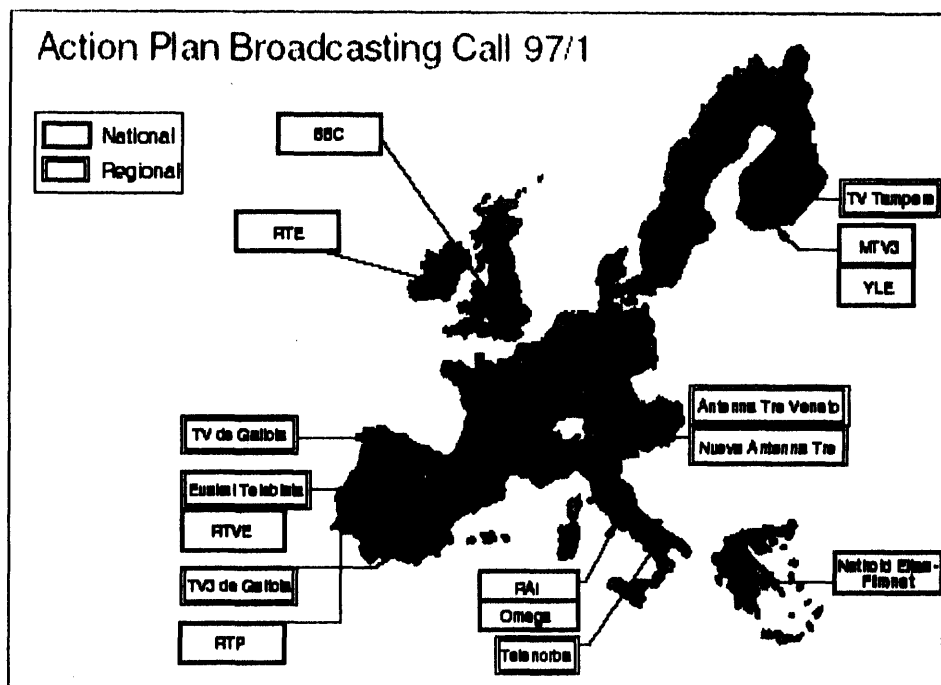
Figur 3



Figur 4



Figur 5



2. MARKEDSEFFEKT

2.1. Salg af tv-apparater i 16:9-format

Det fremgår af 1995-rapporten, at der er nær sammenhæng mellem det samlede salg af tv-apparater i bredformat og transmissionstimer i 16:9-formatet¹⁰. Rapporten viser desuden, at hovedmarkederne for 16:9-formatet er de tidligst-startende eller såkaldt pionérmarkeder, nemlig Frankrig, Tyskland og Benelux.

Tabel 3 viser, at disse lande fortsat er de førende lande for 16:9-formatet i Europa og at den kritiske masse er mindst 1,7 millioner apparater. Disse tal er konservative, idet andre skøn anslår den kritiske masse af tv-apparater i 16:9-formatet til op mod 2,4 mio. apparater¹¹. Ifølge foreløbige skøn vil salget i Europa nå op på mindst 3,5 mio. om året i 2000.

¹⁰ Jf. KOM(96) 346 endelig udg., især tabel 4, s.16.

¹¹ Advanced Television Markets, Oktober 1997. Strategi-analytikere anslår 2,2 mio. De europæiske skøn inkluderer sandsynligvis markeder uden for EU som f.eks. de 150 000 apparater, der er afsat i Schweiz. SBS indledte PAL Plus transmissioner i 16:9 samtidig med de tyske tv-selskaber. Mange tyske satellit-transmissioner har virket fremmede på det schweiziske 16:9-marked.

Uden for pionérmarkederne anslår EACEM, at salget vil blive fordoblet i 1997 i de fleste af de senere startende markeder, selv om udgangspunktet er meget lavt. I Storbritannien reviderede producenterne deres salgsestimater kraftigt opad til 70 000 apparater efter at BBC meddelte, at man ville transmittere digitalt tv i 16:9-format.

Tabel 3

**OVERSIGT OVER UDVIKLINGEN I SALGET
AF TV-APPARATER I 16:9 I EU 1992 -1997**

(stk. salg 1992-6; 1997 skøn)

Land	1992	1993	1994	1995	1996	1997	SAMLET
Østrig	0	0	700	4000	8000	19000	31,700
Benelux	0	10000	10000	30000	148000	190000	388,000
Danmark	0	3000	7000	10000	8000	15000	43,000
Finland	0	0	0	0	1000	2000	3,000
Frankrig	15000	45000	85000	85000	135000	200000	565,000
Tyskland	12000	20000	20000	75000	145000	225000	497,000
Grækenl.	0	0	0	0	2000	4000	6,000
Irland	0	0	0	0	1000	2000	3,000
Italien	0	5000	3000	6300	13000	26000	53,300
Portugal	0	1000	1000	1000	3000	12000	18,000
Spanien	0	4000	4000	4500	16000	25000	53,500
Sverige	0	0	1000	500	2000	11000	14,500
England	2000	3000	3000	4200	25000	70000	107,200
I alt	29000	91000	134700	220500	507000	801000	1,783,200

Kilde: EACEM

2.2. Indførelsen af digitale tv-tjenester og 16:9 - første fase

I december 1997 var over 200 digitale tv-tjenester allerede operative i Europa. "Dekoder-befolkningen" havde rundet de to millioner enheder ifølge tv-selskabernes bedste skøn, heraf var de 1,75 mio. udlejningsdekodere.

Den 17. april 1996 introducerede Canal Plus som det første europæiske tv-selskab digitale tv-tjenester. Frankrig tegnede sig i december 1997 for ca. halvdelen af den kritiske masse af digitale dekodere, som var fordelt på tre konkurrerende tjenesteudbydere, Canal Satellite Numérique, TPS og ABSat. Det franske udbud af digitale tjenester ("vifter") omfattede fra starten digitale tjenester. En af de franske tjenesteudbydere har konstateret, at 25% af abonnenterne ser digitalt tv på bredformatapparater.

Denne sammenhæng viser den betydelige overlappning mellem forbrugerprofilen for betalings-tv-abonnenter og de første købere af bredformatapparater. Forbindelsen mellem betalings-tv og 16:9-formatet finder man ikke blot i Frankrig. I et udkast til en handlingsplan, som blev forelagt for nogle år siden, henviste en betalings-tv-operatør til markedsundersøgelser, der viste, at dens abonnenter havde tendens til at være på forkanten med hensyn til brug af nye teknologiske produkter, og var pionérer med hensyn til at have computere i hjemmet og abonnere på Internettet.

Uanset den kraftige støtte fra offentlige tv-selskaber til bredformatet, konstaterer Kommissionen med tilfredshed forbindelsen mellem betalings-tv og 16:9. I handlingsplanens første faser var Kommissionen bekymret for, at betalings-tv-selskabernes lavere seerantal betød, at det ikke var så rentabel en måde, at fremme anvendelsen af 16:9 som tv-selskaber med gratis udsendelser, der har flere seere. Støtte til betalings-tv har imidlertid vist sig at være en meget målrettet måde at fremme bredformatet. Takket være handlingsplanen har betalings-tv-operatører i en række lande både kunnet afprøve bredformatets kommercielle tiltrækningskraft gennem deres etablerede analoge tjenester og medvirke til at opbygge en kritisk masse af 16:9-apparater blandt deres abonnenter, som efterfølgende modtog digitale tjenester.

De tidlige resultater fra det franske marked for digitale tv-tjenester styrker ligeledes hele filosofien bag handlingsplanen: opbygge en kritiske masse af tv-apparater i 16:9-format forud for indførelsen af digitale tjenester, og uafhængigt af transmissionsstandarden. I handlingsplanens indledende fase brugte franske tv-selskaber den nu forældede D2-MAC-standard til 16:9-transmissioner¹². Franskmænd, som købte bredformatapparater har også kunnet nyde godt af de mange timers analoge "letterbox" transmissioner i 4:3-format på de jordbaserede kanaler, idet 16:9 kan udvide disse transmissioner,

¹² Forbrugerne investerede aldrig særlig meget i D2-MAC, da betalings-tv- og kabel-tv-operatørerne udlejede de fleste af dekodere, med henblik på at ombytte dem med digitale dekodere, når digitale tjenester blev indført.

så de fylder skærmen. Det at der var bredformatapparater til rådighed, omdannede "letterbox"-udsendelserne til en yderligere reklame for 16:9¹³.

Da man hele tiden var klar over, at det var betalingstv-operatørerne, der ville være de første til at indføre digitale tv-tjenester¹⁴ via kabel- og satellittransmission, var det vigtigt, at der allerede fandtes tv-apparater i 16:9-format i husholdningerne. Betalings-tv er pr. definition et erhverv, der baserer sig på tilføjede dekodere til eksisterende tv-apparater¹⁵. Hvis ikke der allerede var 16:9-apparater på markedet er det ikke sikkert, at de fleste betalingstv-operatører ville have inkluderet transmissioner i 16:9-format, som ville øge kravene til og risiciene ved at lancere digital-tv.

Erfaringer fra den første tid med et marked for digitale tjenester antyder således, at handlingsplanen i betydelig grad har medvirket til, at europæiske husholdninger fik 16:9-apparater, så de kunne udnytte den første bølge af digitale tv-tjenester, som udbyderne af betalings-tv lancerede. Tjenesterne er kendetegnet ved mange filmudsendelser, som er særligt velegnet til 16:9-formatet. Nogle af de mange ressourcer, der blev anvendt til at fremme digitalt tv og støtte dekodere, er ligeledes gået til bredformatet.

3. FREMTIDSUDSIGTERNE FOR 16:9

3.1. Anden fase af digitalt tv og 16:9

Hvis første fase af digitale tv-tjenester er blevet trukket af betalingstv-operatørerne, som benytter kabel- og satellittransmissioner, så vil næste fase være præget af gratis jordbaserede transmissioner i 1998. Storbritannien og de nordiske lande fører an.

Det britiske marked er især vigtigt for udbredelsen af 16:9-formatet, da det er det sidste af de tre store drivende markeder, som introducerer bredformatet. Frankrig, Tyskland og Storbritannien er de største, rigeste og mest dynamiske markeder for forbrugerelektronik. For at opnå succes i Europa skal alle nye forbrugerelektronikprodukter være godt etablerede på alle tre markeder.

Skønt Channel 4, S4C og Granada udbød analoge 16:9-tjenester, mente de fleste britiske tv-selskaber, at ulemperne ved tidligere analoge transmissioner i

¹³ Bemærk at PAL og SECAM "letterbox" transmissioner ikke har kunnet modtage støtte under handlingsplanen, da de ikke opfylder kvalitetskravene i artikel 5, stk. 1, afsnit iv, i handlingsplanens gennemførelsesprocedurer, som er anført i beslutningens tekniske bilag.

¹⁴ DVB-specifikationerne til digitale kabel- og satellittransmissioner var til rådighed inden det mere komplekse jordbaserede digital-tv system blev defineret.

¹⁵ Betalingstv-selskabernes dekodere indeholder som regel både den nødvendige teknik til betinget adgang og dekodning, samt elektronikken til at modtage digitale eller analoge transmissioner.

bredformat var større en fordelene ved at fremme markedet for 16:9-apparater inden digital-tv var til rådighed¹⁶. De foretrak at vente til digitale tjenester blev indført i 1998. Beslutningen forhindrede opbyggelse af et marked for 16:9-apparater på et tidligere tidspunkt.

Da BBC i 1997 meddelte, at 30% af programmerne ville blive transmitteret i 16:9-formatet inden for et år efter indførelsen af digitale tjenester, kom der omgående gang i salget af 16:9-apparater, og 1997-salget skønnes at nå op på 70 000 tv-apparater. Det står klart, at BBC's 16:9-transmissioner får strategisk betydning for bredformatets udbredelse i Storbritannien. Andre tv-selskaber har hidtil ikke sat tal på deres transmissioner i dette format.

Da Storbritannien er et af de tre store markeder, der trækker salget af forbrugerelektronik i Europa, lykkedes det tv-selskaberne at overbevise producenterne om, at fuldt digitale 16:9-apparater skulle udbydes. Disse apparater ventes introduceret på markedet i løbet af 1998 samtidig med, at digitale tjenester startes op. De digitale tv-apparater vil også blive udbudt på de skandinaviske markeder. Det er klart, at når der ikke allerede er en rentabel kritisk masse af 16:9-apparater på markedet, er det afgørende, at der er digitale 16:9-apparater til rådighed fra første dag med digitale tjenester.

Kommissionen vil undersøge forbindelsen mellem 16:9 og digital-tv i forbindelse den endelige evaluering af handlingsplanen, som forventes offentliggjort i 1999, når handlingsplanen er fuldført¹⁷. I den forbindelse skal man bl.a. se nærmere på, hvorledes de enkelte tv-selskaber har introduceret 16:9-transmissioner.

Det må i mellemtiden bemærkes, at digital jordbaseret transmission i bredformat også indeholder et betydeligt støtteelement, fordi medlemsstaterne gratis stiller yderligere frekvensspektrum til rådighed for jordbaserede tv-selskaber til transmission af digitale tjenester. Jordbaseret radiofrekvensspektrum er en kostbar ressource. Den ekstra kapacitet stilles til rådighed midlertidigt for at øge analog-til-digital migrationen og genvinde analogt frekvensspektrum.

3.2. Digital Versatile Disk

“Letterbox”-udgaver af film har i flere år kunnet fås på VHS-kassetter, men billedkvaliteten er ikke særlig god, når billedet er blevet udvidet til at fylde en bredskærm. Lanceringen af Digital Versatile Disk (DVD) i Europa i foråret 1997 vil yderligere fremme 16:9-formatet. Mange video-udgivere vil

¹⁶ De fleste britiske tv-selskaber mener, at PAL Plus-transmissionsstandarden er uegnet til Storbritannien fordi det frembringer et “letterbox” billede på 4:3-skærme. Britiske seere er ikke vant til “letterbox”, i modsætning til de fleste seere på det europæiske kontinent.

¹⁷ Der fordeles ikke flere midler efter forslagsindkaldelse 97/1. Aftaler undertegnet i 1997 udløber først ultimo 1998.

inkludere en filmudgave i 4:3-format på den ene side af DVD'en og en 16:9-udgave på den anden. Handlingsplanen har muligvis medvirket hertil, da det ikke ville tjene noget formål at inkludere 16:9-udgaven med mindre husholdningerne havde tv-apparater, der kunne afspille den.

Udbuddet af DVD'er betyder, at forbrugerne kan anskaffe et digitalt medium af høj kvalitet, så de kan opbygge deres egne samlinger af film og tv-programmer i 16:9.

3.3. Fodboldverdensmesterskaber i 16:9

Ved Kommissionens beslutninger fra april og juli 1997¹⁸ tildelte Kommissionen i alt 1,4 mio. ECU til et fransk tv-konsortium TVRS, som producerer programmer for FIFA¹⁹. Støtten er et fællesskabsbidrag til de ekstra omkostninger ved sideløbende 16:9-produktioner, så billeder i 16:9-format kan stilles til rådighed for europæiske tv-selskaber²⁰.

Kommissionen og medlemsstaternes udvalg var positivt indstillede, da projektet blev forelagt af producentsammenslutningen EACEM. Verdensmesterskaberne i fodbold har altid virket fremmende på salget af nye forbrugerelektronikprodukter. Derfor var producenterne villige til at investere store summer i salg fremmende foranstaltninger for 6:9-apparater i forbindelse med verdensmesterskabet.

Tv-selskaber i seks medlemsstater²¹ har allerede accepteret at bringe transmissioner, og andre ventes at støde til, når verdensmesterskaberne starter.

3.4. Internationale sammenligninger

Det japanske marked er meget stærkt, idet der i 1996 blev solgt 5,5 millioner 16:9-apparater og over 6 millioner skønnet for 1997, dvs. over 50% af det

¹⁸ Beslutning E/97/456 - C(97)906 - 1.04.97 og E/97/1216 - C(97)2065 - 1.07.97

¹⁹ Denne aktivitet kunne ikke finansieres under handlingsplanens programproduktionsdel. I 1997-budgettets bemærkninger til budgetpost B3-2013 om programproduktion, anfører budgetmyndigheden: "Denne bevilling skal dække udgifter til produktion og konversion til 16:9-format af programmer, der udsendes flere gange (long stock programmes) med undtagelse af programmer, der i princippet kun skal udsendes én gang, som f.eks. nyhedsudsendelser, sportsudsendelser og tv-serier..." (EFT L 44 af 14.2.97, s. 802) Europa-Parlamentets Udvalg om Kultur, Ungdom, Uddannelse og Medier havde tidligere udtrykt bekymring for, at B3-2013 støttede sportsudsendelser gennem en budgetpost til kultur.

²⁰ 16:9- og 4:3-produktion kan integreres, men tv-selskaber uden for Europa frygtede, at det kunne påvirke kvaliteten af 4:3-transmissionerne, og ville ikke acceptere at man kombinerede 4:3 og 16:9-optagelserne. EACEM oplyser, at transmissionerne i 16:9-formatet imidlertid vil blive udsendt i Brasilien og Canada.

²¹ Danmark, Frankrig, Grækenland, Italien, Spanien, Storbritannien.

samlede salg af tv-apparater²². Som anført i 1994-rapporten kontrollerer tv-producenterne de fleste detailsalgssteder i Japan²³. De har gradvist kunnet trække 4:3-formatet tilbage, inden udviklingen af 16:9-transmissioner. Nogle tv-apparater kan konvertere NHK's analoge HDTV-transmissioner. Det har også hjulpet, at mange videospil nu er i "letterbox"-format. Flere DVD'er er allerede lanceret i Japan.

I USA forbereder producenter og tv-selskaber introduktionen af HDTV-tjenester ved udgangen af 1998²⁴, hvormed USA slutter sig til det digitale selskab. Udviklingen betyder større udbud af 16:9-programmer og lavere produktionsomkostninger til den nødvendige storskærmsteknologi for HDTV. Hvis ikke der kan benyttes store skærme til at vise realismen i og effekten af HDTV, byder det ikke på synderlige fordele i forhold til 16:9-formatet i standard resolution på almindelige tv-skærme (<100 cm diagonalt). Som et stort ensproget marked egner det amerikanske marked sig bedre til at føre an med indførelsen af HDTV-tjenester end Europas mindre og opsplittede transmissionsmarkeder, da der kan opnås stordriftsfordele for den nye storskærmsteknologi på et tidligere tidspunkt.

3.5. Handlingsplanen takker af

Kommissionen har ikke foreslået en ny handlingsplan, og det må ses som et udtryk for tillid til bredformatets kommercielle muligheder. Nu hvor bredformatet findes i husholdningerne er det ikke længere blot en interessant teknisk mulighed men en del af markedet, og ikke bare i Europa men også i Japan og snart i USA.

Både i den halvvejsrapport²⁵, som uafhængige konsulenter udarbejdede i 1995/6, samt på konferencen, som Kommissionen organiserede i september 1996²⁶, blev det anbefalet at forlænge handlingsplanen, så der kunne opnås den kritiske masse af 16:9-transmissionstjenester, som anføres i Rådets beslutning. Den kritiske masse var imidlertid kun et vejledende mål, ikke et middel i sig selv, og den blev heller ikke defineret. Målet var at "bidrage til, at modtagerudstyr i 16:9-format kan trænge igennem på markedet". Med en installeret base på ca. 2 mio. tv-apparater i 16:9-format, mente Kommissionen

²² Kilde: nyhedsbrevet *Advanced Television Markets* *ibid.*

²³ KOM(95) 263 endelig udg. af 16.06.1995, s. 26 afsnit 3.2.

²⁴ HDTV bruger 16:9-bredskærmsformatet, men har en højere bit-rate for at kunne fremstille kvalitetsbilleder på storskærme, som således øger virkningen og realismen.

²⁵ *Review of Action-Plan for Advanced Television Services*, december 1996, endelig rapport, Coopers & Lybrand og Convergent Decisions Group.

²⁶ *Reshaping Television for the Information Society*, Bruxelles, 26. september 1996.

at markedet havde gjort betydelige fremskridt siden halvvejsrapporten og konferencen.

Nu hvor bredskærmsformatet er på markedet, kan de magtfulde markeds kræfter bag digitalt tv fastholde det langt mere effektivt end offentlige støtteordninger. Faktisk har tv-selskaber, der planlægger at transmittere jordbaserede digitale tjenester i 16:9 nydt godt af et endnu mere værdifuldt støtteelement end handlingsplanen nogensinde har kunnet tilbyde, nemlig frit radiofrekvensspektrum.

En forlænget handlingsplan ville således ikke længere fungere som katalysator for udbredelsen af det nye format. Der var risiko for, at endnu en periode med offentlig finansiering ville have skabt en afhængighedskultur ved at tiltrække "støtte-jægere", som kunne give 16:9-formatet et dårligt ry i erhvervskredse. Under hensyn til EU's budgetbegrænsninger og en øget risiko for forvridding af markedet ved fortsat at yde støtte i et vækstmarked, ville en forlængelse ikke have været tilstrækkelig rentabel og ville være mere risikobetonet. Rollen som katalysator vil være udspillet, når transmissionsaftalerne under forslagsindkaldelse 97/1 udløber i december 1998.

Tv-selskaberne vil blive tvunget af konvergens og konkurrencen fra nye interaktive tjenester til i fremtiden at ændre seernes tv-oplevelse mere gennemgribende, end de har gjort over de sidste 30 år. Tv skal nu konkurrere med pc'eren. Flere amerikanske computerproducenter har allerede planer om at lancere pc'ere med 16:9-skærme, så de kan modtage digitalt tv og vise DVD'ere. Konvergens vil derfor fremskynde bredformatets fremmarch ikke blot inden for tv-mediet men også inden for de nye tjenester, der udbydes.

DEL B: PRODUKTION

4. INDLEDNING

4.1. Handlingsplanen - et fællesskabsinstrument for den audiovisuelle sektor

Formålet med handlingsplanen, et fællesskabsinstrument af fire års varighed (juli 1993-juli 1997), var 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 effektiv og koordineret måde.

De avancerede tv-tjenester udsendes nu 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 søgtes opnået gennem handlingsplanen, var at få opbygget en kritisk masse af avancerede tv-tjenester, som skulle gøre det muligt at få udbredt disse tjenester på europæisk plan. Handlingsplanenes strategi herfor byggede på at tilgodese interesserne hos alle aktører inden for den audiovisuelle sektor. Da tv-spredningens hovedaktører er tv-selskaberne og programproducenterne, var handlingsplanen orienteret i begge retninger, idet den søgte at fremme både udbuddet af og efterspørgslen efter 16/9-programmer i EU på en koordineret og effektiv måde. Handlingsplanen gav således de europæiske tv-selskaber og producenter mulighed for at opnå 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.

4.2. Markedet for 16/9-format

Markedet for 16/9 omfatter foruden transmissionstjenesterne udstyr til professionelt og privat brug, som er tilpasset dette format. Etableringen af transmissionstjenester i 16/9-formatet 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 haft følgevirkninger for sektoren som helhed.

4.3. Handlingsplanen - en integrerende del af EU's audiovisuelle politik

EU's 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 en strategisk indsats 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 kunne der foretages 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 i andre formater, for at gøre dem kompatible med 16/9-formatet. Samfinansieringen udgjorde 50% eller 80% af de ekstra omkostninger beregnet på grundlag af faste beløb pr. transmissionstime.

4.4. Handlingsplanens dækningsområde

Gennem indkaldelser af forslag blev de europæiske producenter opfordret til at indsende ansøgninger om støtte til nye produktioner og/eller remastering. Ved udvælgelsen anvendtes følgende kriterier:

- producenten skulle være etableret i en af EU's medlemsstater;
- producenten skulle kunne dokumentere, at det pågældende program ville blive udsendt i 16/9-format af et organ, der er etableret i EU;
- producenten skulle kunne dokumentere, at ekstraomkostningerne finansieredes med supplerende midler fra andre kilder end handlingsplanen.

Hvis der var for mange ansøgninger i forhold til de budgetmæssige muligheder, anvendtes en række kriterier til prioritering af projekterne. Der blev ikke foretaget nogen kvalitativ vurdering af programmernes indhold, men følgende projekter blev prioriteret højest:

- programmer med lang levetid;
- projekter forelagt af uafhængige producenter;

- projekter fra medlemsstater med begrænset produktionskapacitet eller med et lille sprogområde;
- projekter, hvor de supplerende midler udelukkende stammede fra økonomiske aktører.

Hvor der var tale om remastering af eksisterende programmer, blev programmer af europæisk oprindelse prioriteret højest.

5. HANDLINGSPLANEN FOR 16/9-FORMAT FRA 1993-1997

I dette kapitel omtales de vigtigste begivenheder i forbindelse med handlingsplanen i 1996 og første halvdel af 1997 samt udviklingen i EU-programmet, som er særlig interessant at iagttage, efter at programmet har fungeret i 4 år.

5.1. Samlede resultater udtrykt i ECU og timer:

År	1993	1994	1994	1995	1995	1996	1997
Indkaldelse	1/93	1/94	2/94	1/95	2/95	1/96	1/97
Mio. ECU	11,6	19,4	33	18,1	12,5	12,1	9,5
Timer	2.936	4.555	5.648	4.099	2.551	3.066	2.567

Siden handlingsplanens iværksættelse har der været syv indkaldelser af forslag, 1 i 1993, 2 i 1994, 2 i 1995, 1 i 1996 og 1 i 1997. Budgetterne for indkaldelserne har været forskellige. De var først stigende indtil den anden indkaldelse i 1994 og derefter faldende indtil anden indkaldelse i 1995. Budgettet for indkaldelsen i 1996 var let stigende, medens 1997-budgettet igen faldt.

Fra juli 1993 til 30. juni 1997 blev der i alt ydet 116,2 mio. ECU til europæiske producenter til produktion eller remastering af programmer i 16/9-format.

Disse 116,2 mio. ECU blev anvendt til medfinansiering af 25 422 programtimer i 16/9-format:

- 105,2 mio. ECU anvendtes til medfinansiering af nye programmer af en varighed af 16 856 timer, og
- 11 mio. ECU anvendtes til medfinansiering af remastering af i alt 8 565 programtimer.

5.2. Modtagne forslag (produktions- og remasteringprojekter)

Antallet af modtagne forslag

Antallet af modtagne forslag har ligget relativt stabilt på omkring 1 000 ved hver indkaldelse med en tydeligt stigende tendens fra indkaldelse 2/95. Det mindste antal forslag, som blev modtaget (732), var i forbindelse med indkaldelse 1/94, hvilket skyldtes, at begyndelseeffekten gjorde sig gældende ved den første indkaldelse under handlingsplanen (1/93), samtidig med at denne indkaldelse tiltrak størstedelen af de projekter, der var under udarbejdelse. Man skulle frem til indkaldelse 2/94, førend producenterne igen indsendte et stort antal nye ansøgninger om produktionsstøtte. Indkaldelserne i 1996 og 1997 gav anledning til det største antal ansøgninger siden handlingsplanens iværksættelse med henholdsvis 1 350 og 1 580 forslag.

Indkaldelse	1/93	1/94	2/94	1/95	2/95	1/96	1/97
Modtagne forslag	944	732	1.113	970	1.116	1.350	1.580

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

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

Indkaldelse	1/93	1/94	2/94	1/95	2/95	1/96	1/97
Foreslåede antal timer	7.500	8.000	10.356	16.392	10.735	22.350	24.012

Ansøgningerne i forbindelse med de to første indkaldelser (1993 og primo 1994) vedrørte hver omkring 8 000 programtimer, og ult. 1994 nåede tallet op på 10 300 timer. Primo 1995 opnåedes 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. Der var massiv interesse for indkaldelse 1/96 og 1/97 med henholdsvis 22 350 og 24 012 ansøgninger.

Betydelig stigning i antallet af forslag

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. Det samlede antal forslag steg derefter drastisk ved de sidste to indkaldelser, og nåede helt op på 421 ved indkaldelse 1/97. Den væsentligste årsag til denne store stigning har sandsynligvis været, at handlingsplanen på dette tidspunkt var velkendt, og at man i miljøet vidste, at planen var ved at nå sin afslutning.

Indkaldelse	1/93	1/94	2/94	1/95	2/95	1/96	1/97
Antal ansøgere	80	148	243	184	190	385	421

5.3. Støttemodtagerne

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

År	1993	1994	1994	1995	1995	1996	1997
Indkaldelse	1/93	1/94	2/94	1/95	2/95	1/96	1/97
ECU							
Tv-selskaber	0,56	0,62	0,5	0,55	0,56	0,52	0,55
Producenter	0,44	0,38	0,5	0,45	0,44	0,48	0,45
Timer							
Tv-selskaber	0,63	0,78	0,55	0,73	0,73	0,72	0,76
Producenter	0,37	0,22	0,45	0,27	0,27	0,28	0,24

5.3.1. Samlet analyse

Siden programmets iværksættelse er EU-midlerne blevet ligeligt fordelt mellem tv-selskaber og uafhængige producenter. Fra 1993 til 1997 er gennemsnitlig 55% af midlerne gået til tv-selskaber og 45% til uafhængige producenter, medens 69% af timerne er tildelt tv-selskaberne og 31% de uafhængige producenter. I forbindelse med disse procenter skal det bemærkes, at tv-selskabernes ansøgninger om timer hovedsagelig omfatter remastering og studie- og sportstransmissioner, hvor prisen pr. time, som ligger til grund for beregningen af EU-støtten, er meget lavere end for de øvrige programkategorier. De uafhængige producenter ansøger til gengæld hovedsagelig om støtte til programmer med lang levetid, hvor timeprisen er langt højere.

Ovenstående tabel viser udviklingen i handlingsplanens forskellige 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) tegnede tv-selskaberne sig for 56% af budgetmidlerne og for 63% af programtimerne. Pionererne inden for transmissioner i 16/9-format var allerede parate, og denne første indkaldelse faldt sammen med lanceringen af de første 16/9-tjenester, hvor tv-selskaberne havde et umiddelbart behov for programmer i formatet. På trods af det beskedne antal uafhængige producenter, som indgav ansøgninger (60), var der tale om 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 var derfor domineret af tv-selskaberne, som tegnede 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 det muligt for i alt 128 producenter (68 mere end ved den tidligere indkaldelse) at blive 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. 92 flere 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.

1995/96 - Igangsætning af 16/9-tjenester på markeder med langsom udvikling (samfinansieret med 80% af ekstraomkostningerne)

På grund af den forskellige økonomiske og teknologiske udvikling på tv-spredningsområdet i de forskellige medlemsstater og dermed mangelen på ansøgninger fra visse af landene, har handlingsplanen ikke fra begyndelsen kunne dække hele EU-området på en ensartet måde. Men formålet var, at 16/9-formatet på længere sigt skulle udbredes i hele EU. I denne forbindelse var der i Rådets afgørelse forudsat en budgetreserve, som stod til rådighed fra 1.1.1995 for "markeder, der ikke betjenes fuldt ud i de første faser af handlingsplanens gennemførelse"²⁷ Støttegraden på disse markeder har været højere end på pionermarkederne: EU-midlerne kunne således dække 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 således muligt for producenterne på disse markeder at introducere i 16/9-formatet.

For denne indkaldelses vedkommende blev midlerne igen stort set ligeligt fordelt mellem tv-selskaber og producenter. Tv-selskaberne tegnede sig for 73% af programtimerne. Antallet af tv-selskaber, der ansøgte, steg fra 20 til 42 i løbet af 1995. Denne nye bølge af tv-selskaber, som påbegyndte transmission i 16/9-formatet, medførte et stort behov for programmer. Det meget store antal timer, der ansøgte om ved denne indkaldelse (16 392 timer, dvs. 60% mere end ved den foregående indkaldelse), vidner om 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 tildelt tv-selskaberne og 27% de uafhængige producenter.

Ved indkaldelse 1/96 var den finansielle støtte meget jævnt fordelt: 52% af støtten tildeltes tv-selskaber og 48% uafhængige producenter. Derimod viser fordelingen af produktionstimer, at tv-selskaberne er langt foran de uafhængige producenter (henholdsvis 72% og 28%). Dette resultat svarer til de tidligere indkaldelser.

²⁷ 12. betragtning.

1997 - Den seneste indkaldelse

Indkaldelse 1/97 gav anledning til det største antal ansøgninger overhovedet (1 580) med anmodning om i alt 75 mio. ECU. 55% af de disponible midler (9,5 mio. ECU) blev fordelt på tv-stationer og 45% på uafhængige producenter. Dette svarer til gennemsnittet ved de tidligere indkaldelser. Hvad angår antallet af programtimer i forbindelse med indkaldelse 1/97, tegnede tv-stationerne sig for 76% af det samlede antal timer.

5.3.2. De uafhængige producenter

Producenternes forskelligartethed afspejler forskelligartetheden inden for det europæiske audiovisuelle miljø. En række af de store navne inden for producentmiljøet optrådte regelmæssigt, og det samme gjaldt en række yngre producenter, som er interesseret i 16/9-formatet. Efter handlingsplanens ikrafttrædelse er der dannet en kerne af pionerer, som producerer i formatet. Over en fjerdedel af de ansøgte timer med nye produktioner under indkaldelse 1/95 stammede fra producenter, som havde svaret på indkaldelserne siden begyndelsen. Antallet af producenter, som ansøgte om støtte under handlingsplanen, var i konstant stigning: de repræsenterede 11% ved indkaldelse 1/94, 15% ved 2/94 og hele 35% ved 1/97. Disse producenter, som har valgt at arbejde i 16/9-formatet, producerer hovedsagelig dokumentar- og fiktionsprogrammer.

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 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-branchefolk 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.

5.3.3. *Tv-selskaberne*

Gennemsnitlig 30 tv-selskaber benyttede sig af handlingsplanens "programdel". De deltog i deres dobbelte egenskab af tv-spredningsorgan og producent. Til etablering af 16/9-tjenesterne fik de støtte via handlingsplanen, der ikke blot må ses som et middel til at opnå støtte, men selve planens 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.

5.3.4. *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 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 og det kommende fodbold-VM i Frankrig, 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 sikre den videre udbredelse af 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.

6. HANDLENDSPLANENS RESULTATER

6.1. Nye produktioner

6.1.1. Typer af 16/9-programmer

(antal timer med støtte for hver forslagsindkaldelse)

År Indkaldelse	1993		1994		1994		1995		1995		1996		1997	
	1/93		1/94		2/94		1/95		2/95		1/96		1/97	
	Timer	%	Timer	%	Timer	%	Timer	%	Timer	%	Timer	%	Timer	%
Fiktion	165	10	201	8	320	9	391	14	256	13	403	17	487,7	19
Dokumentar	193	11	464	19	845	25	650	24	496	24	840	35	513,4	20
Tegnefilm	0	0	23	1	19	1	12	0	46	0	30	1	0	0
Kultur	230	14	312	13	402	12	500	19	297	15	338	14	436,4	17
Sport	613	37	471	19	1001	29	446	16	265	13	444	18	205,4	8
Studie- transmissioner	466	28	1019	40	821	24	729	27	714	35	370	15	924,1	36
I alt	1667	100	2490	100	3408	100	2728	100	2074	100	2425	100	2567	100

Mellem 1993 og 1997 medvirkede handlingsplanen til finansiering af 16 856 timer med nye programmer i 16/9-format, hvoraf ca. halvdelen var programmer med lang levetid (fiktion, dokumentarprogrammer, kulturbegivenheder), 20% sport og 29% direkte transmissioner.

De forskellige kategorier har udviklet sig på følgende måde:

Væsentlig stigning inden for dokumentarprogrammer: der er produceret 4 001 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 24% ved den sidste indkaldelse i 1995, og højdepunktet blev nået i 1996 med 35%, således at disse programmets andel af de samlede programtimer blev mere end tredoblet. I forbindelse med indkaldelse 1/97 var 20% af det samlede antal timer for nye produktioner dokumentarprogrammer, hvilket er en klar bekræftelse af tendensen ved de tidligere indkaldelser. Dette gennembrud for dokumentarprogrammerne viser, at 16/9-formatet egner sig særlig godt til denne type programmer, specielt når de har et kreativt indhold. Resultatet er i overensstemmelse med målsætningen for EU's audiovisuelle politik, som bl.a. er at tilskynde til opbygningen af audiovisuelle kataloger. Dokumentarprogrammer 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) og overføres til andre medier (CD-ROM, multimedier, videokassetter).

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

Fremgang inden for fiktion: der er produceret 2 223 timer

Fiktionen har også styrket sin position og udgjorde ved de sidste to indkaldelser henholdsvis 17% og 19% af det samlede antal timer for 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.

Støt andel for kulturprogrammer: der er produceret 2 515 timer

Andelen af timer med kulturbegivenheder (opera, koncert, ballet, shows, cirkus) har ved hver indkaldelse ligget på ca. 15% (17% ved indkaldelse 1/97). Anvendelsen af 16/9-formatet er af afgørende betydning for disse programmets æstetiske og kulturelle kvalitet. I 1995 blev tre fjerdedele af de støttede transmissioner af kulturbegivenheder 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. Fra 1995 og frem til 1997 har de uafhængige producenter yderligere øget produktionen af transmissioner af kulturbegivenheder.

Nedgang i 1996 med hurtig opgang igen i 1997 for studietransmissioner: der er produceret 5 043 timer

Studietransmissioner repræsenterer en meget stor del af tv-selskabernes behov for programmer i 16/9-format. Studietransmissionerne (konkurrencer, talk shows o.l.) 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, seernes og annoncørernes synspunkt - de giver kanalen dens image og identitet. I forbindelse med indkaldelserne i 1996 tegnede studietransmissionerne sig dog kun for 15% af de støttede timer. Denne betydelige nedgang skyldtes fremgangen for programmer med lang levetid, såsom dokumentar- og fiktionsprogrammer. I 1997 steg andelen for studietransmissioner derimod drastisk og nåede op på at udgøre 37% af det samlede antal timer for nye produktioner.

Stor andel, men nedgang, for sport: der er produceret 3 445 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 sidste indkaldelse i 1995. Siden 1996 er der sket en betydelig stigning (til 18% - 444 timer) hovedsagelig på grund af De Olympiske Lege. Den nedadgående tendens blev igen bekræftet i 1997, hvor sportsprogrammerne kun udgjorde 8%. Sport er et af de mest interessante elementer for en tv-kanal, og transmissioner er uhyre vigtige, når det gælder markedsandele. Endvidere følges store sportsbegivenheder som De Olympiske Lege og fodbold-VM trofast af et publikum, som normalt ikke er særlig interesseret i sport. Branchefolkene regner desuden med, at disse begivenheder giver anledning til, at der sker en større udskiftning af tv-apparater.

Tegnefilm er så godt som ikke repræsenteret: der er produceret 130 timer

Ca. 1% af programmerne ved hver indkaldelse udgøres af tegnefilm. Der blev ikke finansieret nogen tegnefilm under indkaldelse 1/97.

Tv-selskabernes og producenterens valg var som følger:

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

6.1.2. Programmernes fordeling efter produktionsformat

(antal timer med støtte pr. forslagsindkaldelse)

År Indkaldelse	1993		1994		1994		1995		1995		1996		1997	
	1/93		1/94		2/94		1/95		2/95		1/96		1/97	
	Timer	%	Timer	%	Timer	%	Timer	%	Timer	%	Timer	%	Timer	%
Super 16 mm	197	12	259	10	393	12	365	13	293	14	460	19	359	14
35 mm	74	4	61	3	135	4	83	3	21	1	73	3	26	1
Video 625	698	42	1755	70	2034	60	2092	77	1284	62	1746	72	2182	85
Video 1250	697	42	415	17	846	25	188	7	476	23	145	6	0	0
TALT	1667	100	2490	100	3408	100	2728	100	2074	100	2424	100	2567	100

Der blev ydet støtte til fire formater. To af dem er filmformater, nemlig 35 mm og super 16. De to andre er videoformater: 625 linjer til traditionelle videooptagelser og 1250 linjer til højopløsnings-tv. Ved at inddrage disse fire produktionsformater dækker handlingsplanen således alle aspekter af tv-produktion.

35 mm har toppet: der er produceret 461 timer

I forhold til de øvrige formater har 35 mm sjældent tegnet sig for over 3%. Ved den sidste indkaldelse (1/97) anvendtes formatet kun til 1% af programmerne. Det anvendes ikke hyppigt inden for europæisk tv-produktion, fordi det er meget dyrt, med det er fortsat det foretrukne medie i forbindelse med visse fiktionsprogrammer og prestigepregede dokumentarprogrammer. I 1995 tegnede de uafhængige producenter sig for 90% af produktionen i 35 mm og tv-selskaberne sig for 10%.

Super 16 mm gik frem: der er produceret 2 324 timer

Super 16-formatet tegnede sig for 12% ved den første indkaldelse og nåede op på 19% i 1996 og 14% i 1997. Formatet skaber tilnærmelse mellem biograf og tv, og det er i stigende grad standardformatet inden for europæiske film beregnet for tv. I 1995 tegnede de uafhængige producenter sig for 54% af timerne i super 16, og fordelingen er således mere ligevægtig end tilfældet er med 35 mm. De 46%, der blev produceret af tv-selskaber, udgøres hovedsagelig af dokumentarprogrammer og fiktion.

Video 625 dominerer: der er produceret 11 780 timer

Dette format har, som forventet, domineret inden for 16/9-produktionen. 625 anvendes af hovedparten af tv-selskaberne: i 1995 tegnede tv-selskaberne sig for 80% af timerne i video 625. De resterende 20% blev produceret af de uafhængige producenter, som anvender formatet til lettere produktioner, f.eks. serier.

Højopløsningsformatet (video 1250 er i tilbagegang): der er produceret 2 779 timer

Med en andel, der er faldet fra 42% i 1993 til 23% ultimo 1995 og helt ned til 6% i 1996, har der været tale om en betydelig nedgang af antallet af timer i højopløsningsformatet (HD), som er støttet under handlingsplanen, og formatet var praktisk taget ikke repræsenteret ved indkaldelse 1/97. Video 1250 er det foretrukne format til sportstransmissioner på højt niveau (De Olympiske Lege, verdensmesterskaber), kulturbegivenheder og dokumentarprogrammer. HD anvendes til programmer med katalogværdi. Desuden er det æstetiske aspekt (realistisk billed- og farvegengivelse) i kombination med 16/9-formatet årsag til, at de nævnte prestigeprogrammer produceres i dette format.

Ilvad 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 de uafhængige producenter tegnede sig for 60% af HD-timerne i 1995.

6.2. Remastering

Remastering er en teknik, hvorved et program overføres fra ét medium til et andet, således at det kan udsendes i 16/9-formatet; dette foretages især i forbindelse med biograffilm. I forbindelse med lanceringen af 16/9-tjenesterne indebærer remastering af film to fordele. Den gør det muligt hurtigt at udfylde en programflade og dette til en pris, der er langt lavere, end hvis der tale om nye produktioner. Konverteringen kan foretages meget hurtigt, hvis originalen er 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 programmets cirkulation mellem de forskellige 16/9-tjenester i EU er med til at øge udbuddet. Efterspørgslen efter remastering må derfor nødvendigvis falde.

Hovedparten af konverteringen foretages på digitalt medium, hvormed man opnår alle de dertil knyttede tekniske fordele. 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 ydet støtte til konvertering af i alt 8 565 programtimer.

Mio. ECU

Indkaldelse	1/93		1/94		2/94		1/95		2/95		1/96		1/97	
	Mio. ECU	%	Mio. ECU	%	Mio. ECU	%	Mio. ECU	%	Mio. ECU	%	Mio. ECU	%	Mio. ECU	%
Nye produktioner	10,2	88	16,7	86	30	91	15,7	87	11,8	94	11,6	96	9,1	96
Remastering	1,4	12	2,7	14	3	9	2,4	13	0,7	6	0,4	4	0,4	4

Antal timer

Indkaldelse	1/93		1/94		2/94		1/95		2/95		1/96		1/97	
	Timer	%	Timer	%	Timer	%	Timer	%	Timer	%	Timer	%	Timer	%
Nye produktioner	1667	57	2490	55	3408	60	2728	67	2074	81	2423	79	2074	96
Remastering	1269	43	2065	45	2240	40	1371	33	477	19	643	21	500,6	4

Budgettet til konvertering har fulgt den generelle udvikling i forslagsindkaldelserne, og den andel af det samlede budget, der er tildelt konvertering, udgjorde pr. 31. december 1995 10,8%.

Den støtte nedgang i antallet af timer for remastering afspejler, at et flertal af landene med 50% og 80% nu fokuserer på nye produktioner i stedet for remastering, som typisk foretrækkes på de nye markeder.

7. KONKLUSIONER - PRODUKTION

7.1. Udbygning af de audiovisuelle kataloger

I løbet af fire år har handlingsplanen medfinansieret 25 422 programtimer med i alt 116,2 mio. ECU. Af dette antal timer dækker de 8 565 remastering og 16 856 nye produktioner. Inden for nye produktioner dækker de 4 001 timer dokumentarprogrammer, 2 223 timer fiktion og 2 515 kulturbegivenheder. Disse produktioner med lang levetid er et vigtigt bidrag til de europæiske audiovisuelle kataloger, som er programindustriens kapital. Dette viser, at de uafhængige producenter spiller en stigende rolle ved opbygningen af kataloger. 16/9-formatet er for dem en reel og formel forudsætning for en kvalitetsproduktion.

Hvis 16/9-formatet skal kunne udbredes generelt i Europa, må de mindre udviklede markeder tilskyndes til at anvende formatet. I 1995 begyndte man, som fastsat i Rådes afgørelse, at anvende handlingsplanens reserve til dette formål. Det tager tid at producere en tilstrækkelig mængde programmer og således opbygge et programkatalog, og de uafhængige producenter skal have tid til at tilpasse sig. Handlingsplanen har fulgt udviklingen og støttet producenterne i denne overgangsfase. Den database med programmer, som er tilknyttet handlingsplanen, er ved at blive forbedret gennem udarbejdelse af et europæisk 16/9-katalog, som vil blive tilgængeligt via Europa-Kommissionens server ("Europa") på adressen http://europa.eu.inf/A16_9/.

7.2. Partnerskab med henblik på en dynamisk 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 levedygtigt udbud af programmer, som kan føre til udbredelsen af 16/9-formatet på europæisk plan. Efter at programmet har fungeret i fire år, kan det konstateres, at budgetmidlerne fra handlingsplanen er blevet ligeligt fordelt mellem tv-selskaber og producenter: 55% er tildelt tv-selskaber og 45% producenter. Tv-selskaberne har tegnet sig for ca. 69% af timerne og de uafhængige producenter for 31%. Tv-selskaberne har først og fremmest modtaget støtte til konvertering af programmer, og de har produceret programmer med meget kort levetid, som understreger deres kanalers identitet. Ved hjælp af en sådan identitet kan de tiltrække et publikum, som derefter også vil følge andre programtyper.

7.3. 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 og ajourføre udstyr og fremgangsmåder. På grund af handlingsplanen har bredformatet udviklet sig fra at være en interessant teknisk mulighed til at blive en markedsfaktor.

7.4. International konkurrence og innovation

Den europæiske audiovisuelle industri er stillet over for den internationale konkurrence. Hertil kommer udfordringen i form af teknologiske nyskabelser, som 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, 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.

7.5. 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 almindeligt udbredt på europæisk plan. Ved sit udløb vil handlingsplanen have medvirket til finansiering af over 25 000 timer med nye eller konverterede programmer, hvilket er af afgørende betydning for at nå den kritiske masse af 16/9-tjenester.

16:9-formatet er fremtidens format, og dette er formelt fastslået på EU-plan gennem direktivet af oktober 1995 om transmissionsstandarder²⁸ 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 det bliver stadig mere udbredt. Anvendelsen af 16/9-formatet betragtes nu af alle tv-stationer som en af de faktorer, der vil føre til, at digitalt tv bliver "fremtidens tv".

²⁸ 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 I

Tabel 1A

Transmissionsomkostninger

	Enhedssats (ECU pr. time)
Forste 50 timer	6 000
Efter de første 50 timer	2 500

Tabel 1B

Reviderede produktionsomkostninger

Programtype	Enhedssats (ECU pr. time)
Programmer konverteret fra eksisterende materiale, egnet til udsendelse i 16:9 og i 625 linjer	3 000
Programmer konverteret fra eksisterende materiale, egnet til udsendelse i 16:9 og i 1 250 linjer	5 000
Super 16 mm	12 000
16/9 625-linje videoproduktion	
a) "stock"-programmer	12 000
b) "flow"- programmer	1 til 20 timer
	21. og følgende timer
	6 000
35 mm produktion	30 000
HD-video produktion (1250 linjer)	
a) "stock"-programmer	60 000
b) "flow"- programmer	1 til 20 timer
	21. og følgende timer
	10 000

ISSN 0254-1459

KOM(98) 441 endelig udg.

DOKUMENTER

DA

08 10 15

Katalognummer : CB-CO-98-453-DA-C

ISBN 92-78-38108-X

Kontoret for De Europæiske Fællesskabers Officielle Publikationer

L-2985 Luxembourg