



Bruxelles, den 3.12.2020
COM(2020) 784 final

**MEDDELELSE FRA KOMMISSIONEN TIL EUROPA-PARLAMENTET, RÅDET,
DET EUROPÆISKE ØKONOMISKE OG SOCIALE UDVALG OG
REGIONSUDVALGET**

**Europas medier i det digitale årti:
En handlingsplan til støtte for genopretning og transformering**

1. INDLEDNING

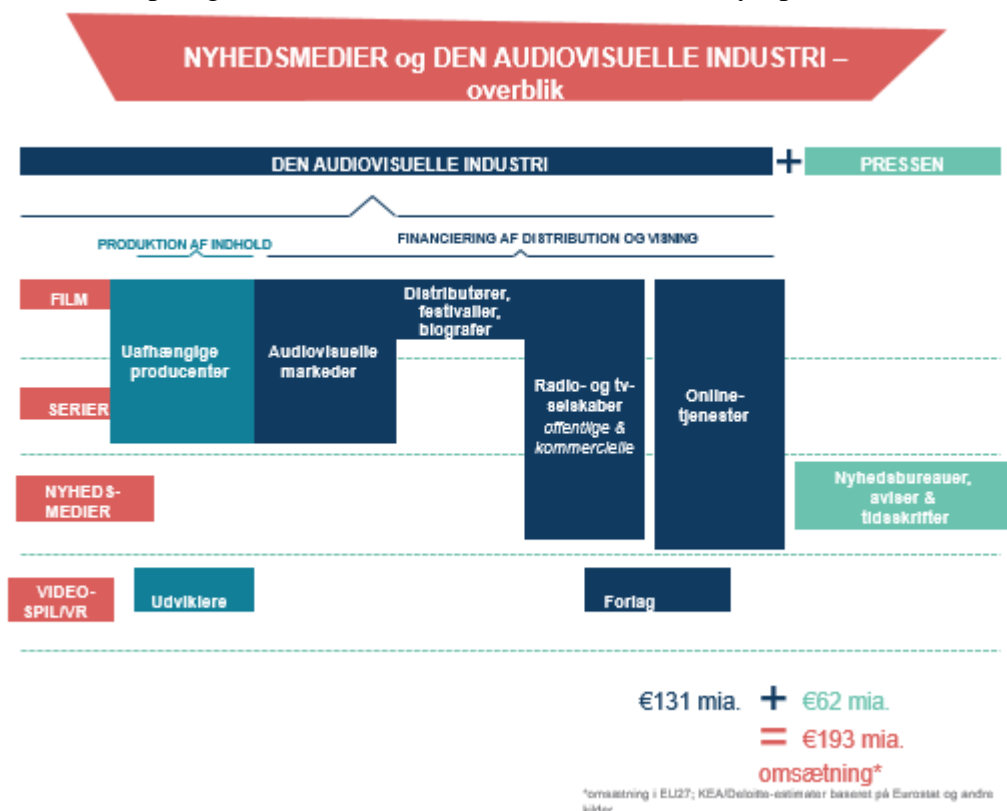
Europas nyhedsmedier og audiovisuelle sektorer har været afgørende for at holde borgerne orienteret og underholdt under covid-19-pandemien. Efterspørgslen efter faktatjekkede oplysninger og nyheder er steget betydeligt, mens film, serier eller videospil har været den vigtigste kilde til underholdning i månederne efter nedlukningen.

Et frit, mangfoldigt og dynamisk mediemiljø er nøglen til at styrke åbne og demokratiske samfund og fremme Europas kulturelle mangfoldighed. Europa er et kunstnerisk og kulturelt kraftcenter. Udnyttelse af det europæiske indre markeds potentiale til at fremme kulturel mangfoldighed vil være til gavn for medierne, den audiovisuelle sektor og den kulturelle sektor i bred forstand.

Den europæiske mediesektor

Mediesektoren som helhed omfatter en række brancher, der producerer og distribuerer indhold, som deler synergier, og hvis værdi er baseret på intellektuel ejendomsret. Sektoren består hovedsagelig af SMV'er, selv om nogle større medievirksomheder har tilstrækkelig størrelse til at inkorporere medieaktiviteter på tværs af sektorer og forskellige steder i værdikæden. Den samlede mediesektor bidrager til jobskabelse og vækst med en omsætning på over 3 % af BNP¹.

Denne meddelelse fokuserer på nyhedsmediesektoren (herunder trykt og online presse, radio og audiovisuelle tjenester) og audiovisuel underholdning — navnlig film, tv, radio og videostreaming samt videospil og innovative formater såsom virtual reality-oplevelser.



¹ Europa-Kommissionens skøn baseret på data fra Eurostat og andre kilder, herunder EAO, Statista.

Konsekvenserne af covid-19

Kulturen og det kreative økosystem, som nyhedsmedier og den audiovisuelle industri er en integreret del af, er blevet hårdt ramt af pandemien. Nyhedsudgivelser oplevede et fald i reklameindtægterne på mellem 30 % og 80 %², og for tv lå dette fald på 20 %³, under generelle nedlukninger i andet kvartal af 2020. Europæiske SMV'er i mediebranchen står over for alvorlige likviditetsproblemer, samtidig med at arbejdsløsheden er steget, og mange mediefolk og journalister — navnlig dem, der har usikre ansættelsesforhold eller er freelancere — har ikke haft nogen indkomst⁴. Biograferne blev ramt af et sammenbrud i indtægterne⁵ (med tab anslået til 100 000 EUR pr. skærm pr. måned under nedlukningen), mens optagelsen af nye film, programmer og tv-serier i mange tilfælde er blevet standset og ofte ikke kan regne med forsikringspolicer, der er egnede til at dække begivenheder såsom denne globale pandemi⁶.

Sideløbende hermed har krisen fremskyndet større tendenser inden for digital teknologi. Onlineplatforme har styrket deres markedsposition, lanceret nye tjenester og tiltrukket nye brugere under nedlukningen. Nye sociale onlineplatforme — hovedsagelig baseret på audiovisuelt indhold — har også oplevet rekordstore antal downloads, navnlig blandt unge brugere⁷.

Ambitionen med denne meddelelse er at fremskynde genopretningen, omstillingen og modstandsdygtigheden i medieindustrien. Det er nødvendigt at tackle de strukturelle udfordringer, som den audiovisuelle industri og nyhedsmedieindustrien står over for. I nyhedsmediesektoren har traditionelle medier kæmpet for at tilpasse sig et onlinemarked, hvor størstedelen af reklameindtægterne går til globale onlineplatforme. I forbindelse med covid-19-udbruddet har annoncører reduceret deres samlede reklameudgifter i en situation med økonomisk usikkerhed, hvilket yderligere udfordrer sektorens bæredygtighed og potentielt påvirker borgernes adgang til pluralistiske og uafhængige informationskilder.

I den audiovisuelle sektor er den største udfordring markedsfragmenteringen. De europæiske audiovisuelle virksomheder fokuserer i det store og hele på nationale målgrupper med nogle få undtagelser. Inden for EU eksporteres europæiske film til gennemsnitligt tre lande, mens amerikanske film eksporteres til 10 lande. Amerikanske film udgør desuden 66 % af billetsalget i EU⁸. Som følge heraf er selv de største europæiske medieaktører betydeligt mindre end deres vigtigste globale konkurrenter. Europæiske koncerner tegner sig for 11 % af indtægterne i verdens 50 største audiovisuelle koncerner sammenlignet med over 70 % i amerikanske koncerner⁹.

Platformenes rolle på det europæiske audiovisuelle marked

En række stærke internationale video-on-demand-platforme er kommet ind på det europæiske marked og producerer med succes indhold i Europa. Dette har både været en mulighed og en udfordring for uafhængige europæiske audiovisuelle producenter og

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

³ EAO, Ampere Analysis, oktober 2020.

⁴ En oversigt over den audiovisuelle sektor i forbindelse med covid-19 kan findes på: <https://rm.coe.int/iris-plus-2020-2-the-european-audiovisual-industry-in-the-time-of-covi/16809f9a46>.

⁵ <https://www.unic-cinemas.org/en/news/news-blog/detail/the-impact-of-the-coronavirus-outbreak-on-the-european-cinema-industry/>.

⁶ Manglen på passende forsikring er også blevet fremhævet i forbindelse med foranstaltninger truffet af nationale filmfonde til håndtering af pandemien: <https://europeanfilmagencies.eu/news-publications/our-press-releases/241-measures-by-efad-members-to-mitigate-the-consequences-of-the-covid-19-outbreak>.

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

⁸ Det Europæiske Audiovisuelle Observatorium.

⁹ Det Europæiske Audiovisuelle Observatorium.

projekter.

På den ene side kan platforme give europæiske producenter og kunstnere adgang til en bredere international offentlighed sammen med attraktive honorarer. Disse suppleres i nogle tilfælde af incitamentet baseret på udnyttelse af filmen/serien og/eller bonusser, der er knyttet til succesen af deres arbejde.

På den anden side kan platformenes anvendelse af, hvad der kan defineres som en model baseret på bestillingsarbejder (såkaldt "work-for-hire", dvs. erhvervelse af alle intellektuelle ejendomsrettigheder fra producenten og/eller fra individuelle skabere fra starten, globalt og i evighed), "fastlåse" producenter/talenter hos den pågældende platform.

Audiovisuelle virksomheder bør være i stand til at betragte det europæiske kontinent — og ikke kun deres respektive nationale markeder — som deres hjemmemarked. For at dette kan ske, er det nødvendigt, at de europæiske aktører bliver store nok til at nå ud over de nationale grænser og investerer i indhold, talenter, markedsføring, distribution, innovation og teknologi hvor som helst i EU. I nyhedsmediesektoren bør virksomhederne være i stand til at finde tilstrækkeligt levedygtige og bæredygtige finansieringsmodeller til at sikre borgernes adgang til et pluralistisk, mangfoldigt og uafhængigt medielandskab, herunder på regionalt og lokalt plan.

Den digitale omstilling vil være nøglen til at frigøre dette reelle potentiale. Dette gælder for økonomien som helhed, og medierne er ingen undtagelse. Europa har alle de nødvendige aktiver til at trives i det digitale årti med sit indre marked og 450 millioner forbrugere, sin talentmasse, producenternes, ophavsmændenes og de udøvende kunstners kreativitet samt kvaliteten af det europæiske indhold.

Følelsen af uopsættelighed

Kombinationen af de underliggende tendenser og covid-19-krisen kan, uden en stærk politisk reaktion, undergrave modstandsdygtigheden i Europas mediesektor og dens demokratiske rolle. Dette kan svække Europas kulturelle mangfoldighed og mediepluralisme.

Europas borgere skal fortsat drage fordel af den rigdom af information og underholdning, som mediesektoren giver, og regne med en åben demokratisk debat sammen med medier og kunstnerisk frihed. Samtidig bør de have mulighed for frit at vælge mellem disse forskellige muligheder og kunne navigere i det moderne nyhedsmiljø og træffe informerede beslutninger.

Intellektuelle ejendomsrettigheder (IP-rettigheider)¹⁰ er afgørende for mediesektoren. En effektiv håndhævelse af intellektuelle ejendomsrettigheder — og navnlig af ophavsret — er et centralt element til støtte for industrien, navnlig i de nuværende udfordrende tider.

EU har for nylig moderniseret sin lovgivningsmæssige ramme med det reviderede direktiv om audiovisuelle medietjenester (AVMSD)¹¹ og en reform af ophavsretten¹² efter brede debatter om, hvordan man bedst sikrer ytringsfriheden i alle dens facetter. Denne meddelelse bygger på dette moderne regelsæt og foreslår yderligere tiltag, der kombinerer investeringer med andre politiske

¹⁰ Se COM(2020) 760 — Optimering af EU's innovative potentiale — En handlingsplan for intellektuelle ejendomsrettigheder til støtte for EU's genopretning og modstandsdygtighed https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/da/ip_20_2187.

¹¹ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/audiovisual-media-services-directive-avmsd>.

¹² <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/eu-copyright-legislation>.

tiltag, for at hjælpe mediesektoren med at klare sig igennem krisen og derefter blive mere konkurrencedygtig. Denne meddelelse er derfor bygget op omkring tre temaer:

a) *Genopretning*: hvad Kommissionen planlægger at gøre for at hjælpe audiovisuelle virksomheder og medievirksomheder med at klare sig igennem den nuværende storm og yde likviditet og finansiel støtte

b) *Transformering*: tage fat på strukturelle problemer ved at hjælpe industrien med at klare den dobbelte omstilling i forbindelse med klimaændringer og digitalisering i en situation med hård global konkurrence

c) *Muliggørelse og styrkelse*: skabe betingelser, der giver mulighed for mere innovation i sektoren, samtidig med at der sikres reelle lige vilkår, og sætte borgerne i stand til lettere at få adgang til indhold og træffe informerede beslutninger.

Mediesektorens økonomiske genopretning og konkurrenceevne er en forudsætning for et sundt, uafhængigt og pluralistisk medielandskab, som igen er afgørende for vores demokrati. Denne meddelelse supplerer handlingsplanen for europæisk demokrati. Den imødegår risici for de europæiske demokratiske systemer på områderne desinformation, valgintegritet samt mediefrihed og -pluralisme. Den omfatter en række initiativer til at skabe et sikrere og bedre arbejdsmiljø for journalister samt fremme mediekendskab.

Denne meddelelse er også fuldt ud i overensstemmelse med Kommissionens kommende forslag om retsakt om digitale tjenester og retsakt om digitale markeder, som har til formål at modernisere de retlige rammer for digitale tjenester i EU. Sammen vil de fastsætte klare regler og ansvarsområder for onlineplatforme, og navnlig de stærkeste, for at sikre lige vilkår online.

Et sundt mediemiljø er også afgørende for demokratiske og stabile udvidelses- og naboskabslande i EU. Hvor det er muligt og hensigtsmæssigt, vil de initiativer, der skitseres i denne meddelelse — herunder dem, der tager sigte på nyhedsmedier og mediekendskab — være åbne for uafhængige professionelle medier i de lande, der er omfattet af EU's udvidelses- og naboskabspolitikker. Disse vil supplere og styrke de tiltag, der er fremhævet i EU's handlingsplan for menneskerettigheder og demokrati for 2020-2024¹³. Hvor det er relevant, vil foranstaltningerne også bidrage til at fremme europæisk medieindhold i tredjelande.

Foranstaltningerne i denne meddelelse vil tage hensyn til behovet for en inklusiv europæisk mediesektor, der afspejler Europas mangfoldighed. De vil blive gennemført med henblik på at fremme lige adgang til muligheder og ressourcer for personer, der ellers ville blive udelukket eller marginaliseret, f.eks. inkludering af adgang til indhold for personer med handicap¹⁴.

De gældende statsstøtteregler præciserer, på hvilke betingelser medlemsstaterne kan yde offentlig støtte. For at lette støtten fra de nationale myndigheder har Rådet opfordret Kommissionen til at evaluere anvendelsen af statsstøttereglerne i pressesektoren. Kommissionen er i færd med at vurdere behovet for passende foranstaltninger. De midlertidige rammebestemmelser for statsstøtte finder også anvendelse på sektorspecifikke foranstaltninger såsom støtte til pressesektoren, musiksektoren og den audiovisuelle sektor¹⁵.

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

¹⁴ Dette vil ske under hensyntagen til FN's konvention om rettigheder for personer med handicap (CRPD): <https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities.html>.

¹⁵ For at lette støtten til pressen og øge gennemsigtigheden og forudsigeligheden af statsstøttekontrollen i denne sektor har Kommissionen udarbejdet og vil regelmæssigt ajourføre et onlineregister (https://ec.europa.eu/competition/sectors/media/sa_decisions_to_media.pdf), der indeholder relevant retspraksis.

2. GENOPRETNING

Medievirksomheder udgør vigtige aktiver for Europas konkurrenceevne. Det er derfor afgørende at yde passende finansiel støtte og likviditet, så de kan klare sig igennem den nuværende økonomiske storm. I den forbindelse vil programmet Et Kreativt Europa — og navnlig dets MEDIA-underprogram — spille en afgørende rolle. Et sådant program har været det vigtigste instrument i EU's støtte til de kulturelle og kreative sektorer, herunder den audiovisuelle sektor, i de seneste 30 år.

På grundlag af den politiske aftale om det næste langsigtede budget og Next Generation EU, der blev indgået den 10. november 2020, vil budgettet for programmet Et Kreativt Europa for 2021-2027 stige med ca. 58 %, med en samlet rammebevilling på 2,2 mia. EUR i 2018-priser (sammenlignet med 1,4 mia. EUR for 2014-2020 i 2018-priser — på EU-27-niveau). På grundlag af Kommissionens forslag og i afventning af afslutningen af forhandlingerne vil programmet også for første gang omfatte foranstaltninger med fokus på mediefrihed og -pluralisme, journalistik og mediekendskab.

Kommissionen har allerede iværksat en række foranstaltninger i løbet af 2020. Der er indført fleksibilitetsforanstaltninger for garantifaciliteten for de kulturelle og kreative sektorer¹⁶, navnlig en forhøjelse af garantidækningen på op til 90 % for individuelle SMV'er og et garantiloft på op til 25 % for finansielle formidlere samt afdragsfri perioder. Støtten til netværket af europæiske biografer vil blive øget med 5 mio. EUR i første kvartal af 2021.

De europæiske struktur- og investeringsfonde¹⁷ har potentiale til at spille en vigtig rolle med hensyn til at støtte mediesektoren. Denne er også allerede berettiget til støtte inden for rammerne af de to pakker i investeringsinitiativet som reaktion på coronavirusset, som omdirigerer eksisterende samhørighedsfonde til kriseberedskabsforanstaltninger, såsom tilvejebringelse af arbejdskapital til SMV'er¹⁸.

Der stilles også yderligere samhørighedsmidler til rådighed gennem REACT-EU¹⁹, hvor kultursektoren anerkendes som en prioritet og støtten vil blive fokuseret på ordninger med nedsat arbejdstid og på selvstændige samt på støtte til SMV'er.

Den midlertidige støtte til mindskelse af risiciene for arbejdsløshed i en nødsituation (SURE) er også et vigtigt instrument, der er til rådighed for medlemsstater, der skal mobilisere betydelige

Desuden er der i åbenhedsregisteret adgang til oplysninger om medlemsstaternes statsstøtte, som ajourføres løbende. Det er vigtigt at bemærke, at for at sætte medlemsstaterne i stand til at støtte virksomheder i forbindelse med covid-19-udbruddet besluttede Europa-Kommissionen den 13. oktober 2020 at forlænge og udvide anvendelsesområdet for de midlertidige rammebestemmelser for statsstøtte, der blev vedtaget den 19. marts 2020. Støtte, der ydes i henhold til de midlertidige rammebestemmelser, kan kumuleres med støtte i henhold til de minimis-forordninger (Kommissionens forordning (EU) nr. 1407/2013, nr. 1408/2013, nr. 717/2014 og nr. 360/2012), som er fritaget for anmeldelsespligten, forudsat at bestemmelserne og kumulationsreglerne i disse forordninger overholdes. [SA.59106 (2020/N) Kompensationsordning for den danske mediesektor i forbindelse med covid-19 — Danmark. SA.57530 (2020/N) — covid-19-støtteordning for audiovisuelle produktionsselskaber — Luxembourg. Statsstøttesag SA.58801 (2020/N) — Italien covid-19: Støtte til små bogforlag og statsstøtte. SA.58847 (2020/N) — Italien covid-19: Støtte til musik.]

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

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

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

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

finansielle midler til at bekæmpe de negative økonomiske og sociale konsekvenser af coronavirusudbruddet i deres område²⁰.

Genopretnings- og resiliensfaciliteten er en vigtig mulighed for medlemsstaterne for at investere i den dobbelte digitale og grønne omstilling og styrke vores industris modstandsdygtighed. Hver national genopretnings- og resiliensplan vil øremærke mindst 20 % af udgifterne til digital teknologi. Foranstaltninger til fremme af produktion og distribution af digitalt indhold, såsom digitale medier, vil tælle med i dette mål.

I henhold til genopretnings- og resiliensplanerne og i overensstemmelse med statsstøtteregele kan nationale reformer og investeringer også bidrage til at styrke europæiske nyhedsmedier og den audiovisuelle digitale kapacitet, herunder gennem projekter på flerlandniveau såsom samproduktioner af europæisk indhold, EU's mediedatainfrastruktur eller egenkapitalinvesteringer til fremme af europæisk audiovisuel produktion eller distribution (se Aktion 2 nedenfor).

Som skitseret i Kommissionens årlige strategi for bæredygtig vækst for 2021 bør medlemsstaterne i denne forbindelse være opmærksomme på sektorer, der spiller en central rolle for vores demokratier, "navnlig mediesektoren, hvor støtten bør ydes på en måde, der respekterer og fremmer mediefrihed og -pluralisme", og også iværksætte udveksling mellem medlemsstaterne af bedste praksis for offentlige støttemekanismer²¹.

AKTION 1 — Bedre adgang til EU-støtte

- *Et nyt interaktivt værktøj, der vejleder medievirksomheder om de forskellige støtteinstrumenter.*

For: alle medievirksomheder i EU, uanset deres aktivitetsområde (audiovisuelle medier, nyhedsmedier osv.) og størrelse.

Kommissionen vil arbejde på at sikre, at medievirksomheder kan få adgang til EU-støttemuligheder fra alle tilgængelige instrumenter og programmer. Den vil derfor — i tæt samarbejde med den fælles EU-portal til EU-finansieringsmuligheder²² — udvikle et nyt interaktivt værktøj, der er skræddersyet til mediesektoren. Dette værktøj vil give vejledning i, hvordan der ansøges om relevant EU-støtte inden for den flerårige finansielle ramme for 2021-2027, men også gennem nationale genopretnings- og resiliensplaner.

Værktøjet vil samle alle relevante EU-finansieringsmuligheder for audiovisuelle medier og for nyhedsmedier. Via nogle få klik vil enhver europæisk medievirksomhed — uanset størrelse og fokus — blive dirigeret til den mest hensigtsmæssige kilde til EU-støtte, afhængigt af virksomhedens karakteristika og behov. Virksomhederne vil også kunne få adgang til oplysninger om de forskellige indkaldelser og om mulighederne for assistance i ansøgningsprocessen.

Dette vil bygge på eksisterende værktøjer og erfaringerne fra Enterprise Europe Network²³, som yder støtte og vejledning til virksomheder, herunder i medierne og den audiovisuelle sektor.

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

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

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

²³ <https://een.ec.europa.eu/>.

AKTION 2 — MEDIA INVEST, der har til formål at øge investeringerne i den audiovisuelle industri

- *En særlig egenkapitalinvesteringsplatform til fremme af europæiske audiovisuelle produktioner og distributionsstrategier*
- *Udvikling af en investeringspipeline gennem kapacitetsopbygning for investorer og investeringsparathed for virksomheder.*

For: Audiovisuelle produktions- og distributionselskaber i EU.

Den europæiske audiovisuelle industri er kendetegnet ved et stort antal meget innovative og kreative uafhængige produktions- og distributionselskaber med et stort vækstpotentiale. De mangler imidlertid ofte den finansielle styrke til at konkurrere på europæisk og globalt plan. Samtidig er europæiske investorer stort set uvidende om disse virksomheders potentiale. De forbinder ofte investeringer i sådanne foretagender med store risici på grund af manglende adgang til oplysninger om vellykkede produktioner og på grund af aktiver, der hovedsagelig er af immateriel karakter.

Der er ydet et betydeligt bidrag til at øge adgangen til lån gennem garantifaciliteten for de kulturelle og kreative sektorer²⁴. Denne form for støtte vil blive videreført gennem InvestEU.

Der er dog også et hul i egenkapitalfinansieringen for audiovisuelle sektorer og andre kreative sektorer, der anslås til at være på 399-648 mio. EUR om året²⁵. Derfor er der behov for et nyt initiativ til støtte for egenkapitalfinansiering for at styrke en uafhængig audiovisuel produktionskapacitet i Europa, der kan skabe kvalitetsværker til det internationale marked fra alle dele af Europa. Europæiske virksomheder skal have adgang til de finansielle midler til at blive mere selvstændige og udnytte den intellektuelle ejendomsret til det indhold, de producerer.

Kommissionen vil støtte oprettelsen af en dedikeret investeringsplatform, der kickstartes med midler, der bl.a. kommer fra MEDIA og InvestEU under Et Kreativt Europa. Den vil sigte mod at mobilisere private investorer og vil være åben for samarbejde med nationale erhvervsfremmende institutioner og brancheforeninger. Den vil støtte audiovisuelle projekter, der kan producere avancerede værker til de europæiske og internationale markeder, og vil koordinere udnyttelsen og distributionen af rettigheder på tværs af territorierne.

Investeringsplatformen vil hjælpe audiovisuelle virksomheder med at skalere op til internationalt niveau, så de kan tage større risici, udvikle strukturerede samarbejder med distributører eller andre medieforetagender og forvalte og udnytte deres kataloger. Ved at styrke selskabernes egenkapital kan sidstnævnte til gengæld investere i større produktioner, som vil have større chancer for at nå ud til et bredere publikum og opnå øget indtjening.

Målet er at mobilisere investeringer på 400 mio. EUR over en 7-årig periode og dermed yde et væsentligt bidrag til at afhjælpe hullet i egenkapitalfinansieringen²⁶. Den kan også på visse

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

²⁵ Forudgående evaluering af nye finansielle instrumenter for SMV'er, midcapselskaber og organisationer fra de kulturelle og kreative sektorer, SQW, 2019.

²⁶ Der er et hul i egenkapitalfinansieringen for audiovisuelle sektorer og andre kreative sektorer, der anslås til at være på 399-648 mio. EUR om året. Kilde: Forudgående evaluering af nye finansielle instrumenter for SMV'er, midcapselskaber og organisationer fra de kulturelle og kreative sektorer, SQW, 2019.

betingelser kombineres med medlemsstaternes genopretnings- og resiliensplaner, der finansieres gennem Next Generation EU²⁷.

Investeringsplatformen vil blive suppleret med kapacitetsopbyggende aktiviteter for investorer med henblik på at øge deres viden om globale produktions- og distributionsmarkeder og de dermed forbundne risici og give dem markedsoplysninger. Der vil blive afholdt en investorkonference i 2021 for at samle og mobilisere investorsamfundet.

Med udgangspunkt i erfaringerne fra garantifaciliteten for de kulturelle og kreative sektorer vil der desuden blive tilbudt investeringsberedskab til audiovisuelle virksomheder, der er interesserede i denne type investeringer. Disse vil modtage skræddersyet vejledning, der er tilpasset deres forretningsstrategi, for at tiltrække investorer og identificere de mest lovende projekter.

AKTION 3 — "NYHEDER": et initiativ til at samle aktioner og støtte til nyhedsmediesektoren

- *Bedre adgang til finansiering gennem lån og et pilotinitiativ for egenkapital*
- *Kapacitetsopbygning blandt investorer og medier*
- *Støtte til nyhedsmedier til at arbejde på fælles omstilling*
- *Et europæisk forum for nyhedsmedier.*

For: Europæiske nyhedsmedievirksomheder, journalister og tilknyttede organisationer.

Nyhedsmedier er både en økonomisk sektor og et offentligt gode. Det kræver tid, stabilitet og ressourcer for at nyhedsmedier kan producere uafhængigt og pålideligt indhold. Dette omfatter behovet for øget mediekapacitet til at analysere og afspejle videnskabelige oplysninger om vigtige samfundsmæssige spørgsmål såsom sundhed og klimaændringer. I de seneste år har nyhedsmediesektoren imidlertid oplevet fortsatte forandringer på grund af udviklingen i indtægtsmodellerne og den digitale omstilling. I nogle tilfælde har medieforetagender — navnlig på lokalt og regionalt plan — måttet lukke på grund af problemer med at generere indtægter, hvilket potentielt kan gøre små markeder til "nyhedsørkener". Der har også været et fald i antallet af medieforetagender, der sender korrespondenter til udlandet, hvilket kan have en skadelig indvirkning på dybdegående analyser og professionel rapportering. Covid-19-krisen kan accelerere disse tendenser, samtidig med at de europæiske borgere mere end nogensinde før forlader sig på nyhedsmedier, hvilket afspejles i et stigende antal læsere og publikum²⁸.

Kommissionen vil lancere et "NEWS"-initiativ for at samle aktioner og støtte til nyhedsmediesektoren. Dette initiativ vil se holistisk på de udfordringer, som nyhedsmediesektoren står over for, og give et sammenhængende svar, der samler forskellige finansieringsinstrumenter under et fælles banner. Dette vil øge sammenhængen, synligheden og virkningen af de foranstaltninger, der støttes under forskellige finansieringsstrømme, samtidig med at mediernes uafhængighed respekteres fuldt ud.

²⁷ I overensstemmelse med Kommissionens forslag til forordning om oprettelse af en genopretnings- og resiliensfacilitet (COM(2020) 408 final). I artikel 8 fastsættes det, at støtte under genopretnings- og resiliensfaciliteten skal være et supplement til den støtte, der ydes under andre EU-fonde og -programmer. I artikel 22 fastsættes det, at Kommissionen og medlemsstaterne skal sikre en effektiv koordinering mellem genopretnings- og resiliensfaciliteten og andre EU-programmer.

²⁸

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

Kommissionen vil lette adgangen til finansiering ved at stimulere både lån og egenkapitalfinansiering:

- For nyhedsmedier, der søger likviditet, vil adgangen til lån blive lettet takket være støtten fra InvestEU-garantien, der bygger på erfaringerne med garantifaciliteten for de kulturelle og kreative sektorer og Den Europæiske Fond for Strategiske Investeringer
- For nyhedsmedier, der har behov for investeringer, vil Kommissionen sigte mod at etablere et egenkapitalbaseret pilotprojekt gennem InvestEU, som bl.a. kan støtte nyhedsmediesektoren på innovative måder ved at investere sammen med midler fra filantropister, fonde og andre private partnere.

Disse foranstaltninger vil blive suppleret med kapacitetsopbyggende tjenester, der har til formål at øge investorenes og mediernes viden om det europæiske marked for nyhedsmedier og støtte investeringsparatheden blandt europæiske medier, navnlig lokale medier. Dette vil skabe dialog og engagement med potentielle investorer og fremme investeringer.

Desuden vil der blive ydet målrettet støtte i form af tilskud under den tværsektorielle del af Et Kreativt Europa til samarbejdende nyhedsmediepartnerskaber. Tilskuddene vil støtte afprøvning af nye forretningsmodeller, og navnlig lokale medier, bistand til medierne med at udvikle deres forretningsstandarder og redaktionelle standarder, fremme af samarbejdsbaseret og grænseoverskridende journalistik, uddannelse og mobilitet for fagfolk og udveksling af bedste praksis. Netværkssamarbejde mellem de udvalgte projekter vil blive lettet for at maksimere virkningen.

Kommissionen vil indgå i regelmæssige udvekslinger med industrien for at arbejde hen imod en innovationsdagsorden for nyhedsmedier, der kan hjælpe sektoren med at trives i den digitale økonomi og det digitale samfund. Med henblik herpå vil Kommissionen oprette et europæisk forum for nyhedsmedier, der skal samarbejde med interessenter, herunder medietilsynsmyndigheder, repræsentanter for journalister, selvregulerende organer (medier/presseråd), civilsamfundet og internationale organisationer.

3. TRANSFORMERING

Formålet med dette afsnit er at fremme den langsigtede modstandsdygtighed og konkurrenceevne i Europas medieindustri, navnlig i forbindelse med den dobbelte digitale og grønne omstilling. Dette er også vigtigt for at støtte sektorens afgørende rolle med hensyn til at opfylde samfundsmæssige behov og fremme europæiske værdier.

Som det er tilfældet i mange industrisektorer, er datateknologien i centrum for omdannelsen af mediesektoren.²⁹ Navnlig kan publikumsdata inden for områder, hvor Europas globale konkurrenter er godt placeret — såsom udvikling af personaliseret indhold og markedsføring — give mulighed for nye forretningsmodeller baseret på et mere direkte forhold til kunderne³⁰. Et vigtigt eksempel herpå er reklamer, hvor internettet overhalede tv som hovedkanal i 2015 og støt har konsolideret sin førerposition siden da. I 2018 beløb internetreklamer sig til i alt over 50 mia. EUR, mens tv-reklamer beløb sig til under 40 mia. EUR³¹.

Samtidig stiger tilgængeligheden af forbrugerdata fortsat i takt med brugen af smartphones. Andelen af læsere, der tilgår nyheder fra smartphones, er steget fra 39 % i 2014 til 48 % i 2020.

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

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

³¹ Det Europæiske Audiovisuelle Observatorium.

Dette giver nye muligheder for at skabe, fremme og distribuere indhold i formater, der er skræddersyet til læsernes behov.

I denne forbindelse er respekten for databeskyttelse³² afgørende for at styrke enkeltpersoners grundlæggende rettigheder i den digitale tidsalder og lette erhvervslivet ved at præcisere reglerne for virksomheder og offentlige organer på det digitale indre marked.

Det nye område med immersivt indhold er også en sektor, hvis potentiale stort set ikke er udforsket, og hvor der kan skabes synergier mellem mediesektoren og andre vigtige europæiske industrier.

Europas mediesektor må ikke sakke agterud i den grønne omstilling. Derfor vil der i overensstemmelse med målene i den europæiske grønne pagt³³ — opnåelse af klimaneutralitet inden 2050, afkobling af økonomisk vækst fra ressourceforbrug, genopretning af biodiversiteten og nedbringelse af forureningen — blive truffet foranstaltninger til at mindske sektorens miljøpåvirkning.

AKTION 4 — Fremme af innovation gennem et europæisk mediedataområde og tilskyndelse til nye forretningsmodeller

- *Skabe et mediedataområde til støtte for medieselskaber i forbindelse med datadeling og udvikling af innovative løsninger*
- *Udsyn for europæiske medier: en rapport til analyse af medietendenser.*

For: Europæiske forlag, radio- og tv-selskaber, reklamevirksomheder, SMV'er i mediebranchen, teknologiudbydere, nystartede indholds- og teknologivirksomheder, indholdsskabere, producenter og distributører.

For at blive mere innovative og konkurrencedygtige bør europæiske medievirksomheder sættes i stand til at træffe bedre beslutninger og anvende mere avancerede løsninger baseret på viden fra data. Kommissionen foreslår, at dette sker ved at fremme oprettelsen af et europæisk "mediedataområde". Dette initiativ bygger på den europæiske datastrategi³⁴ og vil blive gennemført under fuld overholdelse af databeskyttelseslovgivningen.

Dataområder kan ændre den måde, hvorpå ophavsmænd, producenter og distributører samarbejder. De lagrer relevante mediedata såsom indhold, publikumsdata og metadata om indhold samt andre typer data om brugernes adfærd, som kan være nyttige til at skabe indhold, der er bedre tilpasset forbrugernes behov, og distribuere det mere effektivt.

Mediedataområdeinitiativet, der finansieres gennem programmerne Horisont Europa og programmet for et digitalt Europa, vil støtte presseudgivere, radio- og tv-selskaber, andre medievirksomheder og teknologiudbydere i forbindelse med at skabe et dataområde dedikeret til medieapplikationer. Programmet for et digitalt Europa vil bidrage til udrulningen af datainfrastrukturen og fastlægge en strategi for datainteroperabilitet. I overensstemmelse med den europæiske datastrategi og det nye horisontale dataforvaltningsinitiativ³⁵ vil det også integrere de avancerede værktøjer og tjenester, der er nødvendige for forvaltning og behandling af data, og fastlægge betingelserne for deling og anvendelse af data, herunder IP, databeskyttelse, privatlivets

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

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

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

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

fred og konkurrenceregler. Initiativet vil blive udformet under hensyntagen til input fra den overordnede gruppe af interessenter.

Datainfrastrukturen bør være tilgængelig for både public service-medier og kommercielle medieoperatører, uanset om de er store eller små, nystartede virksomheder eller etablerede aktører. For eksempel kunne flere nyhedsudgivere i EU på en konkurrencefremmende måde og under overholdelse af databeskyttelsesreglerne samle deres indhold og kundedata for at producere nyheder rettet mod deres egne nationale publikummer, og det relevante indhold kunne automatisk blive oversat til deres eget sprog. Dataområdet kunne også give værdifuld indsigt i tjenester, der har til formål at øge søgbarheden af medieindhold (nyheds- og underholdningsindhold) på tværs af grænserne samt lette kreative SMV'ers adgang til computerressourcer. Desuden kan det give mulighed for at udnytte synergier med datasæt produceret af andre kreative industrier (f.eks. dataområder for kulturarv) og industrisektorer (f.eks. detailhandel, bilindustrien).

Derudover vil Horisont Europa støtte innovative applikationer og teknologier på medieområdet. Investeringer i mediekomponenter med modulær og open source-infrastruktur kan lette fremkomsten af nye forretningsmodeller og deres udbredelse i traditionelle og nye medier og dermed forbedre borgernes adgang til information fra et bredt udvalg af kilder.

For at styrke sin vidensbase og danne grundlag for fremtidige politiske initiativer vil Europa-Kommissionen hvert andet år udarbejde en rapport, kaldet "Media Industry Outlook". I rapporten undersøges medietendenser — fra teknologiske fremskridt til nye produktions- og forbrugsmønstre — og deres potentielle indvirkning på det europæiske mediemarked og europæiske forretningsmodeller analyseres.

AKTION 5 — Fremme af en europæisk industriel koalition for Virtual og Augmented Reality (VR/AR)

- *VR/AR-industrikoalition med henblik på at stimulere samarbejde på tværs af industrisektorer og sikre europæisk lederskab.*
- *Lancere et VR Media Lab til projekter om nye måder at fortælle og interagere på.*

For: Europæiske Virtual- og Augmented Reality-virksomheder samt fagfolk og industrier, der anvender VR/AR-applikationer.

Immersive teknologier og indhold af høj kvalitet gør det muligt at skabe nye applikationer og anvendelsesmuligheder samt nye måder at inddrage publikum på. Immersive teknologier skaber mere attraktive og immersive oplevelser på forskellige områder såsom medier, underholdning, kultur, sundhedspleje, design, arkitektur, fremstilling, uddannelse, turisme, mode, uddannelse og detailhandel.

I 2030 vil Virtual Reality (VR) og Augmented Reality (AR) have potentiale til at tilføje ca. 1,3 billioner EUR til den globale økonomi, hvilket er en stigning fra 39 mia. EUR i 2019³⁶.

Selv om de fleste af de store aktører i øjeblikket befinder sig i Asien og USA, har Europa også et stort potentiale til at blive førende på markedet inden for denne teknologi³⁷. EU's forskningsmidler

³⁶ <https://www.pwccn.com/en/tmt/economic-impact-of-vr-ar.pdf>.

³⁷ https://ec.europa.eu/futurium/en/system/files/ged/vr_ecosystem_eu_report_0.pdf.

har støttet mere end 450 projekter dedikeret til VR og AR til et samlet beløb på over 1 mia. EUR siden 1990'erne.

Europa har en særlig konkurrencefordel, når det gælder indhold, takket være Europas store kulturelle mangfoldighed: Førende kulturelle aktører såsom ARTE, filmfestivalen i Venedig og Centre National du Cinema undersøger og støtter potentialet i VR aktivt. Europa har også højt kvalificerede arbejdstagere, der er i stand til at skabe 3D-modeller og computergenereret (CG) indhold til spilindustrien og VR-animation.

Med udgangspunkt i Europas kreativitet og stærke forskningsgrundlag har VR/AR-indhold, tekniske løsninger og applikationer potentiale til at sætte gang i innovationer i andre industrisektorer, såsom fremstillingsindustrien, ved at forbedre produktudvikling og -processer. Desuden spiller de en vigtig rolle med hensyn til at fremme omstillingen af turismesektoren og hjælpe kreative industrier såsom mode eller arkitektur med at udvikle nye forretningsmodeller, gøre produktionen mere effektiv ved at reducere spild og forbedre forbrugernes oplevelse.

Den europæiske VR/AR-sektor lider imidlertid under fragmentering på tværs af sektorer, aktører og applikationer. Kommissionen foreslår derfor at lancere en VR/AR-koalition for at stimulere samarbejde og gensidig inspiration på tværs af sektorer og sikre europæisk lederskab på dette vigtige, voksende marked. VR/AR-koalitionen vil skabe en platform for synergier ved at fremme fælles tiltag og forpligtelser.

Koalitionen vil være baseret på en bred, tværsektoriel tilgang, der inddrager industrier, teknologileverandører og kreative industrier. Koalitionen vil afspejle denne mangfoldighed af færdigheder og bestå af fremtrædende aktører i de forskellige sektorer, lige fra indholdsproduktion og -distribution til tilgængeligheden af teknologi samt innovation og virksomhedsudvikling. Den vil omfatte medlemmer, der repræsenterer nationale eller regionale VR/AR-sammenslutninger, og forskellige repræsentanter for industrien, som kunne drage fordel af den bredere anvendelse af VR/AR-teknologier til produktion og brug af indhold.

Koalitionen vil inden udgangen af 2021 fremlægge et strategidokument, der beskriver a) i hvilket omfang VR/AR anvendes i mediesektoren, b) mål for optimal anvendelse af VR/AR i mediesektoren, som skal nås inden 2026, c) konkrete tilsagn om, hvordan industrien vil bidrage til at nå disse mål.

Der vil også blive lanceret et VR Media Lab for at støtte kreativt samarbejde om projekter vedrørende nye måder at fortælle og interagere på gennem virtual og augmented reality. Det vil muliggøre fælles arbejde og gensidig læring mellem personer, der repræsenterer en række faggrupper (journalister, filmskabere, spildesignere, programmører, forskere). De finansierede projekter vil fokusere på indhold til underholdning, kultur og nyheder samt virtual reality-applikationer i andre brancher såsom turisme og andre områder såsom uddannelse.

AKTION 6 — Kurs mod en klimaneutral audiovisuel sektor

- *Struktureret udveksling af bedste praksis med industrien og lokale og regionale filmfonde og audiovisuelle fonde.*

For: Europæiske audiovisuelle virksomheder og fagfolk.

Mediesektoren har en betydelig miljøpåvirkning. I modsætning til mange andre industrier i Europa er CO₂-emissionerne fra denne industri i Europa konstant stigende, også på grund af den konstante stigning i medieforbruget, navnlig gennem streamingplatforme.

I den audiovisuelle sektor varierer skønnene fra 35 MtCO₂e (metriske ton kuldioxidækvivalent) for et afsnit af en tv-serie til 1 000 MtCO₂e for en spillefilm³⁸. En europæisk spillefilm producerer i gennemsnit 192 ton CO₂. Store internationale (sam-)produktioner kan have en langt større miljøpåvirkning på op til flere tusinde ton CO₂.

I overensstemmelse med EU's mål om klimaneutralitet inden 2050 vil Kommissionen arbejde tæt sammen med industrien og lokale og regionale filmfonde og audiovisuelle fonde med det formål at dele eksisterende bedste praksis³⁹ og nå til enighed om fælles værktøjer og grønne standarder. Onlinestreamingplatforme — hvis andel af CO₂-fodafttrykket stiger på grund af det stigende forbrug — vil også blive opfordret til at fremlægge deres idéer og initiativer.

Kommissionen vil arbejde på en vejledning om bedste praksis for grøn produktion og levering af tjenesteydelser. Tilgangen vil være gradvis med henblik på at øge bevidstheden og tilskynde industrien til at begynde at gennemføre mere bæredygtige løsninger. Den vil supplere Kommissionens tiltag i den digitale strategi⁴⁰ om at gøre infrastruktur såsom datacentre og telekommunikationsnet klimaneutral, energieffektiv og bæredygtig.

4. MULIGGØRELSE OG STYRKELSE

Europæerne bør være primus motor bag det digitale årti. Den seneste EU-lovgivning — såsom det reviderede direktiv om audiovisuelle medietjenester og reformen af ophavsret — bidrager til at sikre et øget ansvar hos alle medieaktører, herunder onlineplatforme, for beskyttelsen af sårbare grupper af mediebrugere, navnlig mindreårige. Den styrker også de europæiske ophavsmænds rettigheder.

Med udgangspunkt i disse solide lovgivningsmæssige rammer indeholder dette afsnit initiativer, der skal sætte europæiske medievirksomheder og talenter i stand til at trives på europæiske og globale markeder. Disse initiativer tager hensyn til behovet for, at borgerne kan finde og vælge alsidigt kvalitetsindhold online og være i stand til at navigere gnidningsløst og effektivt i det moderne mediemiljø.

Der vil blive lagt særlig vægt på Europas unge, men europæere fra alle baggrunde og generationer — herunder ældre — vil få mulighed for at være aktive og kritiske brugere af medieindhold.

AKTION 7 — Kurs mod en bredere tilgængelighed af audiovisuelt indhold i hele EU

- *Indlede en dialog med den audiovisuelle industri for at nå til enighed om konkrete skridt til at forbedre adgangen til og tilgængeligheden af audiovisuelt indhold på tværs af grænserne i EU.*

For: Den audiovisuelle industri (producenter, radio- og tv-selskaber, video-on-demand-tjenester, distributører osv.), forbrugerorganisationer og andre interesserede parter

³⁸ En grønnere europæisk audiovisuel industri — Bedste strategier og deres omkostninger (offentliggøres i 2021).

³⁹ En af de relevante kilder til god praksis, og en platform for samarbejde, vil være den europæiske klimapagt, som Kommissionen lancerer i december 2020.

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

Med covid-19-krisen er onlinebrugen af audiovisuelle tjenester i hjemmet steget eksponentielt sammen med husholdningernes vilje til at investere i underholdningsteknologier i hjemmet⁴¹. Krisen giver industrien mulighed for at nå ud til et bredere publikum online. Den nylige forordning om portabilitet af indhold⁴² giver europæiske borgere mulighed for at rejse med det indhold, de har købt eller abonneret på, i hele EU, og har allerede leveret praktiske fordele⁴³.

Hvad angår tilgængeligheden af audiovisuelt indhold online, er der et betydeligt potentiale for at øge denne: Rapporten om revisionen af forordningen om geoblokering⁴⁴ viser, at der er store forskelle mellem de audiovisuelle kataloger i medlemsstaterne. I gennemsnit er kun 14 % af filmene tilgængelige på video-on-demand-tjenester i alle medlemsstater⁴⁵.

En nylig Eurobarometer-undersøgelse viser, at over en tredjedel af internetbrugerne er interesserede i at få adgang til audiovisuelt indhold på tværs af grænserne⁴⁶. Disse resultater bekræftes af de seneste data fra Det Europæiske Audiovisuelle Observatorium, ifølge hvilke EU-film i gennemsnit stilles til rådighed i højst tre EU27-lande på video-on-demand-platforme⁴⁷. Dette udgør en guldgrube af uudnyttet potentiale og mangfoldighed, som europæerne kan nyde godt af.

Den audiovisuelle industri bør kunne drage fordel af Europa som dens hjemmemarked og drage fordel af de nye forbrugstendenser ved at gøre flere værker tilgængelige online i de forskellige medlemsstater.

For at støtte den audiovisuelle industri i denne omstilling har Kommissionen til hensigt at indlede en dialog med sektoren. Denne dialog vil bidrage til at nå til enighed om konkrete skridt til at forbedre adgangen til og tilgængeligheden af audiovisuelt indhold på tværs af grænserne som opfølgning på revisionen af forordningen om geoblokering. Dette vil gøre det muligt for industrien at opskalere og nå ud til nye målgrupper og gavne de europæiske borgere ved at give dem et større udvalg.

Dialogen vil samle repræsentanter fra den audiovisuelle industri (producenter, video-on-demand-tjenester, distributører osv.), forbrugerorganisationer og andre interesserede parter, f.eks. nationale

⁴¹ Ifølge PricewaterhouseCoopers rapport "Global Entertainment & Media Outlook 2020-2024" forventes indtægterne fra abonnementsbaseret video on demand (SVOD) som følge af covid-19-krisen at overhale biografernes billetsalg i 2020, og de forventes at stige kraftigt i de kommende fem år og nå op på mere end to gange størrelsen af biografernes billetsalg i 2024. Samtidig steg den globale omsætning for streamingtjenester med 26 % i 2020.

⁴² Europa-Parlamentets og Rådets forordning (EU) 2017/1128 af 14. juni 2017 om grænseoverskridende portabilitet af onlineindholdstjenester i det indre marked (EØS-relevant tekst).

⁴³ Europæere, der rejser, bekræfter ofte reglernes vigtighed i forbindelse med deres rejser. Næsten halvdelen (49 %) af de europæere, der har gratis eller betalt abonnement på onlineindholdstjenester og har rejst i EU, har forsøgt at få adgang hertil, når de besøger et andet EU-land. Eurobarometer 2019, 477a: "Adgang til onlineindhold og grænseoverskridende portabilitet af onlineindholdstjenester — undersøgelse af grænseoverskridende portabilitet".

⁴⁴ Meddelelse fra Kommissionen til Europa-Parlamentet, Rådet, Det Europæiske Økonomiske og Sociale Udvalg og Regionsudvalget om den første kortsigtede revision af forordningen om geoblokering. Findes på: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-publishes-its-short-term-review-geo-blocking-regulation>.

⁴⁵ Der er betydelige forskelle fra land til land, f.eks. har seere i Grækenland kun adgang til 1,3 % af de film, der er tilgængelige online i EU, mens seere i Tyskland har adgang til 43,1 %. Kilde: Arbejdsdokument fra Kommissionens tjenestegrene om den første kortsigtede revision af forordningen om geoblokering.

⁴⁶ Flash Eurobarometer 477b, 2019.

⁴⁷ Det Europæiske Audiovisuelle Observatorium, rapporten "Film and TV content in VOD catalogues 2020 Edition".

filmfonde, og vil finde sted i løbet af 2021. Eventuelle specifikke mål for at øge udbredelsen af audiovisuelle værker i hele EU og måder, hvorpå de kan nås, kan fastlægges i dialogen.

Kommissionen vil overvåge fremskridtene med hensyn til at nå de specifikke mål i samarbejde med den audiovisuelle sektor og træffe afgørelse om opfølgningen og vurdere forskellige muligheder, herunder lovgivningsmæssige tiltag.

Samtidig bør biografer fortsat være kultursteder, der giver bedre muligheder for social interaktion. Med henblik herpå vil Kommissionen gennem MEDIA under Et Kreativt Europa undersøge, hvordan biograferne kan tilskyndes til yderligere at forbedre biografgængernes oplevelse.

AKTION 8 — Fremme af europæiske medietalenter

- *Nye mentorprogrammer for Europas medietalenter.*
- *MEDIA-bootcamps, der giver praktisk intensiv uddannelse til unge mediefolk.*
- *Kampagne om mangfoldighed foran og bag kameraet.*
- *MEDIA-markedsportal til at fremhæve Europas mest lovende nystartede virksomheder, der er aktive i mediesektoren, og hjælpe dem med at trives.*
- *Creative Innovation Labs, der er åbne for nystartede virksomheder og vækstvirksomheder.*

For: Europæiske fagfolk på det audiovisuelle område, innovative europæiske medievirksomheder (fra og uden for den audiovisuelle sektor).

Talenter i medieindustrien, uanset hvilken sektor og hvor de befinder sig i Europa, udgør kernen i medieindustriens konkurrenceevne.

Nogle erhverv opfattes dog stadig som utilgængelige af nogle samfundsgrupper. Dette illustreres f.eks. af underrepræsentationen af kvinder i beslutningstagende stillinger i den audiovisuelle industri⁴⁸.

Kommissionen vil integrere den mentorpraksis, der har vist sig at være meget vellykket i de uddannelsesprojekter, der i de seneste år er blevet støttet for den audiovisuelle sektor gennem MEDIA under Et Kreativt Europa⁴⁹. Sådanne mentorprogrammer vil blive udviklet i forskellige formater og udnytte alle de kreative og forretningsmæssige muligheder, som digitale teknologier giver.

Derudover vil der blive iværksat en kommunikationskampagne for at fremme mangfoldighed, ikke kun foran kameraet, men også bag kameraet, med henblik på at forbedre diversificerede repræsentationer og tilføje nye idéer, historier og stemmer. Kampagnen vil understøtte Kommissionens meddelelse "En Union for ligestilling: EU's handlingsplan for bekæmpelse af racisme 2020-2025"⁵⁰ samt EU's strategi for ligestilling for LGBTIQ-personer⁵¹ og EU's strategiske ramme for romaernes ligestilling, inklusion og deltagelse⁵².

⁴⁸ I henhold til EU's strategi for ligestilling mellem kønnene for 2020-2025 vil Kommissionen fortsat støtte projekter, der fremmer ligestilling mellem kønnene under Et Kreativt Europa, herunder under Music Moves Europe, og den vil fremlægge en ligestillingsstrategi for den audiovisuelle industri som led i det næste MEDIA-delfprogram, der omfatter finansiel støtte, struktureret dialog, mentorordninger og uddannelse for kvindelige filmskabere, producere og manuskriptforfattere.

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

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

Fremhævelse af inspirerende rollemodeller er et vigtigt skridt i retning af at fremme adgangen til disse erhverv gennem en større mangfoldighed af profiler. Kampagnen vil således sigte mod at sætte fokus på europæiske fagfolk med henblik på at fremme en bred vifte af erhverv og tilskynde kvinder og dårligt stillede grupper i samfundet, såsom personer med handicap eller personer med en racemæssig eller etnisk minoritetsbaggrund, til at overveje disse karrierer.

Desuden vil initiativer til kompetenceudvikling under Et Kreativt Europa blive styrket gennem afholdelse af intensive uddannelseskurser (MEDIA-bootcamps), hvor unge medietalenter fra hele Europa kan få praktisk erfaring inden for områder såsom innovative fortællere, nye forretningsmodeller, nye efterproduktionsteknologier samt færdigheder til at levere tilgængeligt indhold.

MEDIA under Et Kreativt Europa vil også gå sammen med andre initiativer — såsom Innovation Radar⁵³, Startup Europe⁵⁴ og Media Motor Europe⁵⁵ CSA — for at søge efter Europas mest lovende nystartede virksomheder, der er aktive i mediemiljøet. Med henblik herpå vil der blive lanceret en indkaldelse af interessetilkendegivelser rettet mod de kreative og medieteknologiske samfund under Startup Europe med henblik på at kortlægge lovende projekter.

MEDIA under Et Kreativt Europa vil også skabe en grobund for disse virksomheder og hjælpe dem med at trives i en audiovisuel sektor i hastig forandring. Sådanne virksomheder kunne drage fordel af en styrket adgang til markedsstøtte fra MEDIA under Et Kreativt Europa gennem en såkaldt "MEDIA-markedsportal". Dette vil omfatte aktiv forberedelse, herunder coaching og mentorordninger om markedstendenser og markedspositioner, forretningsplaner, markedsføringsstrategier, for at få mest muligt ud af en kombineret fysisk/virtuel tilstedeværelse på de vigtigste globale mediemarkeder (Berlinale, Cannes, Venice, GamesCom, VR Days osv.) under det europæiske mærke.

Nystartede virksomheder og vækstvirksomheder vil få mulighed for at deltage i Creative Innovation Labs, et nyt initiativ under den tværsektorielle del af Et Kreativt Europa. Dette vil samle medier og andre kreative sektorer (f.eks. musik, udgivelse) og eksperimentere med data, virtual og augmented reality og andre teknologier med henblik på at udvikle nyt indhold, nye forretningsmodeller, nye færdigheder, fremme inklusion af mangfoldighed og bæredygtighed samt øge publikumsengagementet.

Det er vigtigt at bemærke, at innovative nystartede medievirksomheder og SMV'er også vil kunne ansøge om støtte fra Horisont Europa under Det Europæiske Innovationsråd⁵⁶ og Det Europæiske Institut for Innovation og Teknologi⁵⁷.

AKTION 9 — Styrkelse af borgerne

- *Praktisk anvendelse af de nye forpligtelser til mediekendskab i direktivet om audiovisuelle medietjenester (værktøjskasse om mediekendskab og retningslinjer til medlemsstaterne).*

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

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

⁵³ <https://www.innoradar.eu/>.

⁵⁴ <https://startupeuropeclub.eu/>.

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

⁵⁶ Se Det Europæiske Innovationsråds pilotprojekt: <https://ec.europa.eu/research/eic/index.cfm>.

⁵⁷ <https://eit.europa.eu/>.

➤ *Støtte oprettelsen af alternative tjenester til aggregering af medieindhold.*

For: Europæiske borgere, navnlig yngre mennesker, videodelingsplatforme.

Mediekendskab er afgørende for at styrke borgerne i nutidens mediemiljø, og de bør støttes på tværs af forskellige programmer og initiativer som skitseret i handlingsplanen for europæisk demokrati. Dette understreger betydningen af mediekendskab i bekæmpelsen af desinformation, og fremmer samarbejde i denne henseende.

Mediekendskab omfatter alle tekniske, kognitive, sociale, civile og kreative evner, der giver borgerne mulighed for at få adgang til medierne, have en kritisk forståelse af dem og interagere med dem. Mediekendskab er også afgørende for at sætte forbrugerne i stand til at træffe informerede beslutninger og støtte dem i at opnå et mere bæredygtigt og miljøvenligt forbrug. Mediekendskab bør integreres i skolernes læseplaner for at sætte børn i stand til at anvende medietjenester ansvarligt og være bedre rustet til at imødegå truslerne om vold på internettet og desinformation.

Det reviderede direktiv om audiovisuelle medietjenester indeholder specifikke foranstaltninger, der skal bidrage til at forbedre borgernes mediekendskab. Ifølge direktivet bør medlemsstaterne fremme og træffe foranstaltninger til udvikling af mediekendskab (og aflægge rapport om sådanne foranstaltninger til Kommissionen på grundlag af Kommissionens retningslinjer, der definerer omfanget af sådanne rapporter), og videodelingsplatforme bør indføre effektive mediekendskabsforanstaltninger og -værktøjer og øge brugernes bevidsthed om disse foranstaltninger og værktøjer.

En effektiv gennemførelse af disse bestemmelser i direktivet om audiovisuelle medietjenester er af afgørende betydning for den videre udvikling af mediekendskab og for at forbedre tilgængeligheden af indhold i alle medlemsstater. For at sikre den praktiske anvendelse af de nye forpligtelser, navnlig på onlineområdet, vil Kommissionen derfor sammen med Gruppen af Europæiske Tilsynsmyndigheder for Audiovisuelle Medietjenester (ERGA) og andre eksperter, og i dialog med videodelingsplatforme, udvikle en værktøjskasse for at forbedre brugernes kendskab, forbedre deres kritiske færdigheder og valg og hjælpe brugerne med at få adgang til en bredere vifte af medieindhold på videodelingsplatforme.

Dette initiativ forventes især at være til gavn for yngre brugere, som bør inddrages fuldt ud i dets udvikling. Derfor vil Kommissionen oprette et ad hoc-sonderingspanel bestående af studerende og unge journalister med henblik på at afprøve og fremme værktøjskassen. Bestyrelsen vil være kønsbalanceret, inkluderende og mangfoldig. En sådan tilgang vil sikre, at værktøjskassen effektivt imødekommer yngre brugeres behov og yderligere styrker dem i onlinemiljøet, herunder bekæmpelse af stereotyper baseret på køn, kultur, religion eller seksuelle præferencer. Gennemførelsen af værktøjskassen vil også være en del af rapporterne om mediekendskab i direktivet om audiovisuelle medietjenester, hvis anvendelsesområde vil blive fastlagt ved hjælp af Kommissionens retningslinjer, der vil blive udsendt i 2021.

Som led i disse tiltag vil Kommissionen også optrappe sin indsats i forbindelse med den næste udgave af den europæiske mediekendskabsuge med henblik på at gøre den endnu mere virkningsfuld og inklusiv. I den forbindelse vil Kommissionen undersøge mulighederne for yderligere samarbejde med relevante internationale organisationer.

De foreslåede foranstaltninger vil blive fuldt ud tilpasset til og supplere målene i handlingsplanen for digital uddannelse for 2021-2027⁵⁸, som har til formål at gøre uddannelse endnu mere lydhor

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

med hensyn til at hjælpe de lærende med at udvikle evnen til kritisk tilgang, filtrering og vurdering af oplysninger, navnlig med henblik på at identificere desinformation og håndtere informationsoverbelastning samt udvikle finansielle færdigheder⁵⁹.

Horisont Europa-programmet vil også bidrage til at forbedre borgernes politiske deltagelse ved at fremme kritiske digitale færdigheder og adgang til pluralistisk medieindhold.

Som supplement til disse foranstaltninger vil Kommissionen støtte forskning og innovation i forbindelse med avancerede søgnings-, opdagelses- og aggregeringsmetoder med henblik på at lette oprettelsen af uafhængige alternative nyhedsaggregeringstjenester, der kan tilbyde et alsidigt udvalg af tilgængelige informationskilder.

Publikums — navnlig det unge publikums — kendskab til europæisk indhold vil blive øget i forbindelse med 30-årsdagen for MEDIA under Et Kreativt Europa i 2021. Der vil blive lanceret en kampagne, der informerer de yngre generationer om det europæiske indholds rigdom og mangfoldighed ved at fremvise succeshistorier, projekter og talenter, der støttes af programmet.

AKTION 10 — Sikring af, at det europæiske mediemarked fungerer

- Styrke samarbejdsrammen mellem de europæiske medietilsynsmyndigheder inden for Gruppen af Europæiske Tilsynsmyndigheder for Audiovisuelle Medietjenester (ERGA).

For: Europæiske medietilsynsmyndigheder, den europæiske audiovisuelle medieindustri og markedsaktører.

De centrale mål i det reviderede direktiv om audiovisuelle medietjenester og den moderniserede ophavsretlige ramme har været at skabe reelt lige vilkår for alle audiovisuelle medieaktører og et retfærdigt miljø for ophavsmænd og dem, der investerer i indhold.

For at sikre fair konkurrence mellem radio- og tv-selskaber og video-on-demand-platformer med hensyn til at fremme og investere i europæisk indhold, kræver det reviderede direktiv om audiovisuelle medietjenester eksempelvis, at sidstnævnte sikrer en andel på 30 % af europæiske programmer i deres kataloger.

En effektiv og konsekvent gennemførelse af det reviderede direktiv om audiovisuelle medietjenester og ophavsretsreglerne på nationalt plan vil være afgørende for at sikre, at de giver resultater. Samtidig vil det være afgørende for at sikre, at medieaktørers immaterielle aktiver beskyttes gennem en effektiv håndhævelse af deres intellektuelle ejendomsrettigheder.

Med hensyn til det reviderede direktiv om audiovisuelle medietjenester skal medlemsstaterne, og navnlig deres medietilsynsmyndigheder, på passende vis overvåge, at de nye regler anvendes korrekt, og om nødvendigt håndhæve dem⁶⁰. Dette vil navnlig kræve følgende:

⁵⁹ Betydningen af mediekendskab blev også understreget i dagsordenen for færdigheder i Europa fra 2020, ifølge hvilken Kommissionen sammen med medlemsstaterne vil arbejde på nye prioriteter for den europæiske dagsorden for voksenuddannelse. Dette vil sigte mod at supplere den fornyede europæiske samarbejdsramme inden for uddannelse og støtte opfyldelsen af FN's mål for bæredygtig udvikling.

⁶⁰ Ud over de nye regler finder direktiv 2005/29/EF om virksomheders urimelige handelspraksis over for forbrugerne på det indre marked ("direktivet om urimelig handelspraksis") anvendelse på urimelig handelspraksis,

- Konsekvent gennemførelse af andelsforpligtelserne for europæisk indhold i on demand-kataloger (også baseret på de retningslinjer, som Kommissionen for nylig har udsendt)⁶¹
- En sammenhængende anvendelse af de nye regler om europæiske programmers fremtrædende placering ved at udstede yderligere praktiske retningslinjer og tilskynde til fælles tilgange til fremtrædende placering for indhold af almen interesse⁶²
- Effektiv håndhævelse af de nye forpligtelser for videodelingsplatforme.

I den forbindelse vil Kommissionen vurdere, om samarbejdet inden for Gruppen af Tilsynsmyndigheder for Audiovisuelle Medietjenester (ERGA) skal styrkes for at sikre, at samarbejdets form og anvendelsesområde bidrager til, at de nye medieregler fungerer effektivt i praksis og er i stand til at tackle nye udfordringer på mediemarkederne. Med henblik herpå vil Kommissionen fortsat gøre status over bedste praksis inden for grænseoverskridende samarbejde og nøje overvåge resultaterne af ERGA's aftalememorandum, der skal iværksættes inden årets udgang.

Aftalememorandummet er en sektorbestemt og frivillig samarbejdsmechanisme, der bygger på de europæiske medietilsynsmyndigheders enestående ekspertise. Det vil indeholde specifikke samarbejds- og informationsudvekslingsmekanismer for de europæiske medietilsynsmyndigheder med henblik på at behandle praktiske spørgsmål og grænseoverskridende sager i forbindelse med gennemførelsen af det reviderede direktiv om audiovisuelle medietjenester, der henhører under deres kompetence. Dette initiativ, der navnlig fokuserer på ovennævnte nye lovgivningsmæssige tiltag i det reviderede direktiv om audiovisuelle medietjenester, vil supplere det horisontale forvaltningssystem for onlinetjenester, der skal oprettes ved loven om digitale tjenester. Kommissionen vil inden udgangen af 2021 vurdere, hvordan aftalememorandummet fungerer, og om nødvendigt foreslå forbedringer.

Desuden vil Kommissionen i samarbejde med medlemsstaterne, deres filmfonde og ERGA, og med inddragelse af on-demand-plattformene, undersøge yderligere måder, hvorpå der kan skabes større diversitet i video-on-demand-tjenesternes kataloger. I overensstemmelse med målet for direktivet om audiovisuelle medietjenester om at tilskynde radio- og tv-selskaberne til at inkludere en passende andel af samproducerede europæiske programmer eller europæiske programmer af ikke-indenlandsk oprindelse i deres tjenester, vil målet være at nå til enighed om frivillige mål for øget tilstedeværelse af sådanne programmer, også i video-on-demand-kataloger. Dette vil gensidigt styrke målet for MEDIA under Et Kreativt Europa om at fremme tilstedeværelsen af sådanne værker på alle distributionsplatforme.

For at sikre et velfungerende europæisk mediemarked er det også nødvendigt at bekæmpe piratkopiering af ophavsretligt beskyttet indhold, som trods en lille tilbagegang fortsat er et stort

der forekommer i audiovisuelle medietjenester, såsom vildledende og aggressiv praksis, i det omfang de ikke er omfattet af bestemmelserne i direktivet om audiovisuelle medietjenester. Netværket for forbrugerbeskyttelsessamarbejde (CPC) i henhold til forordning (EU) 2017/2394 sikrer håndhævelse af EU's forbrugerlovgivning i tilfælde af overtrædelser inden for Unionen og på EU-plan.

⁶¹ Retningslinjer i medfør af artikel 13, stk. 7, i direktivet om audiovisuelle medietjenester for beregningen af andelen af europæiske programmer i on-demand-kataloger og for definitionen af et lille publikum og en lav omsætning https://eur-lex.europa.eu/legal-content/DA/TXT/?uri=uriserv:OJ.C_.2020.223.01.0010.01.ENG&toc=OJ:C:2020:223:TOC.

⁶² I artikel 7a i det reviderede direktiv om audiovisuelle medietjenester anerkendes det, at medlemsstaterne kan træffe foranstaltninger til at sikre audiovisuelle medietjenester af almen interesse en passende fremtrædende plads med henblik på at opfylde mål som mediepluralisme, ytringsfrihed og kulturel mangfoldighed. Med hensyn til denne bestemmelse blev der i 2020 nedsat en særlig undergruppe af ERGA for at fremme en fælles forståelse af dens anvendelsesområde og mulige lovgivningsmæssige tilgange, som medlemsstaterne kan anvende på dette område.

problem⁶³. Fremkomsten af nye, krænkende forretningsmodeller udgør en alvorlig trussel for industrien⁶⁴.

Kommissionen er fast besluttet på at sikre en mere effektiv håndhævelse af intellektuelle ejendomsrettigheder i det digitale miljø som skitseret i handlingsplanen for intellektuel ejendomsret⁶⁵. Kommissionen vil navnlig indlede drøftelser med industrien for at se, hvordan de eksisterende foranstaltninger til bekæmpelse af piratkopiering, såsom påbud, kan gøres mere effektive og lettere at opnå, navnlig med henblik på at håndtere den dynamiske og grænseløse karakter af krænkelse i kommerciel målestok online. Med udgangspunkt i handlingsplanen for intellektuel ejendomsret vil der i den forbindelse blive lagt særlig vægt på at fremme samarbejdet mellem de nationale håndhævelsesmyndigheder og håndhævelsen på tværs af grænserne.

5. KONKLUSION

Med denne meddelelse fremlægger Kommissionen en omfattende vision for mediesektoren med henblik på at udnytte potentialet i et reelt europæisk mediemarked og tilslutte sig det digitale årti.

Foranstaltningerne vil blive gennemført i tæt samarbejde med medlemsstaterne, Europa-Parlamentet, medieindustrien og alle interesserede parter. I den forbindelse vil denne meddelelse udgøre en konkret køreplan for medierne som en del af kulturen og det kreative økosystem med henblik på at høste fordelene ved den digitale omstilling og fremme deres konkurrenceevne.

⁶³ Mellem 2017 og 2018 faldt den samlede adgang til piratkopieret indhold med 32 % for musik, 19 % for film og 8 % for tv-indhold. Kilde: Den Europæiske Unions Kontor for Intellektuel Ejendomsret, "Online copyright infringement in the EU. Music, films and TV (2017-2018), trends and drivers". November 2019.

⁶⁴ I Den Europæiske Union (EU28) skønnes 3,6 % af befolkningen — svarende til 13,7 mio. personer — at se internetstreamet TV fra uautoriserede onlinekilder. Det uautoriserede IPTV-abonnementsmarked anslås til at generere 941,7 mio. EUR om året i Den Europæiske Union i 2018. Kilde: "Illegal IPTV in the EU", EUIPO, november 2019. En bedre håndhævelse af intellektuelle ejendomsrettigheder vil også bidrage til at tackle de specifikke udfordringer, der opstår som følge af piratkopiering af audiovisuelt sportsindhold. Se Kommissionens erklæring om arrangører af sportsbegivenheder, der er vedføjet Europa-Parlamentets lovgivningsmæssige beslutning om direktivet om ophavsret på det digitale indre marked. https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2019-0231_DA.html.

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

— TILLÆG — VEJLEDENDE TIDSPLAN

Aktion	Delaktion	Vejledende tidsplan
AKTION 1 — Bedre adgang til EU-støtte	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Et nyt interaktivt værktøj, der vejleder medievirksomheder om de forskellige støtteinstrumenter. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 1. kvartal 2021
AKTION 2 — MEDIA INVEST, der har til formål at øge investeringerne i den audiovisuelle industri	<ul style="list-style-type: none"> ➤ En særlig egenkapitalinvesteringsplatform til fremme af europæiske audiovisuelle produktioner og distributionsstrategier. ➤ Udvikling af en investeringspipeline gennem kapacitetsopbygning for investorer og investeringsparathed for virksomheder. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fra 1. halvår 2022 ➤ Fra 2. halvår 2021
AKTION 3 — "NYHEDER": et initiativ til at samle aktioner og støtte til nyhedsmediesektoren	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Bedre adgang til finansiering gennem lån og et pilotinitiativ for egenkapital ➤ Kapacitetsopbygning blandt investorer og medier ➤ Støtte til nyhedsmedier til at arbejde på fælles omstilling ➤ Et europæisk forum for nyhedsmedier. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fra 1. halvår 2022 ➤ Fra 2. halvår 2021 ➤ Fra 2. halvår 2021 ➤ Fra 1. halvår 2021
AKTION 4 — Fremme af innovation gennem et europæisk mediedataområde og tilskyndelse til nye forretningsmodeller	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Skabe et mediedataområde til støtte for medieselskaber i forbindelse med datadeling og udvikling af innovative løsninger ➤ Udsyn for europæiske medier 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fra 1. halvdel af 2022 ➤ Fra 2. halvdel af 2021
AKTION 5 — Fremme af en europæisk industriel koalition for Virtual og Augmented Reality (VR/AR)	<ul style="list-style-type: none"> ➤ VR/AR-industrikoalition med henblik på at stimulere samarbejde på tværs af industrisektorer og sikre europæisk lederskab. ➤ Lancere et VR Media Lab til projekter om nye måder at fortælle og interagere på. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 2. halvår 2021 ➤ Fra 1. halvår 2022
Aktion 6 — Kurs mod en klimaneutral mediesektor	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Et struktureret samarbejdsforum med industrien og (under-)nationale filmfonde og audiovisuelle fonde. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fra 1. halvår 2021
AKTION 7 — Kurs mod en bredere tilgængelighed af audiovisuelt indhold i hele EU	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Indlede en dialog med den audiovisuelle industri for at nå til enighed om konkrete skridt til at forbedre adgangen til og 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fra 1. halvår 2021

	tilgængeligheden af audiovisuelt indhold på tværs af grænserne i EU.	
AKTION 8 — Fremme af europæiske medietalenter	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Nye mentorprogrammer for Europas medietalenter. ➤ MEDIA-bootcamps, der giver praktisk intensiv uddannelse til unge mediefolk. ➤ Kampagne om mangfoldighed foran og bag kameraet. ➤ MEDIA-markedsportal til at fremhæve Europas mest lovende nystartede virksomheder, der er aktive i mediesektoren, og hjælpe dem med at trives. ➤ Creative Innovation Labs, der er åbne for nystartede virksomheder og vækstvirksomheder. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fra 2. halvår 2021 ➤ Fra 1. halvår 2022 ➤ Fra 2. halvår 2021 ➤ Fra 1. halvår 2021 ➤ Fra 2. halvår 2021
AKTION 9 — Styrkelse af borgerne	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Praktisk anvendelse af de nye forpligtelser til mediekendskab i direktivet om audiovisuelle medietjenester (værktøjskasse om mediekendskab og retningslinjer til medlemsstaterne). ➤ Støtte oprettelsen af alternative tjenester til aggregering af medieindhold. 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 4. kvartal 2021 ➤ Fra 2. halvår 2022
AKTION 10 — Sikring af, at det europæiske mediemarked fungerer	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Styrke samarbejdsrammen mellem de europæiske medietilsynsmyndigheder inden for Gruppen af Europæiske Tilsynsmyndigheder for Audiovisuelle Medietjenester (ERGA). 	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Fra 1. kvartal 2021