



Bruxelles, 3.12.2020.  
COM(2020) 784 final

**KOMUNIKACIJA KOMISIJE EUROPSKOM PARLAMENTU, VIJEĆU,  
EUROPSKOM GOSPODARSKOM I SOCIJALNOM ODBORU I ODBORU REGIJA**

**Europski mediji u digitalnom desetljeću:  
akcijski plan za potporu oporavku i transformaciji**

## 1. UVOD

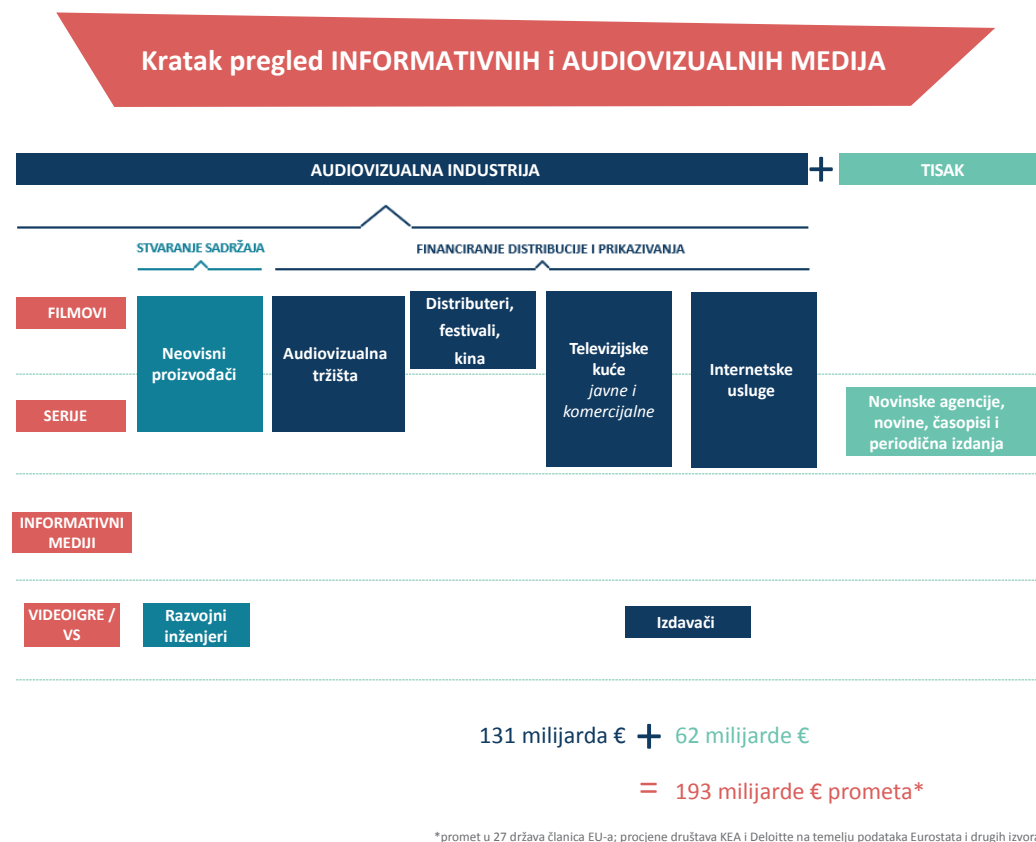
Europski sektor informativnih medija i audiovizualni sektor od iznimne su važnosti za informiranje i razonodu građana tijekom pandemije bolesti COVID-19. Potražnja za provjerenim informacijama i vijestima znatno se povećala, a filmovi, serije i videoigre bili su glavni izvor zabave u mjesecima ograničenja kretanja.

Slobodno, raznoliko i dinamično medijsko okruženje ključno je za jačanje otvorenih i demokratskih društava i promicanje europske kulturne raznolikosti. Europa je umjetnička i kulturna sila. Iskorištavanje potencijala europskog jedinstvenog tržišta za promicanje kulturne raznolikosti koristit će i medijima, audiovizualnom i širem kulturnom sektoru.

### *Europski medijski sektor*

Medijski sektor u cjelini obuhvaća razna poduzeća koja proizvode i distribuiraju sadržaj i dijele sinergije, a vrijednost im se temelji na intelektualnom vlasništvu. Sektor čine uglavnom mala i srednja poduzeća, ali neka veća medijska poduzeća dovoljno su velika da uključe medijske aktivnosti u sve sektore i duž lanca vrijednosti. Cjelokupni medijski sektor doprinosi otvaranju novih radnih mjesta i rastu s prometom većim od 3 % BDP-a<sup>1</sup>.

U ovoj je Komunikaciji stavljen naglasak na sektor informativnih medija (uključujući tisak i internetske medije, radio i audiovizualne usluge) i audiovizualnu zabavu, posebno kino, TV, radio i videoprijenos te videoigre i inovativne formate, kao što je virtualna stvarnost.



<sup>1</sup> Procjene Europske komisije na temelju podataka Eurostata i drugih izvora, među ostalim i EAO, Statista.

Pandemija je snažno pogodila kulturni i kreativni ekosustav, čiji su sastavni dio informativni mediji i audiovizualna industrija. Tijekom općih ograničenja kretanja u drugom tromjesečju 2020. zabilježen je pad prihoda od oglašavanja od 30 %–80 % u sektoru objavljivanja vijesti<sup>2</sup> i za 20 % u sektoru televizije<sup>3</sup>. Europska mala i srednja medijska poduzeća imaju ozbiljne poteškoće s likvidnošću, nezaposlenost se povećala, a mnogi su medijski stručnjaci i novinari, posebno oni čiji su uvjeti zaposlenja nesigurni ili koji rade kao vanjski suradnici, ostali bez prihoda<sup>4</sup>. U kinima je zabilježeno naglo smanjenje prihoda<sup>5</sup> (gubici koji se procjenjuju na 100 000 EUR mjesečno po dvorani tijekom ograničenja kretanja), a snimanje novih filmova, programa i TV-serija u mnogim je slučajevima zaustavljeno te se često ne može računati na police osiguranja koje mogu pokriti slučajeve kao što je globalna pandemija<sup>6</sup>.

Istodobno, kriza je ubrzala glavne trendove koji su u digitalnoj tehnologiji odavno prisutni. Internetske platforme ojačale su svoj položaj na tržištu, počele nuditi nove usluge i privukle novu publiku tijekom ograničenja kretanja. Nove internetske platforme društvenih medija, uvelike zasnovane na audiovizualnom sadržaju, ostvarile su i rekordan broj preuzimanja, posebno među mladim korisnicima<sup>7</sup>.

Cilj je ove Komunikacije ubrzati oporavak, transformaciju i otpornost medijske industrije. Potrebno je riješiti strukturne probleme u audiovizualnoj industriji i industriji informativnih medija. Kad je riječ o sektoru informativnih medija, tradicionalni mediji imali su poteškoća u prilagodbi internetskom tržištu na kojem većina prihoda od oglašavanja odlazi globalnim internetskim platformama. Pojavom bolesti COVID-19 oglašivači su u kontekstu gospodarske neizvjesnosti smanjili ukupne rashode za oglašavanje. Time su dodatno otežali održivost sektora, a moguće i utjecali na dostupnost pluralističkih i neovisnih izvora informacija građanima.

U audiovizualnom sektoru najveći je problem rascjepkanost tržišta. Europska audiovizualna poduzeća uglavnom su usmjerena na nacionalnu publiku, uz rijetke iznimke. Unutar EU-a europski filmovi izvoze se u prosjeku u tri zemlje, dok se američki filmovi izvoze u njih deset. Čak 66 % prodanih kinoulaznica u EU-u odnosi se na američke filmove<sup>8</sup>. Zbog toga su čak i najveći europski reproduktori osjetno manji od reproduktora njihovih glavnih globalnih konkurenata. Kad je riječ o 50 najboljih

---

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

<sup>3</sup> EAO, poduzeće Ampere Analysis, listopad 2020.

<sup>4</sup> Za pregled audiovizualnog sektora u kontekstu bolesti COVID-19 vidjeti: <https://rm.coe.int/iris-plus-2020-2-the-european-audiovisual-industry-in-the-time-of-covi/16809f9a46>.

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

<sup>6</sup> Nedostatak odgovarajućeg osiguranja istaknut je i u kontekstu mjera koje su poduzeli nacionalni filmski fondovi u odgovoru na pandemiju: <https://europeanfilmagencies.eu/news-publications/our-press-releases/241-measures-by-efad-members-to-mitigate-the-consequences-of-the-covid-19-outbreak>.

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

<sup>8</sup> Europski audiovizualni opservatorij

svjetskih audiovizualnih skupina, europske ostvaruju 11 % prihoda, a američke preko 70 %<sup>9</sup>.

#### *Uloga platformi na europskom audiovizualnom tržištu*

Brojne moćne međunarodne platforme koje pružaju usluge videozapisa na zahtjev ušle su na europsko tržište i uspješno proizvode sadržaj u Europi. To je ujedno prilika i izazov za europske neovisne audiovizualne producente i djela.

S jedne strane, platforme mogu europskim proizvođačima i umjetnicima omogućiti pristup široj međunarodnoj javnosti te ostvarivanju atraktivnih naknada. One se, u nekim slučajevima, nadopunjuju poticajima temeljenima na iskorištavanju filma/serije i/ili bonus materijala povezanih s uspjehom njihova djela.

S druge strane, kad platforme primjenjuju ono što bi se moglo definirati modelom „ugovora o djelu” (tj. trajno stjecanje svih prava intelektualnog vlasništva koje pripada producentu i/ili pojedinačnim autorima od početka, u cijelom svijetu), to može „ograničiti” producente/umjetnike na predmetnu platformu.

Audiovizualna poduzeća trebala bi imati mogućnost smatrati europski kontinent, a ne samo svoja nacionalna tržišta, svojim matičnim tržištem. Da bi se to ostvarilo, europski sudionici trebaju doseći potrebnu razinu da mogu prijeći nacionalne granice i ulagati u sadržaj, talente, promociju, distribuciju, inovacije i tehnologiju bilo gdje u EU-u. U sektoru informativnih medija poduzeća bi trebala moći pronaći dovoljno održivih modela financiranja kako bi građanima osigurala pristup pluralističkom, raznolikom i neovisnom medijskom okruženju, među ostalim na regionalnoj i lokalnoj razini.

Digitalna transformacija bit će ključna za ostvarenje tog istinskog potencijala. To vrijedi za gospodarstvo u cjelini, a ni mediji nisu iznimka. Europa ima sve potrebne resurse za napredak u Digitalnom desetljeću: jedinstveno tržište i 450 milijuna potrošača, kvalificirani kadar, kreativnost producenata, autora i izvođača te kvalitetu sadržaja.

#### *Hitnost*

Kombinacija temeljnih trendova i krize prouzročene pandemijom bolesti COVID-19 mogla bi, ako izostane snažan politički odgovor, ugroziti otpornost europskog medijskog sektora i njegovu demokratsku ulogu. Time bi se mogla oslabiti europska kulturna raznolikost i medijski pluralizam.

Europski građani moraju i dalje imati koristi od obilja informacija i razonode koje osigurava medijski sektor i računati na otvorenu demokratsku raspravu te medijske i umjetničke slobode. Istodobno, trebali bi moći slobodno birati između različitih mogućnosti, upravljati modernim informativnim okruženjem i donositi informirane odluke.

Prava intelektualnog vlasništva<sup>10</sup> ključna su za medijski sektor. Učinkovita provedba prava intelektualnog vlasništva, a posebno autorskog prava, ključan je element za potporu industriji, osobito u ovim teškim vremenima.

---

<sup>9</sup> Europski audiovizualni opservatorij

EU je nedavno modernizirao regulatorni okvir revidiranom Direktivom o audiovizualnim medijskim uslugama<sup>11</sup> i reformom autorskih prava<sup>12</sup> nakon opsežnih rasprava o tome kako najbolje osigurati slobodno izražavanje u svim njegovim aspektima. Ova se Komunikacija temelji na tom modernom skupu pravila i njome se predlažu daljnji koraci tako što se kombiniraju ulaganja s drugim političkim mjerama kako bi se pomoglo medijskom sektoru da se suoči s krizom i postane konkurentniji. Sukladno tomu, ova se Komunikacija temelji na tri teme:

a) *Oporavak*: što Komisija planira učiniti kako bi audiovizualnim i medijskim poduzećima pomogla da prebrode trenutačnu krizu te osigurala likvidnost i financijsku potporu;

b) *Transformacija*: rješavanje strukturnih pitanja tako da industriji pomogne u suočavanju s dvostrukim tranzicijama klimatskih promjena i digitalizacije, u kontekstu oštre globalne konkurencije;

c) *Osposobljavanje i osnaživanje* postavljanje uvjeta koji pogoduju inovacijama u sektoru, istodobno osiguravanje istinski ravnopravnih uvjeta i osnaživanje građana da lakše pristupe sadržaju i donesu informirane odluke.

Gospodarski oporavak i konkurentnost medijskog sektora preduvjet su za zdravo, neovisno i pluralističko medijsko okruženje, koje je pak temelj naše demokracije. Ovom se Komunikacijom dopunjuje akcijski plan za europsku demokraciju. Uklanjaju se rizici za europske demokratske sustave kad je riječ o dezinformacijama, integritetu izbora te slobodi medija i medijskom pluralizmu. Uključuje brojne inicijative za stvaranje sigurnijeg i boljeg okruženja za rad novinara te promicanje medijske pismenosti.

Ova je Komunikacija u potpunosti usklađena i s predstojećim Komisijinim prijedlogom akta o digitalnim uslugama i prijedlogom akta o digitalnim tržištima, kojima će se nastojati modernizirati pravni okvir za digitalne usluge u EU-u. Njima će se zajedno utvrditi jasna pravila i odgovornosti za internetske platforme, posebno one najmoćnije, kako bi se osigurali ravnopravni uvjeti na internetu.

Zdravo medijsko okruženje presudno je i za demokraciju i stabilnost zemalja kandidatkinja i susjednih zemalja. Ako je to izvedivo i primjereno, inicijative navedene u ovoj Komunikaciji, uključujući one usmjerene na vijesti i medijsku pismenost, bit će otvorene za neovisne profesionalne medije u zemljama obuhvaćenima EU-ovom politikom proširenja i politikom susjedstva. Njima će se nadopuniti i ojačati mjere istaknute u Akcijskom planu EU-a za ljudska prava i demokraciju 2020.–2024<sup>13</sup>. Prema potrebi, djelovanjima će se doprinijeti i promicanju europskog medijskog sadržaja u trećim zemljama.

U djelovanjima navedenima u ovoj Komunikaciji uzet će se u obzir potreba za uključivim europskim medijskim sektorom koji odražava raznolikost Europe. One će se provoditi poticanjem jednakog pristupa mogućnostima i resursima za one koji bi inače

---

<sup>10</sup> Vidjeti COM(2020) 760 – Iskorištavanje inovacijskog potencijala EU-a – Akcijski plan za intelektualno vlasništvo za oporavak i otpornost EU-a [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hr/ip\\_20\\_2187](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hr/ip_20_2187)

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

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

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

mogli biti isključeni ili marginalizirani, na primjer, pristup sadržaju osoba s invaliditetom<sup>14</sup>.

Postojećim pravilima o državnim potporama pojašnjavaju se uvjeti pod kojima države članice mogu odobriti javnu potporu. Kako bi olakšalo potporu nacionalnih tijela, Vijeće je pozvalo Komisiju da procijeni primjenu pravila o državnim potporama na sektor tiska. Komisija trenutačno procjenjuje potrebu za odgovarajućim djelovanjem. Privremeni okvir za mjere državne potpore primjenjuje se i na mjere za pojedine sektore, kao što je potpora za sektore tiska i glazbe te audiovizualni sektor<sup>15</sup>.

## 2. OPORAVAK

Medijska poduzeća ključni su resursi za europsku konkurentnost. Stoga im je prijeko potrebno osigurati odgovarajuću financijsku potporu i likvidnost kako bi im se omogućilo da prebrode trenutačnu gospodarsku krizu. U tom kontekstu ključan će biti program Kreativna Europa, a posebno njegov potprogram MEDIA. Posljednjih 30 godina on je glavni instrument podrške EU-a kulturnim i kreativnim sektorima, među ostalim i audiovizualnom.

Na temelju političkog sporazuma o sljedećem dugoročnom proračunu i instrumentu Next Generation EU, postignutog 10. studenoga 2020., proračun programa Kreativna Europa za razdoblje 2021.–2027. povećao bi se za oko 58 %, s ukupnom omotnicom od 2,2 milijarde EUR u cijenama iz 2018. (u usporedbi s 1,4 milijarde za razdoblje 2014.–2020. u cijenama iz 2018., na razini 27 država članica EU-a). Nadalje, na temelju prijedloga Komisije i nakon što pregovori budu završeni, program će prvi put uključivati mjere usmjerene na slobodu i pluralizam medija, novinarstvo i medijsku pismenost.

Komisija je već pokrenula brojne mjere tijekom 2020. Uvedene su prilagodljive mjere za Instrument jamstva za kulturne i kreativne sektore<sup>16</sup>, posebno povećanje pokrivanja jamstva do 90 % za neka mala i srednja poduzeća i ograničenje jamstva do 25 % za financijske posrednike, zajedno s odgodom otplate kredita. Potpora mreži europskih kina bit će povećana za 5 milijuna EUR u prvom tromjesečju 2021.

---

<sup>14</sup> To će se učiniti uzimajući u obzir Konvenciju UN-a o pravima osoba s invaliditetom (CRPD): <https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities.html>.

<sup>15</sup> Nadalje, kako bi olakšala potporu tisku i povećala transparentnost i predvidljivost nadzora državne potpore u tom sektoru, Komisija je izradila i redovito će ažurirati internetsku bazu podataka ([https://ec.europa.eu/competition/sectors/media/sa\\_decisions\\_to\\_media.pdf](https://ec.europa.eu/competition/sectors/media/sa_decisions_to_media.pdf)) koja sadržava relevantnu sudsku praksu. Redovno ažurirane informacije o potporama koje dodjeljuju države članice dostupne su i u registru transparentnosti. Važno je spomenuti da je Europska komisija 13. listopada 2020. odlučila produljiti i proširiti opseg privremenog okvira za mjere državne potpore donesenog 19. ožujka 2020. kako bi državama članicama omogućila da daju potporu poduzećima u kontekstu izbijanja bolesti COVID-19. Potpora dodijeljena na temelju privremenog okvira može se zbrojiti s onom na temelju uredbi o potporama *de minimis* (Uredbe Komisije (EU) br. 1407/2013, br. 1408/2013, br. 717/2014 i br. 360/2012), koja je izuzeta od obveze obavješćivanja, pod uvjetom da se poštuju odredbe i pravila zbrajanja tih uredbi. [SA.59106 (2020/N) Program naknade za danski medijski sektor u vezi s bolešću COVID-19 – Danska; SA.57530 (2020/N) – Program potpore u vezi s bolešću COVID-19 poduzećima za audiovizualnu produkciju – Luksemburg; Državna potpora SA.58801 (2020/N) – Italija COVID-19: Potpora malim izdavačima knjiga i državna potpora; SA.58847 (2020/N) – Italija COVID-19: Potpora glazbi.]

<sup>16</sup> [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/cross-sector/guarantee-facility\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/cross-sector/guarantee-facility_en)

Europski strukturni i investicijski fondovi<sup>17</sup> mogu biti važni za podupiranje medijskog sektora. Podupiranje je već moguće u okviru dva paketa „Investicijske inicijative kao odgovora na koronavirus”, kojom se preusmjeravaju postojeći kohezijski fondovi na mjere za svladavanje krize, kao što je osiguranje radnog kapitala malim i srednjim poduzećima<sup>18</sup>.

Dodatna sredstva iz kohezijskih fondova dostupna su i u okviru instrumenta REACT-EU<sup>19</sup>, u kojem se sektor kulture smatra prioritetom, a potpora će biti usmjerena na programe skraćenog radnog vremena i samozaposlene osobe, kao i na mala i srednja poduzeća.

I Europski instrument za privremenu potporu radi smanjenja rizika od nezaposlenosti u izvanrednoj situaciji (tzv. SURE) važan je instrument dostupan državama članicama koje trebaju mobilizirati znatna financijska sredstva za borbu protiv gospodarskih i socijalnih posljedica pandemije koronavirusa na svojem državnom području<sup>20</sup>.

Mehanizam za oporavak i otpornost važna je prilika državama članicama da ulože u dvostruku digitalne i zelene tranzicije te ojačaju otpornost naše industrije. U svakom nacionalnom planu za oporavak i otpornost odredit će se minimalna razina od 20 % izdataka za digitalnu tranziciju. Mjere za poticanje proizvodnje i distribucije digitalnog sadržaja, kao što su digitalni mediji, važne su za ostvarivanje tog cilja.

U skladu s planovima za oporavak i otpornost te u skladu s pravilima o državnim potporama, i nacionalne reforme i ulaganja mogu doprinijeti jačanju europskih informativnih medija i audiovizualnih digitalnih kapaciteta, među ostalim višedržavnim projektima kao što je koprodukcija europskog sadržaja, medijska infrastruktura podatkovnog prostora EU-a ili vlasničko ulaganje za poticanje europske audiovizualne produkcije ili distribucije (vidjeti djelovanje 2. u nastavku).

U tom kontekstu, kako je istaknuto u Komisijinoj Godišnjoj strategiji održivog rasta 2021., države članice trebale bi posvetiti pozornost podupiranju sektora s ključnom ulogom u našim demokracijama, „posebno medijskom sektoru, koji bi trebalo poduprijeti tako da se poštuju i promiču sloboda i pluralizam medija, te tako da se pokreću i razmjenjuju najbolje prakse u pogledu mehanizama javne potpore među državama članicama<sup>21</sup>.

#### **DJELOVANJE 1. – Lakši pristup potpori EU-a**

- *novi interaktivni alat koji medijska poduzeća vodi kroz razne instrumente potpore*

*Za: sva medijska poduzeća u EU-u, bez obzira na njihovo područje djelovanja (audiovizualna, informativni mediji itd.) i veličinu*

<sup>17</sup> [https://ec.europa.eu/regional\\_policy/hr/funding/](https://ec.europa.eu/regional_policy/hr/funding/)

<sup>18</sup> [https://ec.europa.eu/regional\\_policy/en/newsroom/coronavirus-response/](https://ec.europa.eu/regional_policy/en/newsroom/coronavirus-response/)

<sup>19</sup> [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hr/IP\\_20\\_2140](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hr/IP_20_2140)

<sup>20</sup> [https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/financial-assistance-eu/funding-mechanisms-and-facilities/sure\\_hr](https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/economic-and-fiscal-policy-coordination/financial-assistance-eu/funding-mechanisms-and-facilities/sure_hr)

<sup>21</sup> <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0575&from=en>

Komisija će medijskim poduzećima nastojati osigurati pristup mogućnostima podrške EU-a preko svih dostupnih instrumenata i programa. Stoga će, u bliskoj koordinaciji s jedinstvenim EU-ovim pristupnikom instrumentima financiranja EU-a<sup>22</sup>, razviti novi interaktivni alat prilagođen medijskom sektoru. Time će se dati smjernice o tome kako podnijeti zahtjev za relevantnu potporu EU-a, u kontekstu višegodišnjeg financijskog okvira 2021.–2027., ali i nacionalnih planova za oporavak i otpornost.

Alatom će se objediniti sve relevantne mogućnosti financiranja EU-a za audiovizualne i informativne medije. U samo nekoliko klikova bilo koje europsko medijsko poduzeće, bez obzira na veličinu i fokus, bit će usmjereno, ovisno o njegovim značajkama i potrebama, na najprikladniji izvor potpore EU-a. Poduzeća će moći pristupiti i informacijama o raznim pozivima i mogućnostima za pomoć u postupku podnošenja zahtjeva.

To će se temeljiti na postojećim alatima i iskustvu Europske poduzetničke mreže<sup>23</sup>, koja daje podršku i smjernice poduzećima, među ostalim i onima u medijskom i audiovizualnom sektoru.

**DJELOVANJE 2. – Inicijativa MEDIA INVEST, čiji je cilj potaknuti ulaganja u audiovizualni sektor**

- namjenska platforma za ulaganje u kapital za poticanje europskih audiovizualnih produkcija i strategija distribucije
- razvoj investicijskog portfelja jačanjem kapaciteta za investitore i spremnošću na ulaganje za poduzeća

*Za: europska poduzeća za audiovizualnu produkciju i distribuciju*

Europsku audiovizualnu industriju obilježava velik broj iznimno inovativnih i kreativnih neovisnih produkcijskih i distribucijskih poduzeća s velikim potencijalom rasta. Međutim, često nemaju dovoljno financijskih sredstava da se natječu na europskoj i svjetskoj razini. Istodobno, europski ulagači uglavnom i dalje nisu svjesni potencijala tih poduzeća. Često povezuju ulaganja u takve pothvate s visokim rizicima zato što ne postoji evidencija uspješnosti produkcija i zbog imovine koja je uglavnom nematerijalna.

Značajan doprinos povećanju pristupa zajmovima ostvaren je Instrumentom jamstva za kulturne i kreativne sektore<sup>24</sup>. Ta vrsta potpore nastavit će se programom InvestEU.

Međutim, postoji i nedostatak financiranja vlasničkog kapitala za audiovizualne i ostale kreativne sektore, koji se procjenjuje na 399–648 milijuna EUR godišnje<sup>25</sup>. Zbog toga je potrebna nova inicijativa za potporu vlasničkom financiranju kako bi se ojačala neovisna audiovizualna produkcijska sposobnost u Europi, koja bi mogla stvoriti kvalitetna djela za međunarodno tržište iz svih dijelova Europe. Europska poduzeća moraju imati pristup

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

<sup>23</sup> <https://een.ec.europa.eu/>

<sup>24</sup> [https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/cross-sector/guarantee-facility\\_en](https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/cross-sector/guarantee-facility_en)

<sup>25</sup> *Ex-ante* evaluacija novih financijskih instrumenata za mala i srednja poduzeća, poduzeća srednje tržišne kapitalizacije i organizacije iz kulturnog i kreativnog sektora, SQW, 2019.



financijskim sredstvima kako bi postala samostalnija i iskorištavala intelektualno vlasništvo nad sadržajem koji proizvode.

Komisija će podržati uspostavu namjenske investicijske platforme pokrenute sredstvima koja dolaze, među ostalim, iz potprograma MEDIA u okviru programa Kreativna Europa i InvestEU. Cilj će joj biti mobilizacija privatnih investitora i bit će otvorena za suradnju s nacionalnim razvojnim institucijama i industrijskim udruženjima. Njome će se podržavati audiovizualni pothvati koji bi mogli proizvesti vrhunska djela za europsko i međunarodno tržište te koordinirati iskorištavanje i distribucija prava na različitim državnim područjima.

Investicijskom platformom pomoći će se audiovizualnim poduzećima da porastu na međunarodnoj razini, tako da mogu više riskirati, razviti strukturiranu suradnju s distributerima ili drugim medijskim kućama te upravljati svojim katalozima i upotrebljavati ih. Zauzvrat će poduzeća jačanjem vlastitih sredstava moći ulagati u veće produkcije koje će imati veće šanse da dopru do šire publike i kinodvorana.

Cilj je iskoristiti ulaganja od 400 milijuna EUR tijekom sedmogodišnjeg razdoblja te time znatno doprinijeti rješavanju nedostatka financiranja vlasničkog kapitala<sup>26</sup>. Pod određenim uvjetima platforma bi se mogla kombinirati i s planovima država članica za oporavak i otpornost koji se financiraju u okviru instrumenta Next Generation EU<sup>27</sup>.

Investicijska platforma dopunit će se aktivnostima za jačanje kapaciteta za ulagače s ciljem povećanja njihova znanja o globalnim tržištima proizvodnje i distribucije i s njima povezanim rizicima, kao i s ciljem da im se omoguće informacije o tržištu. Konferencija za ulagače održat će se 2021. kako bi se okupila i mobilizirala zajednica investitora.

Nadalje, na temelju iskustva Instrumenta jamstva za kulturne i kreativne sektore, audiovizualnim poduzećima zainteresiranima za tu vrstu ulaganja ponudit će se djelovanja u području spremnosti za ulaganja. Omogućit će im se individualizirano usmjeravanje prilagođeno poslovnoj strategiji kako bi se privukli ulagače i utvrdilo koji su projekti najperspektivniji.

***DJELOVANJE 3. – Inicijativa „NEWS”, u kojoj će se objediniti djelovanja i potpora za sektor informativnih medija***

- *bolji pristup financijama s pomoću zajmova i pilot-inicijativa usmjerenih na kapital*
- *jačanje kapaciteta među ulagačima i medijima*
- *potpora informativnim medijima u radu na suradničkoj transformaciji*

<sup>26</sup> Postoji nedostatak financiranja vlasničkog kapitala za audiovizualne i ostale kreativne sektore, koji se procjenjuje na 399–648 milijuna EUR godišnje. Izvor: *Ex-ante* evaluacija novih financijskih instrumenata za mala i srednja poduzeća, poduzeća srednje tržišne kapitalizacije i organizacije iz kulturnog i kreativnog sektora, SQW, 2019.

<sup>27</sup> U skladu s Komisijinim Prijedlogom uredbe o uspostavi Mehanizma za oporavak i otpornost COM(2020) 408 final. Člankom 8. predviđa se da se potpora u okviru Mehanizma za oporavak i otpornost daje dodatno uz potporu iz drugih fondova i programa Unije. Člankom 22. predviđa se da Komisija i države članice osiguravaju učinkovitu koordinaciju Mehanizma za oporavak i otpornost s drugim programima Unije.

Informativni mediji gospodarski su sektor i javno dobro. Informativnim medijskim kućama potrebni su vrijeme, stabilnost i resursi da bi mogle proizvesti neovisan i pouzdan sadržaj. To uključuje potrebu za povećanom sposobnošću medija da analiziraju i odražavaju znanstvene informacije o važnim društvenim pitanjima kao što su zdravlje i klimatske promjene. Međutim, posljednjih nekoliko godina sektor informativnih medija suočava se sa stalnim promjenama zbog novih modela stvaranja prihoda i prelaska na digitalnu tehnologiju. Suočene s poteškoćama u monetizaciji, medijske kuće u nekim su se slučajevima, posebno na lokalnoj i regionalnoj razini, morale zatvoriti, što je značilo da su mala tržišta potencijalno ostala nepokrivena vijestima. Zabilježeno je i smanjenje broja medijskih kuća koje šalju dopisnike u inozemstvo, što može negativno utjecati na dubinsku analizu i profesionalno izvješćivanje. Kriza prouzročena bolešću COVID-19 mogla bi ubrzati te trendove, a europski građani istodobno se oslanjaju na informativne medije više nego ikad prije, što se odražava rastućim brojem čitatelja i publike<sup>28</sup>.

Komisija će pokrenuti inicijativu „NEWS” kako bi objedinila djelovanja i potporu za sektor informativnih medija. Njome će se sveobuhvatno sagledati izazovi s kojima se suočava industrija informativnih medija i dati usklađen odgovor stavljanjem različitih instrumenata financiranja pod isti nazivnik. Time će se povećati usklađenost, vidljivost i učinak djelovanja podržanih u okviru različitih tokova financiranja, a istodobno poštovati neovisnost medija.

Komisija će olakšati bolji pristup financiranju poticanjem zajmova i vlasničkog financiranja:

- informativnim medijima kojima je potrebna likvidnost olakšat će se pristup zajmovima zahvaljujući potpori jamstva InvestEU, na temelju iskustva s Instrumentom jamstva za kulturne i kreativne sektore i Europskim fondom za strateška ulaganja,
- kad je riječ o informativnim medijima kojima je potrebno ulaganje, Komisija će nastojati uspostaviti pilot-projekt koji se temelji na vlasničkom kapitalu u okviru programa InvestEU-a. Njime se, među ostalim, na inovativne načine može poduprijeti sektor informativnih medija uz zajedničko ulaganje sa sredstvima koja dolaze od filantropa, zaklada i drugih privatnih partnera.

Ta će se djelovanja nadopuniti uslugama za jačanje kapaciteta kojima je cilj povećati znanje o europskom tržištu informativnih medija među ulagačima i medijima te podržati spremnost za ulaganje među europskim medijskim kućama, posebno lokalnim medijima. Time će se stvoriti dijalog i angažman s potencijalnim ulagačima i olakšati ulaganje.

Nadalje, dat će se namjenska potpora u obliku bespovratnih sredstava u okviru međusektorskog potprograma programa Kreativna Europa za zajednička partnerstva informativnih medija. Bespovratnim sredstvima podržat će se testiranje novih poslovnih modela, posebno onih lokalnih medija, pomaganje medijima u razvoju njihovih poslovnih i uredničkih standarda, promicanje suradničkog i prekograničnog novinarstva,

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

osposobljavanje i mobilnost stručnjaka te razmjena najboljih praksi. Olakšat će se umrežavanje odabranih projekata kako bi se maksimalno povećao učinak.

Komisija će redovito razmjenjivati stajališta s industrijom kako bi radila na inovacijskom programu informativnih medija kojim se može pomoći sektoru da napreduje u digitalnom gospodarstvu i društvu. U tu će svrhu uspostaviti Europski forum za informativne medije kako bi surađivala s dionicima, među ostalim regulatornim tijelima za medije, predstavnicima novinara, samoregulatornim tijelima (vijeća za medije/tisak), civilnim društvima i međunarodnim organizacijama.

### 3. TRANSFORMACIJA

Cilj je ovog odjeljka potaknuti dugoročnu otpornost i konkurentnost europske medijske industrije, posebno praćenjem dvostruke digitalne i zelene tranzicije. To je važno i za podupiranje ključne uloge sektora u ispunjavanju društvenih potreba i poticanju europskih vrijednosti.

Kao i za mnoge industrijske sektore, podatkovna tehnologija u središtu je transformacije medijskog sektora.<sup>29</sup> Konkretno, podaci o publici u područjima u kojima su europski globalni konkurenti dobro pozicionirani, kao što su personalizirani razvoj i promocija sadržaja, omogućuju nove poslovne modele koji se temelje na izravnijem odnosu s klijentima<sup>30</sup>. Ključan je primjer oglašavanje, pri čemu je internet 2015. nadmašio TV kao glavni kanal i od tada postepeno učvršćuje vodstvo. Internetsko oglašavanje iznosilo je 2018. više od 50 milijardi EUR, dok je TV oglašavanje doseglo manje od 40 milijardi EUR<sup>31</sup>.

Istodobno, dostupnost podataka o potrošačima nastavlja se povećavati usporedno s upotrebom pametnih telefona. Udio čitatelja koji pristupaju vijestima s pametnih telefona porastao je s 39 % u 2014. na 48 % u 2020. Time se nude nove mogućnosti za stvaranje, promicanje i distribuciju sadržaja u formatima koji su prilagođeni potrebama čitatelja.

U tom je kontekstu poštovanje zaštite podataka<sup>32</sup> ključno za jačanje temeljnih prava pojedinaca u digitalnom dobu i olakšavanje poslovanja pojašnjavanjem pravila za poduzeća i javna tijela na jedinstvenom digitalnom tržištu.

Novo područje imerzivnog sadržaja ujedno je i sektor čiji je potencijal uglavnom neistražen i u kojem bi se mogle uspostaviti sinergije između medijskog sektora i drugih ključnih europskih industrija.

Europski medijski sektor ne smije zaostajati u zelenoj tranziciji. Stoga će se, u skladu s ciljevima europskog zelenog plana<sup>33</sup> (postizanje klimatske neutralnosti do 2050., razdvajanje gospodarskog rasta od korištenja resursima, obnavljanje bioraznolikosti i smanjenje zagađenja), uvesti mjere za smanjenje utjecaja sektora na okoliš.

<sup>29</sup>

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020DC0066&qid=1607287616238&from=EN>

<sup>30</sup> [https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR\\_2020\\_FINAL.pdf](https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf).

<sup>31</sup> Europski audiovizualni opservatorij

<sup>32</sup> [https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/data-protection-eu\\_hr](https://ec.europa.eu/info/law/law-topic/data-protection/data-protection-eu_hr)

<sup>33</sup> [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal\\_hr](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_hr)

**DJELOVANJE 4. – Oslobađanje inovacijskog potencijala europskim medijskim podatkovnim prostorom i poticanje novih poslovnih modela**

- stvaranje medijskog podatkovnog prostora za podršku medijskim poduzećima u razmjeni podataka i razvoju inovativnih rješenja
- *Europsko izvješće Media Outlook: izvješće o analizi medijskih trendova*

*Za: europske izdavače, televizijske kuće, radijske stanice, reklamna poduzeća, mala i srednja medijska poduzeća, dobavljače tehnologije, novoosnovana poduzeća koja se bave sadržajem i tehnologijom, stvaratelje sadržaja, producente, distributere*

Da bi postala inovativnija i konkurentnija, europska medijska poduzeća trebala bi moći donositi bolje odluke i primjenjivati naprednija rješenja na temelju uvida dobivenih iz podataka. Komisija predlaže da se to postigne poticanjem stvaranja europskog „medijskog podatkovnog prostora”. Ta se inicijativa temelji na Europskoj podatkovnoj strategiji<sup>34</sup> i provest će se u skladu sa zakonodavstvom o zaštiti podataka.

Podatkovni prostori mogu promijeniti način suradnje stvaratelja, proizvođača i distributera. U njima se nalaze relevantni medijski podaci kao što su sadržaj, podaci o publici i metapodaci o sadržaju, kao i druge vrste podataka o ponašanju korisnika koji bi mogli biti korisni za stvaranje sadržaja koji je prilagođeniji potrebama potrošača i njegovu učinkovitiju distribuciju.

Inicijativom za medijski podatkovni prostor, financiranom u okviru programa Obzor Europa i Digitalna Europa, podržat će se izdavači tiskovina, televizijske kuće, druga medijska poduzeća i pružatelji tehnoloških usluga u stvaranju podatkovnog prostora namijenjenog medijskim aplikacijama. Programom Digitalna Europa pomoći će se u provedbi podatkovne infrastrukture i definirati strategija interoperabilnosti podataka. U skladu s Europskom podatkovnom strategijom i novom horizontalnom inicijativom za upravljanje podacima<sup>35</sup> integrirat će se i najmoderniji alati i usluge potrebni za upravljanje podacima i njihovu obradu, definirati uvjeti za dijeljenje i upotrebu podataka, među ostalim i intelektualno vlasništvo, privatnost zaštite podataka i pravila tržišnog natjecanja. Inicijativa će se iznijeti vodeći računa o doprinosima šire zajednice dionika.

Podatkovna infrastruktura trebala bi biti dostupna i javnim medijima i komercijalnim medijskim operaterima, velikim ili malim, novoosnovanim poduzećima ili afirmiranim sudionicima. Na primjer, nekoliko izdavača vijesti iz EU-a moglo bi objediniti, na način kojim se potiče tržišno natjecanje i poštovanjem pravila o zaštiti podataka, svoj sadržaj i podatke o korisnicima kako bi stvorili vijesti usmjerene na vlastitu nacionalnu publiku, s relevantnim sadržajem koji se automatski prevodi na njihov jezik. Podatkovni prostor mogao bi dati i dragocjen uvid u usluge čiji je cilj povećati dostupnost medijskih sadržaja (vijesti i zabavni sadržaji) preko granica, kao i olakšati pristup računalnim resursima za kreativna mala i srednja poduzeća. Nadalje, time bi se moglo omogućiti iskorištavanje sinergija sa skupovima podataka koje proizvode druge kreativne industrije (npr. podatkovni prostori za kulturnu baštinu) i industrijski sektori (npr. maloprodaja, automobilska industrija).

<sup>34</sup> [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/european-data-strategy\\_hr](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/europe-fit-digital-age/european-data-strategy_hr)

<sup>35</sup> [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hr/ip\\_20\\_2102](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hr/ip_20_2102)

Programom Obzor Europa podržavat će se inovativne aplikacije i tehnologije u medijskoj domeni. Ulaganjima u modularne i infrastrukturne medijske komponente iz otvorenih izvora mogla bi se olakšati pojava novih poslovnih modela koje će prihvatiti tradicionalni i novi mediji, čime će se poboljšati pristup građana široko dostupnim informacijama.

Kako bi poboljšala bazu znanja i izvijestila o budućim političkim inicijativama, Europska komisija svake dvije godine pripremit će izvješće o medijskoj industriji (Media Industry Outlook). U njemu će se istražiti medijski trendovi, od tehnološkog napretka do novih obrazaca proizvodnje i potrošnje, i analizirati njihov mogući utjecaj na europsko medijsko tržište i poslovne modele.

**DJELOVANJE 5. – Poticanje europske industrijske koalicije za virtualnu i proširenu stvarnost**

- *industrijska koalicija za virtualnu i proširenu stvarnost za poticanje suradnje u svim industrijskim sektorima i osiguranje europskog vodstva*
- *otvaranje medijskog laboratorija za virtualnu stvarnost za projekte radi stvaranja novih načina pripovijedanja i interakcije*

*Za: poduzeća, stručnjake i industrije iz europske industrijske koalicije za virtualnu i proširenu stvarnost koji se koriste aplikacijama virtualne ili proširene stvarnosti*

Imerzivne tehnologije i visokokvalitetni sadržaj omogućuju stvaranje novih aplikacija, primjera upotrebe i načina interakcije s publikom. Njima se stvaraju privlačnija i imerzivnija iskustva u različitim domenama, kao što su mediji, zabava, kultura, zdravstvena skrb, dizajn, arhitektura, proizvodnja, obrazovanje, turizam, moda, osposobljavanje ili maloprodajna trgovine.

Do 2030. virtualna i proširena stvarnost mogu globalnom gospodarstvu donijeti oko 1,3 bilijuna EUR, u odnosu na 39 milijardi EUR u 2019<sup>36</sup>.

Iako se većina velikih dionika trenutačno nalazi u Aziji i SAD-u, i Europa ima velik potencijal da postane tržišni predvodnik u toj tehnologiji<sup>37</sup>. Istraživačkim fondovima EU-a podržalo se više od 450 projekata posvećenih virtualnoj i proširenoj stvarnosti, u ukupnom iznosu od preko milijardu EUR od 1990-ih.

Europa ima izrazitu konkurentsku prednost kad je riječ o sadržaju zahvaljujući velikoj kulturnoj raznolikosti: vodeći dionici u području kulture kao što su ARTE, Venecijanski filmski festival i Centre National du Cinema aktivno istražuju i podržavaju potencijal virtualne stvarnosti. I u Europi ima visokokvalificiranih radnika koji su sposobni za 3D modeliranje i stvaranje računalno generiranog sadržaja za industriju igara na sreću i animaciju virtualne stvarnosti.

Oslanjanjem na kreativnost Europe i snažnu istraživačku bazu te poboljšanjem razvoja proizvoda i postupaka, sadržajem virtualne i proširene stvarnosti, tehničkim rješenjima i aplikacijama mogu se potaknuti inovacije u drugim industrijskim sektorima, kao što je proizvodna industrija. Nadalje, imaju važnu ulogu u pokretanju transformacije turističkog

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

<sup>37</sup> [https://ec.europa.eu/futurium/en/system/files/ged/vr\\_ecosystem\\_eu\\_report\\_0.pdf](https://ec.europa.eu/futurium/en/system/files/ged/vr_ecosystem_eu_report_0.pdf)

sektora i pomaganju kreativnim industrijama kao što su moda ili arhitektura da razviju nove poslovne modele, učine proizvodnju učinkovitijom smanjenjem otpada i poboljšaju iskustvo potrošača.

Međutim, rascjepkanost među sektorima, sudionicima i aplikacijama negativno utječe na europski sektor virtualne i proširene stvarnosti. Komisija stoga predlaže pokretanje koalicije za virtualnu i proširenu stvarnost kako bi se potaknuli suradnja i uzajamno obogaćivanje među sektorima te osiguralo europsko vodstvo na tom važnom, rastućem tržištu. Koalicijom za virtualnu i proširenu stvarnost osigurala bi se platforma za sinergije poticanjem zajedničkih djelovanja i obveza.

Koalicija će se temeljiti na širokom međusektorskom pristupu koji uključuje industrije, pružatelje tehnoloških usluga i kreativce. Odražavala bi raznolikost vještina i sastojala se od istaknutih sudionika iz različitih sektora, od proizvodnje i distribucije sadržaja do dostupnosti tehnologije te inovacija i poslovnog razvoja. Uključivala bi članove koji predstavljaju nacionalne ili regionalne udruge virtualne i proširene stvarnosti, razne predstavnike industrije koji bi mogli profitirati od šire upotrebe tehnologija virtualne i proširene stvarnosti za izradu i upotrebu sadržaja.

Koalicija će do kraja 2021. predstaviti strateški dokument u kojem će se utvrditi a) mjera u kojoj se virtualna i proširena stvarnost upotrebljava u medijskom sektoru; b) ciljevi za optimalnu upotrebu virtualne i proširene stvarnosti u medijskom sektoru koji se moraju postići do 2026.; c) konkretne obveze u pogledu toga kako će industrija doprinijeti postizanju tih ciljeva.

Otvorit će se i medijski laboratorij za virtualnu stvarnost kako bi se podržala kreativna suradnja u projektima usmjerenima na stvaranje novih načina pripovijedanja i interakcije s pomoću virtualne i proširene stvarnosti. Time će se omogućiti suradnja i uzajamno učenje između skupina stručnjaka (novinara, filmskih redatelja, dizajnera igara, programera, istraživača). Financiranim projektima usredotočit će se na sadržaje za zabavu, kulturu i vijesti, te na aplikacije virtualne stvarnosti u drugim sektorima kao što je turizam i u područjima kao što je obrazovanje.

#### ***DJELOVANJE 6. – Učiniti audiovizualni sektor klimatski neutralnim***

- *strukturirana razmjena najboljih praksi s industrijom i (pod)nacionalnim filmskim i audiovizualnim fondovima*

*Za: europska audiovizualna poduzeća i stručnjake*

Medijski sektor znatno utječe na okoliš. Za razliku od mnogih drugih europskih industrija, emisije ugljikova dioksida u toj industriji u Europi stalno rastu i zbog stalnog povećanja medijske potrošnje, posebno putem platformi za prijenos sadržaja.

U audiovizualnom sektoru procjene se kreću od 35 MtCO<sub>2</sub>e (metričkih tona ekvivalenta ugljičnog dioksida) za epizodu TV serije do 1 000 MtCO<sub>2</sub>e za dugometražni film<sup>38</sup>. Jednim europskim dugometražnim filmom u prosjeku se proizvedu 192 tone ugljikova

<sup>38</sup> Ozelenjavanje europske audiovizualne industrije – najbolje strategije i njihovi troškovi (bit će objavljeno 2021.)

dioksida. Velike međunarodne (ko)produkcije mogle bi imati puno veći učinak i proizvesti do nekoliko tisuća tona ugljikova dioksida.

U skladu s ciljem klimatske neutralnosti EU-a do 2050., Komisija će blisko surađivati s industrijom i (pod)nacionalnim filmskim i audiovizualnim fondovima radi razmjene postojećih najboljih praksi<sup>39</sup> i dogovora o zajedničkim alatima i zelenim standardima. I platforme za internetski prijenos sadržaja, čiji udio ugljičnog otiska raste s obzirom na porast potrošnje, bit će pozvane da iznesu ideje i inicijative.

Komisija će raditi na vodiču o najboljim praksama za zelenu proizvodnju i davanje usluga. Pristup će biti postupan, s ciljem podizanja svijesti i poticanja industrije da počne primjenjivati održivija rješenja. Njime će se upotrijebiti Komisijine mjere iz Digitalne strategije<sup>40</sup> kojima se postiže klimatska neutralnost, energetska učinkovitost i održivost infrastruktura kao što su podatkovni centri i telekomunikacijske mreže.

#### 4. OSPOSOBLJAVANJE I OSNAŽIVANJE

Europljani bi trebali biti protagonisti digitalnog desetljeća. Nedavnim europskim zakonodavstvom, kao što su revidirana Direktiva o audiovizualnim medijskim uslugama i reforma autorskih prava, doprinosi se većoj odgovornosti svih medijskih aktera, među ostalim internetskih platformi, za zaštitu ranjivih skupina korisnika medija, posebno maloljetnika. Njime se jačaju i prava europskih stvaratelja.

Nastavno na to čvrsto regulatorno okruženje, u ovom se odjeljku navode inicijative kojima će se europskim medijskim poduzećima i umjetnicima omogućiti napredak na europskim i svjetskim tržištima. Njima se u obzir uzima potreba građana da pronađu i odaberu raznolike kvalitetne sadržaje na internetu te nesmetano i učinkovito upravljaju modernim medijskim okruženjem.

Iako će posebna pozornost biti posvećena mladima u Europi, Europljani iz svih sredina i svih generacija, među ostalim i starije osobe, moći će biti aktivni i kritički korisnici medijskih sadržaja.

#### ***DJELOVANJE 7. – Učiniti audiovizualni sadržaj šire dostupnim u čitavom EU-u***

- *pokretanje dijaloga s audiovizualnom industrijom kako bi se dogovorili konkretni koraci za poboljšanje pristupa audiovizualnom sadržaju i njegove dostupnosti preko granica u EU-u*

*Za: audiovizualnu industriju (producenti, televizijske kuće, usluge videozapisa na zahtjev distributeri itd.), potrošačke organizacije i druge zainteresirane strane, kao što su nacionalni filmski fondovi*

<sup>39</sup> Jedan od relevantnih izvora dobrih praksi i platforma za suradnju bit će Europski sporazum o klimi, koji će Europska komisija pokrenuti u prosincu 2020.

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

Krizom prouzročenom pandemijom bolesti COVID-19 internetska upotreba audiovizualnih usluga kod kuće povećala se eksponencijalno, zajedno sa spremnošću kućanstava da ulažu u tehnologije za kućnu zabavu<sup>41</sup>. Zbog krize industrija može doprijeti do šire publike na internetu. Nedavno donesena Uredba o prenosivosti sadržaja<sup>42</sup> omogućava europskim građanima da putuju diljem EU-a sa sadržajem koji su kupili ili na koji su se pretplatili, te su njome već ostvarene praktične pogodnosti<sup>43</sup>.

Kad je riječ o dostupnosti audiovizualnog sadržaja na internetu, postoji znatan potencijal za povećanje: Izvješće o preispitivanju Uredbe o geoblokiranju<sup>44</sup> pokazuje velike razlike među audiovizualnim katalogima u državama članicama. U prosjeku je u svim državama članicama samo 14 % filmova dostupno preko usluga videozapisa na zahtjev<sup>45</sup>.

Novije istraživanje Eurobarometra pokazuje da je više od trećine internetskih korisnika zainteresirano za prekogranični pristup audiovizualnom sadržaju<sup>46</sup>. Ti su rezultati potvrđeni u najnovijim podacima Europskog audiovizualnog opservatorija, prema kojima su filmovi iz EU-a u prosjeku dostupni u najviše tri od 27 država članica EU-a na platformama za videozapis na zahtjev<sup>47</sup>. Riječ je o gomili neiskorištenog potencijala i raznolikosti u kojima Europljani mogu uživati.

Audiovizualna industrija trebala bi imati koristi od Europe kao matičnog tržišta i iskoristiti nove trendove potrošnje stavljanjem na raspolaganje više djela preko interneta u različitim državama članicama.

Kako bi pratila audiovizualnu industriju u toj transformaciji, Komisija namjerava pokrenuti dijalog sa sektorom. Njime će se doprinijeti postizanju dogovora o konkretnim koracima za poboljšanje pristupa audiovizualnom sadržaju i njegove dostupnosti preko granica, kao nastavak preispitivanja Uredbe o geoblokiranju. Time bi se industriji omogućilo da raste i stekne novu publiku, a europski bi građani imali koristi od većeg izbora.

---

<sup>41</sup> Prema izvješću Pwc-a „Global Entertainment & Media Outlook 2020.–2024.“, kao rezultat krize prouzročene bolešću COVID-19 očekuje se da će prihodi SVOD-a 2020. prešći prihode blagajni kinodvorana. Predviđa se da će u narednih pet godina rasti te 2024. biti dvostruko viši od prihoda blagajni kinodvorana. Istodobno, svjetski promet usluga prijenosa (*streaming*) povećao se za 26 % u 2020.

<sup>42</sup> Uredba (EU) 2017/1128 Europskog parlamenta i Vijeća od 14. lipnja 2017. o prekograničnoj prenosivosti usluga internetskog sadržaja na unutarnjem tržištu.

<sup>43</sup> Europljani koji često putuju potvrđuju važnost pravila za svoja putovanja. Gotovo polovina (49 %) Europljana pretplaćenih na usluge internetskog sadržaja (koja je besplatna ili se plaća) koji su putovali unutar EU-a pokušali su tom sadržaju pristupiti tijekom posjeta drugoj zemlji EU-a. Istraživanje Eurobarometra 477a iz 2019. „Pristup sadržaju na internetu i prekogranična prenosivost usluga internetskog sadržaja – anketa o prekograničnoj prenosivosti“.

<sup>44</sup> Izvješće Komisije Europskom parlamentu, Vijeću, Europskom gospodarskom i socijalnom odboru i Odboru regija o prvom kratkoročnom preispitivanju Uredbe o geografskom blokiranju. Dostupno na: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-publishes-its-short-term-review-geo-blocking-regulation>

<sup>45</sup> Postoje znatne razlike po zemljama jer, na primjer, gledatelji u Grčkoj imaju pristup samo 1,3 % filmova dostupnih na internetu u EU-u, dok oni u Njemačkoj imaju pristup 43,1 % filmova. Izvor: radni dokument službi Komisije o prvom kratkoročnom preispitivanju Uredbe o geografskom blokiranju.

<sup>46</sup> Flash Eurobarometer 477b, 2019.

<sup>47</sup> Europski audiovizualni opservatorij, izvješće „Filmski i TV sadržaj u izdanju VOD kataloga 2020“.



U dijalogu će se okupiti predstavnici audiovizualne industrije (producenti, televizijske kuće, usluge videozapisa na zahtjev, distributeri itd.), potrošačkih organizacija i drugih zainteresiranih strana, kao što su nacionalni filmski fondovi, a održat će se tijekom 2021. Mogli bi se definirati i mogući konkretni ciljevi za povećanje optjecaja audiovizualnih djela diljem EU-a te načini njihova postizanja.

Komisija će nadgledati napredak u postizanju konkretnih ciljeva u suradnji s audiovizualnim sektorom i odlučivati o daljnjim postupcima tako što će procjenjivati razne mogućnosti, među ostalim zakonodavnu intervenciju.

Istodobno, kina bi trebala ostati mjesta kulture koja nude poboljšane mogućnosti za društvenu interakciju. U tu će svrhu Komisija potprogramom MEDIA u okviru programa Kreativna Europa istražiti načine za poticanje kina da dodatno poboljšaju iskustvo gledatelja.

#### **DJELOVANJE 8. – Poticanje talenata u europskoj medijskoj industriji**

- *novi mentorski programi za talente u europskoj medijskoj industriji*
- *kratki intenzivni tečajevi potprograma MEDIA koji osiguravaju praktično intenzivno osposobljavanje za mlade medijske stručnjake*
- *kampanja o raznolikosti ispred i iza kamere*
- *pristupnik tržištu MEDIA za istraživanje najperspektivnijih novoosnovanih poduzeća u Europi koja su aktivna u medijskom sektoru i pomoć u njihovu napredovanju*
- *laboratoriji za kreativne inovacije otvoreni za novoosnovana i rastuća poduzeća*

*Za: europske audiovizualne stručnjake, inovativna europska medijska poduzeća (iz audiovizualnog sektora i šire)*

Talenti u medijskoj industriji, bez obzira na sektor kojem pripadaju i područje na kojem se nalaze u Europi, ključan su element njezine konkurentnosti.

Međutim, društvene skupine i dalje neka zanimanja smatraju nedostupnima. To je, na primjer, vidljivo iz nedovoljne zastupljenosti žena na položajima na kojima se donose odluke u audiovizualnoj industriji<sup>48</sup>.

Komisija će potprogramom MEDIA u okviru programa Kreativna Europa uključiti prakse mentorstva koje su se pokazale vrlo uspješnim u projektima osposobljavanja koji posljednjih godina dobivaju potporu za audiovizualni sektor<sup>49</sup>. Takvi će se programi razvijati u različitim formatima te iskorištavati sve kreativne i poslovne mogućnosti koje nude digitalne tehnologije.

Nadalje, pokrenut će se komunikacijska kampanja za promicanje raznolikosti ispred i iza kamere kako bi se poboljšala raznolika zastupljenost i dodale nove ideje, priče i glasovi.

<sup>48</sup> U skladu sa Strategijom za rodnu ravnopravnost 2020.–2025. Komisija će i dalje podupirati projekte za promicanje rodne ravnopravnosti u okviru programa Kreativna Europa, među ostalim i Music Moves Europe, te će kao dio sljedećeg potprograma MEDIA predstaviti strategiju rodne ravnopravnosti u audiovizualnoj industriji, među ostalim i financijsku potporu, strukturirani dijalog, mentorstvo i osposobljavanje za filmske redateljice, producentice i scenaristice.

<sup>49</sup> [https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe/actions/media/training\\_en](https://eacea.ec.europa.eu/creative-europe/actions/media/training_en)

Kampanja će poslužiti kao temelj za Komunikaciju Komisije „Unija ravnopravnosti: Akcijski plan EU-a za antirasizam za razdoblje 2020.–2025.”<sup>50</sup>, Strategiju EU-a za ravnopravnost LGBTIQ osoba<sup>51</sup> i strateški okvir EU-a za jednakost, uključivanje i sudjelovanje Roma<sup>52</sup>.

Isticanje nadahnjujućih uzora važan je korak u promicanju pristupa tim zanimanjima s pomoću veće raznolikosti profila. Stoga će cilj kampanje biti isticanje europskih stručnjaka kako bi se promovirao širok spektar zanimanja te potaknulo žene i skupine u nepovoljnom položaju u društvu, kao što su osobe s invaliditetom ili pripadnici rasnih ili etničkih manjina, da razmotre te karijere.

Nadalje, inicijative za razvoj vještina u okviru programa Kreativna Europa ojačat će se organizacijom intenzivnih tečajeva osposobljavanja (kratki intenzivni tečajevi potprograma MEDIA), na kojima mladi talenti u medijskoj industriji iz čitave Europe mogu steći praktično iskustvo u područjima kao što su inovativna naracija, novi poslovni modeli i nove tehnologije u postprodukciji, zajedno s vještinama za isporuku dostupnog sadržaja.

Potprogram MEDIA u okviru programa Kreativna Europa udružiti će se i s drugim inicijativama, kao što su Inovacijski radar<sup>53</sup>, Startup Europe<sup>54</sup> i Media Motor Europe<sup>55</sup> CSA, kako bi se pronašla najperspektivnija novoosnovana poduzeća u Europi koja su aktivna u medijskom okruženju. U tu će se svrhu u okviru inicijative Startup Europe objaviti poziv za iskaz interesa usmjeren na kreativne i medijske tehnološke zajednice kako bi se isplanirali obećavajući projekti.

Potprogramom MEDIA u okviru programa Kreativna Europa stvorit će se i okruženje koje pogoduje tim poduzećima i pomaže im da napreduju u audiovizualnom sektoru koji se brzo mijenja. Takva bi poduzeća mogla imati koristi od ojačanog pristupa tržišnoj potpori iz potprograma MEDIA u okviru programa Kreativna Europa preko takozvanog „tržišnog pristupnika potprograma MEDIA”. To će uključivati aktivnu pripremu, uključujući podučavanje i mentorstvo o tržišnim trendovima i pozicioniranju, poslovnim planovima i strategijama komercijalizacije, kako bi se najbolje iskoristila kombinirana fizička i virtualna prisutnost na najvažnijim globalnim medijskim tržištima (Berlinale, Cannes, Venecija, GamesCom, Dani virtualne stvarnosti itd.) pod europskom oznakom.

Novoosnovana i rastuća poduzeća moći će sudjelovati u laboratorijima za kreativne inovacije, novoj inicijativi u okviru međusektorske komponente programa Kreativna Europa. Ona će okupiti medijski sektor i druge kreativne sektore (npr. glazba, izdavaštvo) i eksperimentirati s podacima, virtualnom i proširenom stvarnošću te drugim tehnologijama kako bi se razvili novi sadržaji, poslovni modeli i vještine, promicale uključenost raznolikosti i održivost te potaknuo angažman publike.

---

<sup>50</sup> [https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/racism-and-xenophobia/eu-anti-racism-action-plan-2020-2025\\_en](https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/racism-and-xenophobia/eu-anti-racism-action-plan-2020-2025_en)

<sup>51</sup> [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hr/ip\\_20\\_2068](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hr/ip_20_2068)

<sup>52</sup> [https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/roma-eu/roma-equality-inclusion-and-participation-eu\\_hr](https://ec.europa.eu/info/policies/justice-and-fundamental-rights/combating-discrimination/roma-eu/roma-equality-inclusion-and-participation-eu_hr)

<sup>53</sup> <https://www.innoradar.eu/>

<sup>54</sup> <https://startupeuropeclub.eu/>

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

Važno je napomenuti da će i inovativna novoosnovana medijska poduzeća te mala i srednja poduzeća moći podnijeti zahtjev za potporu iz programa Obzor Europa u okviru Europskog vijeća za inovacije<sup>56</sup> i Europskog instituta za inovacije i tehnologiju<sup>57</sup>.

#### **DJELOVANJE 9. – Osnaživanje građana**

- *praktična primjena novih obveza o medijskoj pismenosti iz Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama (skup alata za medijsku pismenost i smjernice državama članicama)*
- *potpora stvaranju alternativnih usluga agregiranja medijskog sadržaja*

*Za: europske građane, posebno mlade; platforme za dijeljenje videozapisa*

Medijska pismenost ključna je za osnaživanje građana u današnjem medijskom okruženju i treba je podržavati raznim programima i inicijativama, kako je navedeno u akcijskom planu za europsku demokraciju. Time se ističe njezina važnost u suzbijanju dezinformacija i promiče suradnja u tom pogledu.

Medijska pismenost uključuje sve tehničke, kognitivne, socijalne, građanske i kreativne sposobnosti koje građanima omogućuju da pristupe medijima, služe se njima s kritičkim razumijevanjem i sudjeluju u interakciji s njima. Ključna je i za osnaživanje potrošača da donose informirane odluke te ih podupire u prihvaćanju održivije i ekološki prihvatljivije potrošnje. Medijska pismenost trebala bi biti integrirana u školske nastavne programe kako bi se djeci omogućilo da se odgovorno koriste medijskim uslugama i budu spremnija za suočavanje s prijetnjama internetskog nasilja i dezinformacijama.

U revidiranoj Direktivi o audiovizualnim medijskim uslugama navedene su posebne mjere kojima se građanima pomaže da poboljšaju vještine medijske pismenosti. Njome se predviđa da države članice promiču i uvode mjere za razvoj vještina medijske pismenosti (i o njima izvješćuju Komisiju na temelju njezinih smjernica kojima se definira opseg takvih izvješća) te da bi se platformama za razmjenu videozapisa trebali uspostaviti učinkovite mjere i alati za medijsku pismenost te podizati svijest korisnika o njima.

Učinkovita provedba tih odredbi Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama ključna je za daljnji razvoj vještina medijske pismenosti i poboljšanje dostupnosti sadržaja u državama članicama. Stoga će Komisija, kako bi osigurala praktično ispunjenje novih obveza, posebno u području interneta, sa Skupinom europskih regulatora za audiovizualne medijske usluge i drugim stručnjacima, kao i u dijalogu s platformama za razmjenu videozapisa, razviti skup alata za poboljšanje svijesti korisnika, njihovih ključnih vještina i izbora te za pomoć korisnicima u pronalasku raznovrsnijih medijskih sadržaja dostupnih na platformama za razmjenu videozapisa.

Očekuje se da će ta inicijativa biti posebno korisna mladima koji bi u potpunosti trebali biti uključeni u njezin razvoj. Zbog toga će Komisija uspostaviti *ad hoc* tijelo za razmatranje koje će se sastojati od studenata i mladih novinara kako bi se testirao i promovirao skup alata. Odbor će biti rodno uravnotežen, uključiv i raznolik. Takvim će se pristupom osigurati da se skupom alata učinkovito zadovolje potrebe mlađih korisnika i da ih se dodatno osnaži u internetskom okruženju, među ostalim u borbi protiv

<sup>56</sup> Vidjeti pilot-projekt EIC-a: <https://ec.europa.eu/research/eic/index.cfm>

<sup>57</sup> <https://eit.europa.eu/>

stereotipa koji se temelje na rodu, kulturi, religiji ili seksualnoj orijentaciji. I provedba alata bit će dio izvješća o medijskoj pismenosti iz Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama, čije će se područje primjene odrediti smjernicama Komisije koje će se donijeti 2021.

U okviru tih djelovanja Komisija će sljedeće izdanje Europskog tjedna medijske pismenosti nastojati učiniti još utjecajnijim i uključivijim. U tom će kontekstu Komisija istražiti moguću daljnju suradnju s relevantnim međunarodnim organizacijama.

Predložene će mjere biti u potpunosti usklađene i komplementarne s ciljevima Akcijskog plana za digitalno obrazovanje 2021.–2027.<sup>58</sup>, čiji je cilj da se obrazovanjem još više pomogne učenicima da razviju sposobnost kritičkog pristupa, filtriranja i procjene informacija, prije svega kako bi znali prepoznati dezinformacije i mogli se nositi s preopterećenjem informacijama, ali i razviti financijsku pismenost<sup>59</sup>.

Programom Obzor Europa doprinijet će se i poboljšanju političkog sudjelovanja građana promicanjem ključne digitalne pismenosti i njihovu pristupu pluralističkim medijskim sadržajima.

Da bi nadopunila te mjere, Komisija će podržati istraživanje i inovacije za napredne metode pretraživanja, otkrivanja i prikupljanja, kako bi se olakšalo stvaranje neovisnih alternativnih usluga prikupljanja vijesti koje mogu ponuditi raznolik skup dostupnih izvora informacija.

Svijest publike, posebno mlade, o europskom sadržaju podići će se u kontekstu 30. obljetnice potprograma MEDIA u okviru programa Kreativna Europa 2021. Pokrenut će se kampanja kojom će se među mlađim naraštajima proširiti vijesti o bogatstvu i raznolikosti europskog sadržaja prikazivanjem uspješnih priča, projekata i talenata koji ostvaruju potporu iz programa.

#### ***DJELOVANJE 10. – Osiguravanje funkcioniranja europskog medijskog tržišta***

- jačanje okvira suradnje među europskim medijskim regulatorima u okviru Europske skupine regulatora za audiovizualne medijske usluge (ERGA)

*Za: europske medijske regulatore, europsku audiovizualnu medijsku industriju i sudionike na tržištu*

Uspostavljanje istinskih jednakih uvjeta za sve audiovizualne reproduktore i pošteno okruženje za stvaratelje i one koji ulažu u sadržaj središnji su ciljevi revidirane Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama i moderniziranog okvira za autorska prava.

Na primjer, kako bi se osiguralo pošteno tržišno natjecanje između televizijskih kuća i platformi za videozapise na zahtjev u promicanju i ulaganju u europski sadržaj,

<sup>58</sup> [https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/digital-education-action-plan\\_hr](https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/digital-education-action-plan_hr)

<sup>59</sup> Važnost medijske pismenosti istaknuta je i u programu vještina za Europu 2020., kojim je predviđeno da će Komisija surađivati s državama članicama na novim prioritetima Europskog programa za obrazovanje odraslih. Time će se nastojati dopuniti obnovljeni europski okvir za suradnju u području obrazovanja i osposobljavanja i podržati ostvarivanje cilja održivog razvoja Ujedinjenih naroda.

revidiranom Direktivom o audiovizualnim medijskim uslugama od potonjih se zahtijeva da europska djela zauzimaju 30 % udjela u njihovim katalogima.

Učinkovita i dosljedna primjena revidirane Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama i pravila o autorskim pravima na nacionalnoj razini bit će ključna kako bi se osigurali rezultati. Istodobno, ključno je osigurati zaštitu nematerijalne imovine reproduktorâ učinkovitom provedbom njihovih prava intelektualnog vlasništva.

Kad je riječ o revidiranoj Direktivi o audiovizualnim medijskim uslugama, države članice, a posebno njihovi medijski regulatori, moraju na odgovarajući način nadzirati pravilnu primjenu novih pravila i prema potrebi ih provoditi<sup>60</sup>. To će posebno zahtijevati sljedeće:

- dosljednu provedbu zajedničkih obveza za europski sadržaj u katalogima na zahtjev (i na temelju Smjernica koje je Komisija nedavno donijela)<sup>61</sup>,
- usklađenu primjenu novih pravila o isticanju europskih djela donošenjem dodatnih praktičnih smjernica i poticanjem zajedničkih pristupa isticanju sadržaja od općeg interesa<sup>62</sup>,
- učinkovitu provedbu novih obveza za platforme za razmjenu videozapisa.

Komisija će u tom pogledu procijeniti treba li ojačati suradnju unutar Skupine regulatora za audiovizualne medijske usluge kako bi se osiguralo da njezin format i područje primjene doprinose učinkovitom funkcioniranju novih medijskih pravila u praksi i procijeniti može li se suočiti s novim izazovima na medijskim tržištima. U tu će svrhu nastaviti razmatrati najbolje prakse u prekograničnoj suradnji i pomno pratiti provedbu Memoranduma o razumijevanju Skupine europskih regulatora za audiovizualne medijske usluge, koji će se uspostaviti do kraja godine.

Memorandum o razumijevanju sektorski je i dobrovoljni mehanizam suradnje koji se temelji na jedinstvenoj stručnosti europskih medijskih regulatora. Sadržavat će posebne mehanizme suradnje i razmjene informacija za europske medijske regulatore s ciljem rješavanja praktičnih problema i prekograničnih slučajeva povezanih s provedbom revidirane Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama koja se nalazi u njihovoj nadležnosti. Inicijativa je posebno usredotočena na prethodno navedene regulatorne novine revidirane Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama. Njome će se nadopuniti horizontalni sustav upravljanja internetskim uslugama koji će biti

---

<sup>60</sup> Pored novih pravila, Direktiva 2005/29/EZ o nepoštenoj poslovnoj praksi poslovnog subjekta u odnosu prema potrošaču na unutarnjem tržištu odnosi se na nepoštene poslovne prakse koje se pojavljuju u audiovizualnim medijskim uslugama, kao što su obmanjujuće i agresivne prakse, u mjeri u kojoj nisu obuhvaćene odredbama Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama. Mrežom za suradnju u zaštiti potrošača u okviru Uredbe (EU) 2017/2394 osigurava se provedba prava EU-a o zaštiti potrošača u slučaju povrede prava unutar Unije i diljem Unije.

<sup>61</sup> Smjernice u skladu s člankom 13. stavkom 7. Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama o izračunu udjela europskih djela u katalogima videa na zahtjev te o definiciji male publike i niskog prometa; [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020XC0707\(03\)&from=EN](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/HR/TXT/HTML/?uri=CELEX:52020XC0707(03)&from=EN)

<sup>62</sup> U članku 7.a revidirane Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama prepoznato je da države članice mogu poduzeti mjere kako bi osigurale primjereno isticanje audiovizualnih medijskih usluga od općeg interesa, kako bi se ispunili ciljevi kao što su medijski pluralizam, sloboda govora i kulturna raznolikost. U vezi s tom odredbom 2020. je uspostavljena posebna podskupina Skupine europskih regulatora za audiovizualne medijske usluge kako bi se olakšalo zajedničko razumijevanje njezina područja primjene i mogućih regulatornih pristupa koje države članice mogu poduzeti u tom području.

uspostavljen Aktom o digitalnim uslugama. Komisija će do kraja 2021. procijeniti funkcioniranje Memoranduma o razumijevanju i, ako je potrebno, predložiti poboljšanja.

Nadalje, u suradnji s državama članicama, njihovim filmskim fondovima i Skupinom europskih regulatora za audiovizualne medijske usluge te uključivanjem platformi na zahtjev Komisija će istražiti daljnje načine poticanja veće raznolikosti u katalozima videozapisa na zahtjev. U skladu s ciljem Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama da se televizijske kuće potaknu da u svoje usluge uključe odgovarajući udio koproduciranih europskih djela ili europskih djela koja nisu domaćeg podrijetla, svrha će biti postizanje dobrovoljnih ciljeva za sve veću prisutnost takvih djela i u katalozima videozapisa na zahtjev. Time će se uzajamno ojačati cilj potprograma MEDIA u okviru programa Kreativna Europa kako bi se povećala prisutnost takvih djela na svim distribucijskim platformama.

Osiguravanje dobrog funkcioniranja europskog medijskog tržišta zahtijeva i rješavanje problema piratstva sadržaja zaštićenog autorskim pravima, koji unatoč blagom padu ostaje veliki problem<sup>63</sup>. Pojava novih poslovnih modela kojima se krše autorska prava predstavlja ozbiljnu prijetnju industriji<sup>64</sup>.

Komisija se obvezala osigurati učinkovitiju provedbu prava intelektualnog vlasništva u digitalnom okruženju, kako je navedeno u akcijskom planu za intelektualno vlasništvo<sup>65</sup>. Konkretno, Komisija će se uključiti u rasprave s industrijom kako bi vidjela kako postojeća pravna sredstva za borbu protiv piratstva, kao što su sudske zabrane, mogu postati učinkovitija i kako ih se može lakše dobiti, posebno u cilju suočavanja s dinamičnom i bezgraničnom prirodom internetskih povreda počinjenih u komercijalne svrhe. U tom kontekstu, oslanjanjem na akcijski plan za intelektualno vlasništvo, posebna će se pozornost posvetiti poticanju suradnje između nacionalnih provedbenih tijela i prekogranične provedbe.

## 5. ZAKLJUČAK

Ovom Komunikacijom Komisija iznosi sveobuhvatnu viziju medijskog sektora za iskorištavanje potencijala istinskog europskog medijskog tržišta i prihvaćanje digitalnog desetljeća.

Djelovanja će se provoditi u bliskoj suradnji s državama članicama, Europskim parlamentom, medijskom industrijom i svim zainteresiranim dionicima. Stoga će se

---

<sup>63</sup> U razdoblju od 2017. do 2018. ukupan pristup piratskom sadržaju pao je za 32 % u području glazbe, 19 % u području filmova i 8 % u području TV sadržaja. Izvor: Ured Europske unije za intelektualno vlasništvo, „Internetsko kršenje autorskih prava u EU-u. Glazba, filmovi i TV (2017. – 2018.), trendovi i pokretači”, studeni 2019.

<sup>64</sup> Procjenjuje se da u Europskoj uniji (28 država članica) 3,6 % stanovništva, tj. 13,7 milijuna ljudi, TV gleda preko internetskog prijenosa iz neovlaštenih internetskih izvora. Procjenjuje se da je neovlašteno tržište pretplate na IPTV 2018. generiralo 941,7 milijuna EUR prihoda u Europskoj uniji. Izvor: „Nezakonite usluge IPTV-a u Europskoj uniji”, EUIPO, studeni 2019. Bolja provedba prava intelektualnog vlasništva doprinjet će i suočavanju s izazovima koji nastaju zbog piratstva sportskih audiovizualnih sadržaja. Vidjeti izjavu Komisije o organizatorima sportskih događaja, priloženu zakonodavnoj rezoluciji Europskog parlamenta o Direktivi o autorskim pravima na jedinstvenom digitalnom tržištu. [https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2019-0231\\_HR.html](https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2019-0231_HR.html)

<sup>65</sup> [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hr/ip\\_20\\_2187](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/hr/ip_20_2187)

Komunikacijom predstaviti konkretan plan za medije kao dio kulturnog i kreativnog ekosustava kako bi se okoristili digitalnom transformacijom i potaknuli njezinu konkurentnost.

**– DODATAK – OKVIRNI VREMENSKI RASPORED**

Djelovanje	Poddjelovanje	Okvirni vremenski raspored
<b>DJELOVANJE 1. – Lakši pristup potpori EU-a</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ novi interaktivni alat koji medijska poduzeća vodi kroz razne instrumente potpore</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ prvo tromjesečje 2021.</li> </ul>
<b>DJELOVANJE 2. – Inicijativa MEDIA INVEST čiji je cilj potaknuti ulaganja u audiovizualni sektor</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ namjenska platforma za ulaganje u kapital za poticanje europskih audiovizualnih produkcija i strategija distribucije;</li> <li>➤ razvoj investicijskog portfelja jačanjem kapaciteta za investitore i spremnošću na ulaganje za poduzeća.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ od prve polovine 2022.</li> <li>➤ od druge polovine 2021.</li> </ul>
<b>DJELOVANJE 3. – Inicijativa „NEWS”, u kojoj će se objediniti mjere i potpora za sektor informativnih medija</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ bolji pristup financijama s pomoću zajmova i pilot-inicijativa usmjerenih na kapital</li> <li>➤ jačanje kapaciteta među ulagačima i medijima</li> <li>➤ potpora informativnim medijima u radu na suradničkoj transformaciji</li> <li>➤ Europski forum za informativne medije</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ od prve polovine 2022.</li> <li>➤ od druge polovine 2021.</li> <li>➤ od druge polovine 2021.</li> <li>➤ od prve polovine 2021.</li> </ul>
<b>DJELOVANJE 4. – Oslobađanje inovacijskog potencijala europskim medijskim podatkovnim prostorom i poticanje novih poslovnih modela</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ stvaranje medijskog podatkovnog prostora za podršku medijskim poduzećima u razmjeni podataka i razvoju inovativnih rješenja</li> <li>➤ Europsko izvješće Media Outlook</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ od prve polovine 2022.</li> <li>➤ od druge polovine 2021.</li> </ul>
<b>DJELOVANJE 5. – Poticanje europske industrijske koalicije za virtualnu i proširenu stvarnost</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ industrijska koalicija za virtualnu i proširenu stvarnost za poticanje suradnje u svim industrijskim sektorima i osiguranje europskog vodstva</li> <li>➤ otvaranje medijskog laboratorija za virtualnu stvarnost za projekte radi stvaranja novih načina pripovijedanja i interakcije</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ druga polovina 2021.</li> <li>➤ od prve polovine 2022.</li> </ul>
<b>DJELOVANJE 6. – Učiniti medijski sektor klimatski neutralnim</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Forum o strukturiranoj suradnji s industrijom i (pod)nacionalnim filmskim i audiovizualnim fondovima</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ od prve polovine 2021.</li> </ul>



<p><b>DJELOVANJE 7. – Učiniti audiovizualni sadržaj šire dostupnim u čitavom EU-u</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ pokretanje dijaloga s audiovizualnom industrijom kako bi se dogovorili konkretni koraci za poboljšanje pristupa audiovizualnom sadržaju i njegove dostupnosti preko granica u EU-u</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ od prve polovine 2021.</li> </ul>
<p><b>DJELOVANJE 8. – Poticanje talenata u europskoj medijskoj industriji</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Novi mentorski programi za talente u europskoj medijskoj industriji</li> <li>➤ kratki intenzivni tečajevi potprograma MEDIA koji osiguravaju praktično intenzivno osposobljavanje za mlade medijske stručnjake</li> <li>➤ kampanja o raznolikosti ispred i iza kamere</li> <li>➤ pristupnik tržištu MEDIA za istraživanje najperspektivnijih novoosnovanih poduzeća u Europi koja su aktivna u medijskom sektoru i pomoć u njihovu napredovanju</li> <li>➤ laboratoriji za kreativne inovacije otvoreni za novoosnovana i rastuća poduzeća</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ od druge polovine 2021.</li> <li>➤ od prve polovine 2022.</li> <li>➤ od druge polovine 2021.</li> <li>➤ od prve polovine 2021.</li> <li>➤ od druge polovine 2021.</li> </ul>
<p><b>DJELOVANJE 9. – Osnaživanje građana</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ praktična primjena novih obveza o medijskoj pismenosti iz Direktive o audiovizualnim medijskim uslugama (skup alata za medijsku pismenost i smjernice državama članicama)</li> <li>➤ potpora stvaranju alternativnih usluga agregiranja medijskog sadržaja</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ četvrto tromjesečje 2021.</li> <li>➤ od druge polovine 2022.</li> </ul>
<p><b>DJELOVANJE 10. – Osiguravanje funkcioniranja europskog medijskog tržišta</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ jačanje okvira suradnje među europskim medijskim regulatorima u okviru Europske skupine regulatora za audiovizualne medijske usluge (ERGA)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ od prvog tromjesečja 2021.</li> </ul>