



Brüsszel, 2014.5.15.
COM(2014) 272 final

**A BIZOTTSÁG KÖZLEMÉNYE AZ EURÓPAI PARLAMENTNEK, A
TANÁCSNAK, AZ EURÓPAI GAZDASÁGI ÉS SZOCIÁLIS BIZOTTSÁGNAK ÉS A
RÉGIÓK BIZOTTSÁGÁNAK**

**Az európai film a digitális korszakban
Egyensúlyban a kulturális sokféleség és a versenyképesség között**

**A BIZOTTSÁG KÖZLEMÉNYE AZ EURÓPAI PARLAMENTNEK, A
TANÁCSNAK, AZ EURÓPAI GAZDASÁGI ÉS SZOCIÁLIS BIZOTTSÁGNAK ÉS A
RÉGIÓK BIZOTTSÁGÁNAK**

**Az európai film a digitális korszakban
Egyensúlyban a kulturális sokféleség és a versenyképesség között**

Az audiovizuális ágazat kulturális, társadalmi és gazdasági jelentősége meghatározó. Fontos szerepet játszik az identitások kialakításában és az értékek közvetítésében, és közös európaiságunkat formálva az uniós integrációt is előmozdíthatja. Ösztönzi a növekedést és a munkahelyteremtést Európában, és az innovációnak is lendületet ad.

Szembetűnő, hogy az audiovizuális szektor szabályozottsága nagyobb fokú, mint a többi kreatív ágazaté, és jelentős mértékben függ a közfinanszírozástól is¹.

Az európai filmgyártást sokszínűség és kreativitás jellemzi. Az európai mozgóképörökséget világszerte elismertség övezi, alkotásai a filmesek több nemzedékét ihlették már meg.² Annak ellenére azonban, hogy Európában nagyszámú játékfilm készül, az európai filmek zöme nem jut el valamennyi potenciális nézőjéhez Európában, és még kevésbé a nemzetközi filmpiacon. A legtöbb film nem jut a nemzeti piac határain túlra, sok alkotás pedig sosem kerül mozivászonra, illetve nem fér hozzá egyéb forgalmazási csatornákhöz.

Ez mind az európai kultúrák sokféleségének nemzetközi népszerűsítését, mind a versenyképesség javítását tekintve számos elszalasztott lehetőséget jelent, és a harmadik országokkal, különösen az Egyesült Államokkal folytatott kereskedelem kiaknázatlanságát is magában rejt.

A digitális forradalom a forgalmazás terén számos lehetőséget és nagyfokú rugalmasságot kínál, és lényeges mértékben kihat a nézői magatartásra. Nagyon fontos ezért, hogy alkalmazkodjunk a digitális korszak adottságaihoz, és használjuk ki az abban rejlő lehetőségeket annak érdekében, hogy a filmes alkotások eddigi nézőikhez és új közönségekhez egyaránt eljussanak, és hogy megteremtsük a kulturális sokféleség igénye és a versenyképesség közötti egyensúlyt. Mindez mind az iparág számára, amelynek új üzleti modelleket és közönségfejlesztési stratégiákat kell kidolgoznia, mind pedig a regionális, nemzeti és európai szintű közpolitikák számára kihívásokkal jár együtt.

Az országokon átívelő szakpolitikai együttműködésnek és az ágazattal európai szinten folytatott strukturált párbeszédnek ezért meghatározó szerepe van.

¹ Az európai filmalapokból évente nyújtott támogatások összege 2,1 milliárd EUR (*European Audiovisual Observatory: Public Funding for Film and Audiovisual Works in Europe - 2011* / Európai Audiovizuális Megfigyelő Intézet: Filmek és audiovizuális alkotások közfinanszírozása Európában – 2011).

² Csupán néhány közelmúltbeli film – mint például az *Éltrevalók (Intouchables)* – aratott eredetiségével nemzetközi szinten is sikert, e filmek nyereségesek voltak, és kasszasikerré váltak.

Ez a közlemény illeszkedik A kulturális és kreatív ágazatok előtérbe helyezése az Unión belüli növekedés és foglalkoztatás érdekében című bizottsági közleményben³COM(2012) 537 final. előterjesztett stratégiai keretbe, és összhangban áll az európai digitális menetrenddel⁴COM(2010) 245 végleges/2.

A közlemény áttekintést nyújt a filmiparban végbement közelmúltbeli fejleményekről, és feltárja azokat az aktuális közpolitikai kihívásokat, amelyek a filmes ágazatra hatással vannak. Emellett bemutatja, hogy mely létező uniós eszközök segíthetnék az e kihívásokhoz való alkalmazkodás folyamatát.

A közlemény célja, hogy valamennyi érintett területen erősödjön a tagállami és uniós politikák kiegészítő jellege. Olyan közös stratégiákat szorgalmaz, amelyek segítenek a lehetőségek jobb kiaknázásában és a digitalizálódás kihívásainak megválaszolásában, egyúttal szem előtt tartva a kulturális és nyelvi sokféleséget, valamint a nemzeti audiovizuális szektorok közötti eltéréseket, egyúttal hangsúlyozza, hogy közös erőfeszítésre van szükség azon meglévő finanszírozási eszközök globális hatékonyságának növelése érdekében, amelyek az európai filmipar versenyképességét és sokféleségét hivatottak támogatni.

1. Az európai filmágazat jelenlegi helyzete

1.1. Filmgyártás vs. közönség: egyre nagyobb szakadék?

Az európai filmipart vizsgálva az figyelhető meg, hogy a filmgyártás és -forgalmazás, illetve a fogyasztás nincs egyensúlyban egymással, azaz nagy eltérés mutatkozik a kész filmek és a célközönséghez valóban eljutott alkotások száma között. Noha lényegesen több európai produkció van, mint amerikai vagy kanadai⁵, a forgalmazott európai filmek piaci részaránya kisebb, és még az EU-n belül is nehezen jutnak el szélesebb külföldi közönséghez.

A sikerek azonban nem a piaci részesedés és a filmbevétel az egyedüli mércéje. Bizonyos alkotások csak egy szűk közönséghez szólnak, ezért e filmek nemzeti/uniói és globális piaci részesedése alacsonyabb lehet. Ettől függetlenül azonban e filmek sok esetben sikeresen eljutnak célközönségükhöz, és jelentős szerepük van a kulturális sokszínűség formálásában. Gazdaságilag nézve egy film relatív sikerét nyereségessége szempontjából is meg kell vizsgálni, vagyis azt, hogy milyen viszonyban állnak egymással az előkészítés, a forgatás és a forgalmazás költségei, illetve a film által hozott bevétel⁶. Az EU-ban gyártott filmek jelentős hányadát azonban csak kis időtartamra vagy egyáltalán nem tűzik műsorra a mozik, különösen a külföldi piacon. E filmek más forgalmazási csatornákon sem jutnak el nagyobb mértékben közönségükhöz.

³ COM(2012) 537 final.

⁴ COM(2010) 245 végleges/2.

⁵ Az Európai Unióban gyártott filmek száma 2008 és 2011 között 1159-ről 1336-ra nőtt. Ugyanebben az időszakban az amerikai és kanadai produkciók száma 773-ról 818-ra növekedett (EAO Focus, 2013).

⁶ A becslések szerint az *Életrevalók* c. film összes mozibevétele 309 189 989 EUR volt, költségvetése pedig hozzávetőlegesen 7 millió EUR-t tett ki; A némafilm *(The Artist)* vetítéséből 96 718 509 EUR (becsült összeg) folyt be a jegypénztárakba világszerte, költségvetése mintegy 11 millió EUR-ra rúgott.

A helyzet és a kapcsolódó számadatok azonban eltérőek lehetnek az egyes forgalmazási csatornák (mozi, tévé, DVD, VOD⁷ stb.) között, és az egyes tagállamok között is jelentős különbségek mutatkozhatnak.

A filmszínházakban történő hasznosítást tekintve a fő tendenciák a következők:

- Az EU-ban átlagosan a mozibemutatók 62,52 %-át adják európai filmek, amelyek a mozi látogatók 32,9 %-át vonzzák⁸. Az európai filmalkotások által termelt jegybevétel és a nézőszám is messze elmarad az amerikai produkciókénál. Az amerikai filmek 2012-ben a bemutatók 19,84 %-át tették ki, és 65,11 %-os közönségarányt értek el⁹. A külföldi uniós filmek uniós piaci közönségaránya átlagosan 12 %¹⁰.
- Csak nagyon kevés európai film kerül Európán kívül a mozikba (2010-ben 8 %). Forgalmazási területeiken e filmek piaci részesedésüket tekintve szerény, ám nem elhanyagolható moziközönséget vonzanak¹¹. 2010-ben az európai produkciók által vonzott összes mozi látogató több mint 19 %-a nem Európában élt (és e filmek mozibevételeinek 16 %-a Európán kívülről származott)¹².

Az európai filmek – fent ismertetett – mozi pályafutásához hasonló a helyzet az egyéb filmfogyasztási platformokon is.

A legtöbb filmet továbbra is televízió nézik az emberek. Európában 2011-ben a közel 122 000, tévében bemutatott játékfilm 41 %-a európai produkció volt (7,7 %-uk az adott országban, 14,5 %-uk pedig más európai országban készült, és 18,7 %-uk részben vagy egészben európai koprodukció volt)¹³.

Míg a DVD-k piaci részesedése csökkenő tendenciát mutat, várható, hogy egy új forgalmazási forma, a VOD egyre nagyobb jelentőségre tesz szert az elkövetkező években¹⁴. A VOD-piac 2012-ben Németországban 59 %-os, Franciaországban pedig 14,7 %-os növekedést könyvelhetett el¹⁵. Számos VOD-szolgáltató csupán a helyi piacon kínálja szolgáltatásait és

⁷ Video on demand: igény szerint lekérhető videoszolgáltatás.

⁸ Időszak: 2008–2012. Az adatok a Máltára vonatkozó információkat nem tartalmazzák. Forrás: Európai Audiovizuális Megfigyelő Intézet.

⁹ Időszak: 2008–2012. Forrás: Európai Audiovizuális Megfigyelő Intézet.

¹⁰ Forrás: Európai Audiovizuális Megfigyelő Intézet, 2012-es évkönyv, 2. kötet, 234. o.

¹¹ 2012-ben például az Egyesült Államok piacán csak kevés uniós produkció volt jelen, ezek piaci részesedése alig érte el a 8 %-ot, míg az egyesült államokbeli alkotások a piac több mint 90 %-át foglalták el. Forrás: Európai Audiovizuális Megfigyelő Intézet – Focus adatbázis, 2013.

¹² Forrás: Európai Audiovizuális Megfigyelő Intézet – *Theatrical export of European films in 2010* (Az európai mozifilmek külföldi forgalmazása 2010-ben); a tanulmány a következő országokra terjed ki: Argentína, Ausztrália, Brazília, Chile, Kolumbia, Dél-Korea, Mexikó, Új-Zéland, Egyesült Államok és Kanada, valamint Venezuela. Ugyanebben az időszakban az USA-beli produkciók filmszínházi bevételeik 66 %-át külföldön szereztek meg.

¹³ Forrás: Európai Audiovizuális Megfigyelő Intézet: 2012-es évkönyv, 150–155. o.

¹⁴ A DVD-kkel ellentétben a VOD-szolgáltatások az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv (AVMSD-irányelv) hatálya alá tartoznak, és az irányelvnek az európai alkotások támogatását célzó rendelkezései vonatkoznak rájuk.

¹⁵ 2011-ben a fogyasztók által a digitális és online platformokon elérhető audiovizuális tartalmakra fordított kiadások 20,1 %-kal emelkedtek, elérve összesen az 1,2 milliárd EUR-t, míg DVD-kre az emberek – immár hetedik éve folyamatosan – 10 %-kal kevesebbet, összesen 9,4 milliárd EUR-t

használja márkáját, és csupán néhányuk folytat globális tevékenységet ugyanazon márka alatt. Míg a VOD elméletileg (a többi forgalmazási csatornával szemben) korlátlan volumenű forgalmazást tesz lehetővé, kevés információ áll rendelkezésre a VOD-platformokon kínált európai filmek elérhetőségéről és piaci részesedéséről. Néhány első, ebben a témában készített tanulmány arra enged következtetni, hogy a VOD-platformok bevételeinek nagy hányadát – a DVD-k piacához hasonlóan – valószínűleg nem európai filmek adják¹⁶. Az európai filmek hozzáférhetőségét tekintve a rendelkezésre álló adatok azt mutatják, hogy egy, a nemzetközi piacon tevékeny gazdasági szereplő (amely az EU 26 tagállamában jelen van) a legnagyobb, országos szintű platformjain több uniós sikerfilmet és az Európai Filmdíjjal kitüntetett alkotást kínál, mint az adott országban működő VOD-szolgáltatók¹⁷. Mindez arra utal, hogy valamennyi forgalmazási csatornának vannak még kiaknázatlan lehetőségei az európai filmek forgalmazása tekintetében, Európa határain belül és kívül is.

1.2. Potenciális közönség, a fogyasztói viselkedés változása

Egy, a 4 és 50 év közötti európai lakosság¹⁸ körében nemrégiben végzett felmérés szerint az európaiak 97 %-a néz különféle országokból származó filmeket, és 54 %-uk naponta képernyő elé ül¹⁹. Mintegy 27 %-uk „lelkes” filmfogyasztó, ők elmondásuk szerint havonta több mint 11 filmet tekintenek meg²⁰. Noha a mozi látogatások száma az utóbbi években nem mutatott változást²¹, a felmérés azt tárta fel, hogy a nézők még egy hónapnál is ritkábban mennek el moziba, és hogy a megkérdezettek 39 %-a egyáltalán nem jár filmszínházba²². Az európaiak nemcsak a mozivásznon, hanem ingyenes televíziós csatornákon (a lakosság 79 %-

költöttek. A közeljövőben folyamatos növekedés várható az európai videoágazat digitális és online forgalmazási csatornáin. Így például a zárt rendszerű hálózatokon (ún. „walled garden services”) keresztül elérhető VOD-szolgáltatásokhoz kapcsolódó összes bevétel meghaladja az internetes forgalmazással elért forgalmat. Európában ezek a bevételek várhatóan a 2011. évi 850 millió EUR-ról 1,5 milliárd EUR-ra fognak növekedni 2017-re. A DVD/BD (blu-ray lemezek) területén a bevételek visszaesése várható. Források: Európai Audiovizuális Megfigyelő Intézet, 2012-es évkönyv; Screen Digest adatbank, 2013.

¹⁶ Az IPTS tanulmánya: *Statistical, ecosystems and competitiveness analysis of the media and content industries — the film sector* (A média- és tartalomszolgáltató ágazat statisztikai, versenyképességi és ökoszisztéma-elemzése), Sophie de Vinck, Sven Lindmark, 2012, 3.4.3. pont.

¹⁷ Forrás: Európai Audiovizuális Megfigyelő Intézet. Egy 50 filmet tartalmazó mintából, amely az Európai Filmdíjjal kitüntetett 25 legsikeresebb alkotást (1988–2012) és a 25 legnagyobb európai kasszasikert (1996–2012) tartalmazta, az iTunes Németországban 36 filmet forgalmazott, míg a nemzeti szinten működő VOD-szolgáltatók csak legfeljebb 29-et. Franciaországban ez az arány 30-21, Olaszországban 2-8 volt.

¹⁸ A felmérést 10 országban végezték 4550, 4 és 50 év közötti európai fogyasztó bevonásával. *A profile of current and future audiovisual consumers* (A jelen és a jövő audiovizuális fogyasztójának profilja), végleges jelentés, EAC/08/2012, 10. o.

¹⁹ *A profile of current and future audiovisual consumers* (A jelen és a jövő audiovizuális fogyasztójának profilja), végleges jelentés, EAC/08/2012, 55. o.

²⁰ *A profile of current and future audiovisual consumers* (A jelen és a jövő audiovizuális fogyasztójának profilja), végleges jelentés, EAC/08/2012, 77. o.

²¹ Lásd: Európai Audiovizuális Megfigyelő Intézet, 2012-es évkönyv, 2. kötet, 222. o. (2011-ben 966 millió). Egyes tagállamokban – Franciaországban, Olaszországban, Spanyolországban, Bulgáriában, Szlovéniában és Szlovákiában – azonban visszaesés mutatkozott a mozi látogatók számában.

²² *A profile of current and future audiovisual consumers* (A jelen és a jövő audiovizuális fogyasztójának profilja), végleges jelentés, EAC/08/2012, 60. o.

a), DVD-n (67 %) és lekérhető szolgáltatásokat biztosító platformokon (56 %)²³ is néznek filmeket. Az otthoni vagy mobil filmnézés területe ezért jelentős piacot képvisel, különösen mivel egyre több fogyasztó igényli, hogy bármikor, bárhol és bármilyen eszközön elérhesse a kívánt videotartalmat. A felmérés ugyanakkor azt is megerősíti, hogy a nézők illegális tartalmakat is megtekintenek, és hogy a közönség egy része a filmnézés mellett egyre inkább szeretné interaktív módon használni az egyes tartalmakat, és – például appokon vagy a közösségi médián keresztül – részt venni megalkotásukban vagy programozásukban.

A médiafogyasztással töltött időt tekintve továbbra is a televízió az audiovizuális tartalmak megtekintésére használt leggyakoribb eszköz, az uniós polgárok naponta átlagban mintegy 4 órát töltenek a tévéképernyő előtt²⁴. Ezek az adatok Uniós-szerte stabilak, és immár – tekintve a fiatalabb nemzedékek lineáris televíziózási szokásait – csökkenő tendenciát mutatnak²⁵. Másrészt azonban a videotartalmak online lekérése, annak ellenére, hogy a fő uniós piacokon még viszonylag csekély mértékű, a 2008 és 2011 közötti időszakban 155–200 %-kal emelkedett²⁶.

1.3. A potenciális nézők elérése az Európai Unióban és világszerte: az európai filmágazat strukturális hiányosságai

Az audiovizuális ágazat helyzete tagállamonként igen eltérő. Nemcsak a nemzeti ágazatok méretei, a gyártás volumene és a nyelvi közegek különböznek, hanem a filmek finanszírozásának módjai, az állami filmapalok szerkezete és a rendelkezésre álló összegek is, továbbá eltérő mértékű a műsorszolgáltatók és más érintettek bevonása a finanszírozási rendszer, valamint a nemzeti és regionális filmpolitika döntéseibe.

Minden film egyedi prototípusnak tekinthető, ezért minden, a sikertényezőket modellezésére irányuló kísérlet a túlzott egyszerűsítés veszélyét hordozza. Nyilvánvaló azonban, hogy egyes strukturális hiányosságok jelentős mértékben kihatnak az európai filmek azon képességére, hogy belföldön és külföldön egyaránt eljussanak potenciális nézőikhez.

- ***A filmkészítés és a finanszírozás széttöredezettsége***

Az európai filmágazat javarészt kis- és mikrovállalkozásokból áll, amelyek tevékenysége korlátozott mennyiségű immateriális javakon alapszik. E vállalkozások számára egyre nehezebbé válik a nagy volumenű költségvetések előteremtése, és nagy mértékben állami finanszírozásra vannak utalva.

²³ Ez az utóbbi számadat az ún. „ingyenes” adatfolyam-továbbításra és -letöltésekre is kiterjed, amelyek nagy része valószínűleg illegális platformokon keresztül érhető el.

²⁴ Zöld könyv: „Az egységes audiovizuális világ felé: növekedés, alkotómunka, értékek”, hivatkozás az Európai Audiovizuális Megfigyelő Intézet évkönyvére, II. kötet, 171. o.

²⁵ Egy, az Egyesült Királyságban a közelmúltban végzett elemzés azt mutatta, hogy a 16–24 év közöttiek körében a lineáris televíziózással töltött idő napi 168 percről (2010) 142 percre csökkent (2013), és 2020-ben várhatóan már csak 119 perc lesz; a 25–34 év közöttiek körében a lineáris televíziózással töltött idő napi 200 percről (2010) 183 percre esett vissza (2013), és 2020-ben várhatóan már csak 148 perc lesz. Enders Analysis, *Where have all the young viewers gone?* (Hova tűnt a sok fiatal néző?) 2014. január.

²⁶ Az Egyesült Királyságban 2011-ben az átlagos online videofogyasztás 20,5 perc volt havonta. Ez az érték Franciaországra és Németországra vonatkozóan 15, illetve 22 perc.

A filmes költségvetések átlagos összege szintén igen eltérő az egyes tagállamokban. Az Egyesült Királyságban 10,9 millió EUR, Németországban és Franciaországban kb. 5 millió EUR, Svédországban 2,6 millió EUR. Ezzel szemben Magyarországon és Észtországban mintegy 300 000 EUR-ból készül el egy átlagos film²⁷. A Motion Picture Association of America adatai szerint az egyesült államokbeli produkciók átlagos költségvetése 15 millió USD²⁸. A rendelkezésre álló legfrissebb, 2006. évi adatok szerint a nagy amerikai filmstúdiókban készített filmek átlagos költségvetése 106,6 millió USD volt.

Tekintettel a gyártás magas költségeire, egy film csak akkor lehet gazdaságos, ha – főként a mozijegyek eladásából származó – magas árbevétel hoz. Az amerikai produkciók nagy piaci részesedése ellenére a közelmúltban több egyesült államokbeli sikerfilm esetében a magas gyártási költségek csak nehezen térültek meg. Míg egyes európai filmek, melyeknek költségvetése az amerikai művekénél kisebb, már aránylag kis nézőszámmal is elérték a megtérülési küszöböt, a rendelkezésre álló korlátozott adatok azt mutatják, hogy az európai alkotások nagy hányada nem nyereséges, és beruházási költségeik nem térülnek meg²⁹. Ez megnehezíti az európai vállalkozások számára, hogy megszilárdítsák gazdasági pozíciójukat, függetlenebbé váljanak az egyprojektes működésmódtól, és növekedni kezdjenek.

A filmgyártás összetett finanszírozási rendszere a digitális technológiák megjelenése miatt a forgalmazásban és fogyasztásban végbemenő változások kihívásaival szembesül. A televíziós csatornák bevételeit csökkentheti a csatornák elszaporodása és a közönség szegmentálódása, és noha az online bevételeket dinamikus növekedés jellemzi, azok egyelőre nem képesek ellensúlyozni a DVD-bevételek zsugorodását³⁰. Az adatokból az is kiderül, hogy a tévésorozatok – beleértve az európai produkciókat is – a televízióban és a VOD-platformokon egyaránt különösen nagy közkeveltségnek örvendenek, és magas nézettséget produkálnak³¹. A mozihálózati terjesztés a filmszínházak digitalizálási költségeivel és a nézői szokások változásával szembesül. Az újonnan megjelenő gazdasági szereplőknek (pl. VOD-platformok, távközlési szolgáltatók) növekszik a forgalmazásban betöltött szerepe, azonban a filmek gyártásában és finanszírozásában nem érintettek jelentős mértékben.

²⁷ Lásd: Európai Audiovizuális Megfigyelő Intézet, 2012-es évkönyv, 2. kötet, 206. o.

²⁸ Motion Pictures Association of America: <http://www.mpa.org/Resources/3037b7a4-58a2-4109-8012-58fca3abdf1b.pdf>, 21. o.

²⁹ Lásd a következő tanulmányt: *Rentabilité des investissements dans les films français* (A francia filmek jövedelmezősége), O. Bomsel és C. Chamaret, 2008. A tanulmány szerint a 2005-ben Franciaországban gyártott 162 film közül mindössze 15 hozta be a gyártás és a forgalmazás költségeit. http://crg.polytechnique.fr/fichiers/crg/perso/fichiers/chamaret_728_RentabContango2.pdf.

³⁰ Fogyasztói szinten a videopiac volumene 2012-ben a 17 legjelentősebb európai országban összesítve 1,1 %-kal csökkent, míg a digitális videoszolgáltatások és a zárt rendszerű VOD-hálózatok (TV VOD) forgalma 71 %-kal, illetve 26 %-kal nőtt. Forrás: International Video Federation, 2013-as évkönyv, 17. és 18. o.

³¹ Statisztikai adatok, amelyek hat tagállam (Egyesült Királyság, Németország, Franciaország, Olaszország, Spanyolország és Portugália) 100 legnézettebb műsorára vonatkoznak, azt mutatják, hogy 2012 decemberében a tévésorozatok számítottak a legnépszerűbb műfajnak, és összesen 62 %-os nézettségi arányt értek el. Forrás: [lesaudiencestv.com](http://www.lesaudiencestv.com); <http://www.lesaudiencestv.com/categorie-12499478.html>. A nemzeti és nemzetközi csatornák műsor-összeállításában nő az európai sorozatok szerepe; így pl. Az új generáció (*Real Humans*) című sorozat (Svédország/Dánia/Finnország), amelyet már 53 országba exportáltak, hamarosan adaptálásra kerül az Egyesült Királyságban. Forrás: Médiamétrie, Scripted Series Report 02. 2013. október.

- ***Túl kevés lehetőség és ösztönző nemzetközi projektek létrehozásához és több piac megcélozásához***

Csupán kevés európai filmproducer tevékeny több piacon is. Általában véve a filmágazat sem állami forrásokból, sem pedig a hagyományos értékláncban tevékeny vagy új beruházók által biztosított eszközökből nem képes megfelelő tőkét mozgósítani a nemzetközi témájú vagy hatású projektekhez. A finanszírozás jelentős része olyan nemzeti vagy regionális állami támogatásokból származik, amelyek a nemzeti vagy regionális témájú projekteket ösztönzik. A közpénzekből történő finanszírozásnak csupán nagyon kis hányadát biztosítják szupranacionális alapokból (Európában 2009-ben például 1919 millió EUR-t adtak a nemzeti és regionális alapok, míg a szupranacionális alapok mindössze 144 millió EUR-t)³². Ez az oka annak, hogy a projektek inkább belföldi nézőket céloznak meg. E tendenciát az is megerősíti, hogy az előkészítési fázis – amely lehetővé teszi egy produkció potenciális közönségének hatékony meghatározását és optimalizálását – nem kap megfelelő hangsúlyt. A koproduciók pedig annak ellenére, hogy a nemzeti produkcióknál könnyebben forgalmazhatók³³, sok esetben alapvetően a finanszírozás megszerzésére irányulnak, különösen az alacsony kapacitású országokban. Jobban ki lehetne használni a koproduciókban rejlő azon potenciált, hogy egy adott film szélesebb nézőközönséget érhet el; nagyon sok koproduciós alkotás esetében még hiányzik az érintett országokon belüli és kívüli forgalmazásra irányuló egyértelmű stratégia.

- ***Középpontban a filmkészítés, míg a forgalmazás és a reklám kevesebb figyelmet kap***

Miközben a filmpolitikák fokozott figyelmet fordítanak a filmkészítés támogatására, ez nem párosul a filmek közönséghez való eljuttatását segítő hasonló erőfeszítésekkel. A jelenlegi állami támogatási rendszerek mindenekelőtt a filmgyártást támogatják, és a filmforgalmazásra nem helyeznek megfelelő hangsúlyt. 2009-ben az európai állami filmfinanszírozási szervezetek átlagosan költségvetésük 69 %-át fordították filmkészítésre, és csupán 8,4 %-ot a filmek forgalmazására, illetve 3,6 %-ot reklámra. A szupranacionális módon működő alapok általában nagyobb fontosságot tulajdonítanak a forgalmazásnak (erre a költségvetés 33,6 %-át fordítják, míg a filmkészítésre 35,7 %-át), mint a nemzeti alapok (7,4 % forgalmazásra, 70,4 % filmkészítésre) és a szubnacionális alapok (3,5 % forgalmazásra, 75,5 % filmkészítésre). Mint azonban már említettük, az állami forrásokból történő finanszírozás csupán nagyon kis hányadát biztosítja szupranacionális alapokból. Az Egyesült Államokban jelentős összegeket fordítanak a filmek marketingjére³⁴, ez azonban az európai ágazatra általában nem jellemző.

³² Forrás: Európai Audiovizuális Megfigyelő Intézet: *Public Funding for Film and Audiovisual Works in Europe, 2011* (Filmek és audiovizuális alkotások közfinanszírozása Európában – 2011).

³³ Európai Audiovizuális Megfigyelő Intézet: *The circulation of European co-productions and entirely national films in Europe 2001 to 2007* (Európai koproduciók és teljes mértékben nemzeti gyártású filmek forgalmazása Európában 2001 és 2007 között) http://www.coe.int/t/dg4/cultureheritage/culture/film/paperEAO_en.pdf

³⁴ 2006-ban az USA-ban gyártott filmek átlagos költségvetése 106,6 millió USD volt, amelyből 70,8 millió USD fedezte a produkciós, 35,9 millió USD pedig a marketingköltségeket. Források: Motion Picture Association of America, Theatrical Market Statistics 2007.

A beruházások szempontjából elengedhetetlen mozi forgalmazásra és televíziós értékesítésre fektetett hangsúly miatt háttérbe szorulnak a többi potenciális platformon való forgalmazási lehetőségek. A bemutatási intervallumok jelenlegi rendszerére³⁵ egyre nagyobb nyomást gyakorolnak a változó nézői szokások³⁶. Az ezen a területen alkalmazott szigorú szabályok és a piacvezető szereplőknek a jelenlegi helyzet fenntartására irányuló törekvései megakadályozhatják az új, innovatív forgalmazási stratégiák és üzleti modellek kifejlesztését és alkalmazását. Mindez azt is meggátolhatja, hogy a kis költségű rétegművek – amelyek a mozivászonra kerülésért küzdenek, és ha ez sikerül is nekik, csupán rövid ideig láthatók – más forgalmazási csatornákon (pl. VOD) eljussanak közönségükhöz³⁷.

A VOD-ben nagy potenciál rejlik, azonban megfelelő beruházásokat és új készségek kialakítását teszi szükségessé. Azon gazdasági szereplők, akik a filmeket VOD-platformokon teszik elérhetővé, további technikai és tranzakciós költségekkel szembesülnek. A digitális mesterkópiák kódolásának és a különböző nyelvi változatok (szinkron vagy felirat) elkészítésének költségei minden egyes film esetében külön beruházást jelentenek. A tranzakciós költségek Európában különösen magasak, tekintve a jogok felaprózottságát és az alacsony szerveződési szintet³⁸ a filmes ágazatban. Ez gyengíti a filmkatalógusoknak az új piaci szereplőkre gyakorolt vonzerejét. A filmek VOD-csatornákon való elérhetővé tétele szerkesztői tevékenységbe történő beruházást, valamint az értékesítést és a filmek fellelhetőségét segítő jól kidolgozott eszközöket is igényel. Ezeket a költségeket nagy nézőszámmal és ezért adott esetben csak hosszabb idő elteltével lehet megtéríteni. E költségekre tekintettel olyan finanszírozási eszközökre van szükség, amelyekkel biztosítható a források hatékony felhasználása.

Az európai filmörökség digitalizálását tekintve Európa lemaradással küzd, e lépés viszont előfeltétele a digitális hozzáférhetőségnek. Eddig a filmörökség 1,5 %-át digitalizálták³⁹, aminek oka a pénzeszközök hiányában és a jogok megszerzésének magas – pénzben és időben egyaránt kifejezett – költségeiben keresendő. A jogok megszerzésének egyszerűsítése megkönnyítené a folyamatot és csökkentené a költségeket.

- ***Hiányosságok a vállalkozói készségek és az ágazatközi partnerségek terén***

A filmipari szakemberek alapképzésük során sok esetben nem kapják meg a szükséges vállalkozói és üzleti ismereteket. A filmművészeti iskolák és az üzleti világ közötti

³⁵ Ez a rendszer a filmek egymás után különböző platformokon történő bemutatását szabályozza. Ezek az intervallumok vagy ütemezések tagállamonként eltérőek, de pl. egy játékfilm esetében a megszokott sorrendben a filmszínházi bemutatás az első, amelyet a videó/DVD/blu-ray, a VOD, a fizetős TV, végül pedig a szabadon fogható televíziós adás követ.

³⁶ Lásd a fenti I.2. pontot.

³⁷ Meg kell említeni, hogy a származási országuk piacán sikeres európai filmek valószínűsíthetően néhány más ország piacán is sikeressé válnak bizonyos nézői körökben.

³⁸ Közvetítő szolgáltatók, amelyek célja tárgyalásokat folytatni a filmjogok tulajdonosaival egy, a VOD-platformok számára vonzó katalógus létrehozása céljából; ezt a tevékenységet aktív szerkesztői komponenssel (kurátori feladatok) is ki lehetne egészíteni.

³⁹ Az Európai Filmarchívumok Szövetségének (European Association of Film Archives, ACE) becslései alapján.

kapcsolatok gyengék, a hallgatóknak a képzések során továbbra sincs elég lehetőségük a nemzetközi megközelítéseket megismerni és nemzetközi kapcsolatokra szert tenni.

Az európai filmágazat érdemben nem biztosítja az olyan potenciális partnerek – például reklámcégek vagy ikt-vállalatok – jelentős részvételét és az ágazattal való együttműködését, akik döntő mértékben hozzájárulhatnak a VOD-csatornákon elérhetővé tett filmalkotások nézőszámának növeléséhez.

2. Jelenlegi kihívások

Az említett strukturális hiányosságok orvoslására összehangolt erőfeszítésekre lenne szükség valamennyi szinten. Annak érdekében, hogy az európai filmek sokszínű világa szélesebb közönség számára is hozzáférhető és vonzó legyen, valamint hogy az európai produkciók és filmgyártó vállalatok nyereségesebbé váljanak, az alábbi területekre fokozott figyelmet kell fordítani.

2.1. A pénzügyi környezet áttekintése

Az európai filmipar sikere érdekében újra egyensúlyba kell hozni a filmkészítésre, a forgalmazásra és a reklámra fordított kiadásokat, aminek érdekében az alábbi három területen kell lépéseket tenni:

- ***Állami finanszírozási rendszerek***

A filmek előkészítését, gyártását és forgalmazását támogató állami finanszírozási mechanizmusok – közvetlenül vagy közvetve – kihatnak az ágazati struktúrákra és gyakorlatokra, valamint a forgatott és forgalmazott filmek jellegére. Az európai szintű támogatások e nemzeti szintű mechanizmusokat csak kiegészíthetik, de alapjaikat nem fektethetik le. A digitális környezet okozta változások és a nézői elvárások átalakulása szükségessé teszik az állami támogatási rendszereknek – az állami támogatásokra vonatkozó szabályok betartásával történő⁴⁰ – újragondolását. Összességében véve nem az ágazatnak nyújtott állami támogatások mértékének a növelése jelent kihívást, hanem az átfogó hozzáadott érték lehetőség szerinti növelése, valamint a különböző szinteken alkalmazott eszközök és szakpolitikák egymást kiegészítő jellegének maximalizálása.

Ebben az összefüggésben kiemelt figyelmet érdemelnek az alábbi kérdéskörök:

- Az előkészítés fázisának erőteljesebb hangsúlyozása, ami növelné a támogatott projektek minőségét és nyereségességét. A projekt oly módon történő előkészítésének biztosítása, hogy a film eljusson célközönségéhez, figyelembe véve az adott projekt nemzeti sajátosságait, valamint uniós és nemzetközi szintű vonatkozásait is.

⁴⁰

E tekintetben különösen arra kell rámutatni, hogy a filmekhez és egyéb audiovizuális alkotásokhoz nyújtott állami támogatásról szóló, november 15-én elfogadott bizottsági közlemény aktualizálta a tagállamok támogatási programjainak értékelését szolgáló támogatási kritériumokat; a közlemény az állami támogatásban részesített tevékenységek szélesebb körére terjed ki, kiemeli a kulturális szakpolitika területén a szubszidiaritás elvét és a belső piaci elvek tiszteletben tartását, magasabb maximális támogatási intenzitást tesz lehetővé az egynél több tagállam által finanszírozott koprodukciók esetében, valamint gondoskodik a filmművészeti örökség védelméről és elérhetőségéről.

- A filmkészítés céljára, illetve a forgalmazás és reklám számára nyújtott támogatások közötti megfelelő egyensúly megteremtése, és hatékonyabb kapcsolatok létrehozása az említett területek között. Példának okáért annak biztosítása, hogy a közfinanszírozású projekteket jól kidolgozott forgalmazási és marketingstratégia kísérje, illetve a producerek és a filmgyártó vállalatok arra irányuló ösztönzése, hogy nagyobb hangsúlyt fektessenek az alkotások szélesebb közönséghez való eljuttatására.
- Az állami támogatásban részesülő filmprodukciók hatékony gazdasági kiaknázásának és a közönség számára való hozzáférhetővé tételének a biztosítása.
- Nagyobb átláthatóság a közfinanszírozású filmek kapcsán elért eredmények tekintetében. E filmek esetében például kötelezővé lehetne tenni a nézettségi adatok közzétételét az egyes forgalmazási csatornák szerinti bontásban. Ezáltal minden egyes államilag támogatott film esetében nyilvánosságra lehetne hozni az egyes forgalmazási csatornákon elért nézőszámot.
- Az állami támogatások egymást kiegészítő és összehangolt jellegének megerősítése annak érdekében, hogy növelhető legyen az általános hatékonyságuk. Idetartoznának a regionális, nemzeti és szupranacionális szintű, különböző területek szerint nyújtott támogatások (előkészítés, gyártás, forgalmazás, reklám és marketing).
- Annak lehetővé tétele a producerek és más szereplők számára, hogy a projektalapú megközelítések helyett a vállalati növekedést segítő stratégiákat alkalmazzanak.
- A támogatott alkotások szerződéses letétbe helyezésének biztosítása, és olyan mechanizmusok kidolgozása, amelyek – a szellemi tulajdonhoz fűződő jogokat tiszteletben tartva – megkönnyítik a kereskedelmi célú hasznosítás időtartamát követő oktatási célú felhasználást⁴¹.

A Kreatív Európa elnevezésű új program keretében a MEDIA alprogram a MEDIA 2007 és a MEDIA Mundus program tapasztalataira fog építeni. Támogatni fogja az előkészítési szakaszt, a forgalmazást és a filmszínházakban történő hasznosítást, valamint segítséget nyújt az ágazatnak a digitális környezet adta lehetőségek kiaknázásához és különösen az alkotások közönséghez való eljuttatásához. Emellett kiemelt figyelmet szentel az uniós hozzáadott értéket képviselő területeknek és a tagállamok támogatási eszközei kiegészítésének. Különösen támogatni fogja azokat a lekérhető szolgáltatásokat biztosító platformokat, amelyek különös erőfeszítéseket tesznek az európai filmek hozzáférhetőségének és ismertségének növelésére, továbbá azokat a gazdasági szereplőket is, akik szerkesztői gondozást követően európai filmsomagokat állítanak össze online hasznosítás céljából, illetve az egyes forgalmazási platformok közötti új szinergiák megteremtésén munkálkodnak.

• *Új szereplők bevonása az értékláncba*

A forgalmazás új formáinak, mindenekelőtt a VOD-terjesztésnek a megjelenésével egyik kulcskérdés a médiapiac átalakulását tekintve az, hogy milyen irányba fejlődik a jelenleg alkalmazott finanszírozási modell, és hogy az új szereplők milyen szerepet töltenek majd be

⁴¹ Ez a gyakorlat már elterjedt például Dániában, Spanyolországban, Svédországban és Lettországon. Lásd a mozgóképörökségről szóló ajánlásra vonatkozó harmadik végrehajtási jelentést: https://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/swd_2012_431_en.pdf.

az új tartalmak finanszírozásában. Az olyan globálisan működő VOD-platformok esetében, mint például a Netflix az eredeti tartalmakba való beruházás tendenciája rajzolódik ki: ez mindenekelőtt a sorozatokat érinti, de más műfajokra, például a dokumentumfilmekre és a stand-up műsorokra is egyre inkább jellemzővé válik. Egyelőre még kérdés, hogy e szereplők látnak-e majd üzleti érdeket abban, hogy az eddiginél nagyobb mértékben részt vegyenek más típusú audiovizuális tartalmak – így például a filmművészeti alkotások – gyártásában is. A VOD-szolgáltatások dinamikus növekedése és az a tény, hogy egyes országok médiaszolgáltatói az európai filmgyártást támogatják, az érintett országokban vitát váltott ki. Ez bizonyos esetekben az adott országban hatályos jogszabályok más tagállamokban vagy az Európai Uniót kívül székhellyel rendelkező szereplőkre való alkalmazhatóságának kérdését veti fel.

- ***Magánfinanszírozáshoz való hozzáférés az uniós pénzügyi eszközökön keresztül***

A filmgyártáshoz kapcsolódó egyedi kockázatok és bizonytalanságok miatt a vállalkozások gyakran akadályokba ütköznek, ha banki kölcsönöket szeretnének igénybe venni⁴². Bebizonyosodott, hogy a különféle pénzügyi konstrukciók (mindenekelőtt a garanciaalapok) képesek megkönnyíteni a magánfinanszírozáshoz való hozzáférést. Egy ilyen garanciaeszköz az infrastrukturális projektekhez (pl. filmszínházak, mozgóképörökség, új technológiai platformok) való tőkeszerzés számára is hasznos lenne. Ugyanakkor nagyon fontos növelni az európai filmipar általános versenyképességét, hogy az e területen banki kölcsönöket igénylők ne ütközzenek akadályokba.

2016-tól a Kreatív Európa program keretében a kulturális és kreatív ágazatok garanciaeszköze hozzá fog járulni e folyamat alakításához. Az eszköz célja, hogy hitelek formájában megkönnyítse a magánfinanszírozáshoz való hozzáférést. A filmágazat rendelkezésére állnak majd emellett horizontálisabb eszközök is, amelyek a következő területekre irányulnak: vállalkozásfejlesztés (a COSME program kkv-politikai eszközei⁴³), beruházások (Kohéziós Alap, valamint a COSME és a Horizont 2020 program finanszírozási eszközei), tartalmak létrehozása és elérhetővé tétele új technológiák, a közösségi média és a konvergencia eszközeivel (a Horizont 2020 LEIT elnevezésű prioritása)⁴⁴, valamint az filmarchívumok anyagának innovatív módon történő újrafelhasználása⁴⁵.

2.2. Innovatív üzleti környezet kialakítása

⁴² Lásd a *Study on the Role of Banks in the European Film Industry* (A bankok szerepe az európai filmiparban) c. tanulmányt, Peacefulfish, 2009. május, <http://ec.europa.eu/culture/media/media-content/documents/about/filmbanking.pdf>

⁴³ A COSME az Unió kis- és középvállalkozásokat (kkv-k) segítő programja a 2014 és 2020 közötti időszakra.

⁴⁴ A Horizont 2020 az Európai Unió kutatási programja a 2014 és 2020 közötti időszakra. A LEIT a Horizont 2020 prioritása: *Leadership in Enabling and Industrial Technologies* (Vezető szerep az alap- és ipari technológiák területén).

⁴⁵ A Horizont 2020 „Társadalmi kihívás 6” munkaprogramja.

A jogi szabályozási keretnek fontos szerepe van a filmágazat szereplőit körülvevő üzleti környezet alakításában. E tekintetben különös jelentősége van a szerzői jogok rendszerének, valamint a média- és tartalomszabályozásnak.

A szerzői jog a filmes beruházások fő motorja, amely az íróktól kezdve az értékláncban tevékeny valamennyi szereplő bevételeinek alapját is adja. A filmek finanszírozása gyakran a kizárólagos jogok meghatározott területre szorítókkal történik; ez az üzleti gyakorlat megnehezíti és költségesebbé teszi a több területet átfogó online szolgáltatók számára az engedélyek megszerzését az egységes digitális piacon. Ebben az összefüggésben a Bizottság az érintettekkel az Európán belüli engedélyezésről folytatott, nemrégiben lezárt párbeszédhez⁴⁶ kapcsolódóan – az egységes digitális piacon megjelenő tartalomról szóló bizottsági közleményben⁴⁷ ismertetett tervének megfelelően – a szerzői jogokra vonatkozó uniós keret felülvizsgálatát végzi. Ez a vita kiemelt jelentőséggel bír a filmágazatra nézve.

Az ágazatban végbemenő gyors változások megfelelő rugalmasságot tesznek szükségessé, hogy a gazdasági szereplőknek lehetőségük legyen a kísérletezésre és az új üzleti modellek kipróbálására. A különböző típusú filmekhez igazított alternatív bemutatási stratégiák tesztelése, kialakítása és alkalmazása, valamint a különféle platformok egymást kiegészítő jellegének maximalizálása érdekében – ami az alkotások szélesebb közönséghez való eljuttatását segíti – rugalmasságra van szükség különösen a bemutatási intervallumok tekintetében⁴⁸. A közönség megváltozott elvárásaira reagáló új hasznosítási módok tesztelését és kialakítását követően a nézők gyorsabban hozzáférhetnek majd egy adott filmhez, amint értesültek annak megjelenéséről. Ez további nézőket hozna azoknak az európai filmeknek, amelyek alkalmasabbnak bizonyulnak az új forgalmazási csatornákon – pl. VOD-n – való megjelenésre. Ez a marketingtevékenységek hatását is maximalizálná, és hatékony eszköz lehetne a kalózkodás ellen, növelve a legális kínálatot. Emellett meg lehetne vizsgálni a filmek több országban egyidejűleg vagy legalábbis összehangolt módon történő mozis bemutatásának vagy a hamarabb hozzáférhető online szolgáltatásoknak a lehetőségét is.

A filmművészeti alkotások egyes bemutatási intervallumainak ütemezése döntően olyan kérdés, amelyet elsődlegesen az érintett felek vagy szakemberek közötti megállapodások útján kell rendezni. E tekintetben, a piaci és technológiai folyamatokat is figyelembe véve, felül lehetne vizsgálni a bemutatási intervallumokra vonatkozó jelenlegi szabályokat. Ez lehetővé tenné a jogtulajdonosok számára, hogy filmjük reklámozása és terjesztése céljából új és innovatív stratégiákat dolgozzanak ki és alkalmazzanak, beleértve a filmek moziban és VOD-platformon történő egyidejű vagy közel egyidejű bemutatásának opcióját is.

E kérdéskörrel kapcsolatosan az európai filmek forgalmazására vonatkozó jelenlegi előkészítő intézkedés eredményei (az intézkedés foglalkozik az egyes bemutatási intervallumok

⁴⁶ <http://ec.europa.eu/licences-for-europe-dialogue/en/content/about-site>.

⁴⁷ COM (2012) 789, 2012.12.18.

⁴⁸ Ez különösen a mozielőadás, a fizetős tévécsatornák, a magáncélú videofilm-értékesítés és -kölcsonzés, az ingyenes televíziócsatornák és a VOD-szolgáltatás keretében történő filmterjesztést érinti.

kombinációjával) 2014 tavaszán kerülnek bemutatásra az ágazat számára⁴⁹. A támogatott projektekre vonatkozó tapasztalatok és adatok alapján innovatívabb bemutatási stratégiák és üzleti modellek kifejlesztése válik lehetővé.

Az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv⁵⁰, amely az audiovizuális médiumokra vonatkozó nemzeti jogszabályok EU-szintű koordinációját szabályozza, és a hagyományos televíziós műsorszolgáltatásra és a lekérhető médiaszolgáltatásokra egyaránt kiterjed, közös minimumszabályokat állapít meg. Lehetővé teszi, hogy az audiovizuális médiaszolgáltatások szabadon forgalmazhatók legyenek az EU-ban, és egyúttal a szakpolitikai célkitűzések védelmét is biztosítja. „Az egységes audiovizuális világ felé: növekedés, alkotómunka, értékek” című zöld könyvvel⁵¹ a Bizottság nyilvános konzultációt indított számos különböző, az audiovizuális médiakörnyezet napjainkban zajló átalakulását érintő kérdéssel. A konzultáció arra keresi a választ, hogy az audiovizuális médiaszolgáltatásokról szóló irányelv jelenlegi előírásai a legjobb eszközt jelentik-e az európai alkotások gyártásának, forgalmazásának, hozzáférhetőségének és piaci jelenlétének a támogatására.

2.3. Erőfeszítések egy jobb alkotói környezetért

Európának gondoskodnia kell a tehetségekről, és biztosítania kell a szakmai kompetenciák fejlesztését az európai filmiparban. Ez az európai filmalkotások minőségének, sokféleségének és eredetiségének záloga, amely döntő előnyt jelenthet a nézők megnyerése és a versenyképesség erősítése szempontjából.

Ösztönözni kell az európai filmművészeti iskolák közötti (tantervekkel vagy mobilitással kapcsolatos) együttműködést, valamint az iskolák és az üzleti szféra közötti kreatív partnerségeket. Az kell hogy legyen a cél, hogy a képzések és az elsajátított készségek jobban összhangba kerüljenek az ágazati igényekkel (beleértve a vállalkozói kompetenciát, valamint az ikt-vel, a reklámmal és a marketinggel kapcsolatos készségeket). Ezen együttműködések célja továbbá, hogy egy nemzetközibb, globálisabb közönség perspektíváját ismertesse meg a szakma kreatív tevékenységet folytató képviselőivel.

A filmágazat és más szektorok alkotói együttműködését szintén ösztönözni kell. Ennek nemcsak a rokon ágazatokra (pl. televíziós játékfilmek, videojátékok vagy cross-média), illetve a digitális szektor szereplőire (pl. távközlési szolgáltatók vagy szórakoztatóelektronikai gyártók) kell kiterjednie, hanem egyéb, kreatív tevékenységet folytató ágazatokra és az oktatásra is.

A célkitűzés megvalósításához nem csak a Kreatív Európa program és azon belül különösen annak közös kulturális-kreatív ága járul hozzá: az ERASMUS+ program keretében támogatásban részesülnek az alapoktatáshoz kapcsolódó együttműködés és mobilitás, valamint a mozgóképek és a gazdasági szféra szereplői közötti tudáspartnerségek és szakképzés-fejlesztési szövetségek is.

⁴⁹ C(2012)1890, 2012.3.27.

⁵⁰ 2010/13/EU irányelv (HL L 95., 2010.4.15., 1–24. o.)

⁵¹ COM(2013) 231 final.

2.4. A művek elérhetősége; közönségfejlesztés

A filmpolitikának – az előkészítéstől a hasznosításig valamennyi szinten – nemcsak az alkotói tevékenységet, hanem a közönséget is középpontba kell helyeznie, függetlenül attól, hogy széles nagyközönségnek vagy egy szűk rétegnek szánják egy művet. Ehhez – akárcsak más kulturális ágazatokban is – olyan stratégiák és eszközök kidolgozására van szükség, amelyek több hozzáférési lehetőséget biztosítanak, és növelik az európai filmek – azon belül pedig különösen a külföldi alkotások – iránti keresletet. Ezért kulcsfontosságú, hogy a közönség megfelelő figyelmet kapjon a filmkészítés és -forgalmazás valamennyi szakaszában. A nézői preferenciákra és fogyasztói magatartásra vonatkozó adatok segíthetnek azon tényezők feltárásában, amelyek meghatározzák egy film sikerét vagy bukását. Ezeket az információkat az előkészítési szakaszban hasznosítani lehetne.

Ösztönözni kell ugyanakkor az európai alkotások ismertségét és fellelhetőségét is, és meg kell szólítani a nézőközönséget. Az egyes koncepciókat hozzá kell igazítani minden konkrét projekthez; kétségtelen azonban, hogy a tapasztalatok cseréje és a közös eszközök kidolgozása (pl. appok, webszolgáltatások, népszerűsítő események és tevékenységek) révén hatékonyabbá válhatnak azok az erőfeszítések, amelyek az európai film közönségének körülhatárolására és megszólítására irányulnak.

Az olyan audiovizuális médiaszolgáltatások megléte, amelyek elfogadható áron tudnak legális hozzáférést biztosítani az európai filmek gazdag tárházához, számos tényezőtől függ. A jogok összevonásával, valamint a mesterkópiákkal és a különböző nyelvi változatok kezelésével kapcsolatos összehangoltabb megközelítéssel jelentős mértékben csökkenteni lehetne a tranzakciós és technikai költségeket, amelyek egyébként adott esetben megakadályoznák a filmek VOD-piacra kerülését. Így például minden film esetében elérhetővé lehetne tenni egy olyan kielégítő minőségű digitális referencia-mesterkópiát, amely a különböző VOD-szolgáltatásoknak megfelelő valamennyi speciális verziót tartalmazná. Ezáltal megtakaríthatók lennének az egyes célországokban vagy VOD-platformokon való forgalmazáshoz szükséges nagyszámú mesterkópia elkészítési költségei.

A filmművészeti oktatás szintén fontos beruházási terület a jövő közönségét illetően. Az európai filmek vizuális és narratív grammatikája sok esetben összetett, gazdagsága csupán némi filmnyelvi tudás birtokában értékelhető teljes mértékben. A filmfogyasztók érdeklődést mutatnak a filmes képzési lehetőségek iránt⁵², ezért a filmágazatnak érdemes beruháznia ebbe a területbe.

A közönségfejlesztési tevékenységek a Kreatív Európa programban is központi helyet foglalnak el.

Az érdekeltekkel folytatott *Licenses for Europe* (Engedélyek Európa számára) párbeszéd⁵³ szintén fontos, a filmágazat számára releváns eredményeket hozott, amelyek további

⁵² *A profile of current and future audiovisual consumers* (A jelen és a jövő audiovizuális fogyasztójának profilja), végleges jelentés, EAC/08/2012, 72. o.

⁵³ <http://ec.europa.eu/licences-for-europe-dialogue/en/content/about-site>.

figyelmet igényelnek⁵⁴. Különösen ki kell emelni, hogy az audiovizuális szektor képviselői egy közösen kiadott nyilatkozatban erősítették meg azon szándékukat, hogy tovább dolgozzanak az előfizetésen alapuló online szolgáltatások határon túlra való hordozhatóságának kiépítésén. A mozgóképörökséget illetően filmproducerek, szerzők és filmörökséggel foglalkozó intézmények egy sor olyan alapelvben és eljárásban állapodtak meg, amelyek megkönnyítik az európai filmművészeti örökség alkotásainak digitalizálását és hozzáférhetőségét, és növelik az e művek iránti érdeklődést az európai nézők körében. A párbeszéd azzal a kérdéssel is foglalkozott, hogy egy adott országban miként biztosítható, hogy egy filmnek több (vagy akár valamennyi) nyelvi változata is elérhető legyen.

3. Következtetés

Az európai filmágazatnak ösztönző környezetre van szüksége ahhoz, hogy kulturális és gazdasági potenciálja teljes mértékben kibontakozhasson. E környezet megteremtése az érintettek valamennyi szinten történő bevonását teszi szükségessé, és az ágazati és a tagállami szereplők, valamint a helyi szinttől a nemzeti szintig terjedő érintettek részvételét igényli. Az Európai Unió – a szubszidiaritási elv maximális tiszteletben tartása mellett – szintén hozzájárulhat ehhez a folyamathoz.

A fenti meglátások azt illusztrálják, hogy milyen széles azon eszközök skálája, amelyekkel az EU – az állami támogatási alapok meglévő hálózatain és a létező regionális partnerségeken (pl. északi országok) túlmenően – hozzájárulhat a közös célkitűzés megvalósításához, vagyis azon kihívások megválaszolásához, amelyeket a filmágazatban a kulturális sokféleség és a gazdasági fejlődés magával hoz. Azonban az is magától értetődik, hogy a fő felelősség az illetékes tagállami hatóságoké, illetve maguké az ágazati szereplőké és érintetteké, és a leghatékonyabb eszközök is az ő kezükben vannak

A szektorban végbemenő gyors fejlődés fényében támogatni kell az európai szintű vitát, és párbeszédet kell indítani az európai filmpolitikáról, amelyben valamennyi érintett – az állami hatóságok és a magánszektor képviselői egyaránt – részt vesz. E párbeszédnek a közös célkitűzésekre kell irányulnia: az európai filmművészeti alkotások gazdag tárházának hozzáférhetőbbé tételére, illetve a filmágazat versenyképesebbé és nyereségesebbé válására.

E célból a Bizottság életre kívánja hívni az Európai Filmforumot: a meglévő eszközökre építő fórum célja a tapasztalatok és gyakorlatok cseréjének ösztönzése, továbbá a közös érdekű kérdések vizsgálata és az ezekkel kapcsolatos ismeretek megosztása. A fórum fő feladata a filmágazatot érintő közpolitikák megvitatása kell, hogy legyen. E folyamat arra törekszik, hogy – önkéntes alapon – európai szinten vonja be az érdekelteket, emellett pedig teljes átláthatóságot biztosít, ami az ágazat egészének előnyére válik majd.

⁵⁴ Lásd a következő dokumentumot: *Ten pledges to bring more content online* (Tíz vállalás az online tartalmak szélesítése érdekében), http://ec.europa.eu/internal_market/copyright/docs/licences-for-europe/131113_ten-pledges_en.pdf