

Bryssel den 3.12.2020
COM(2020) 784 final

**MEDDELANDE FRÅN KOMMISSIONEN TILL EUROPAPARLAMENTET,
RÅDET, EUROPEISKA EKONOMISKA OCH SOCIALA KOMMITTÉN SAMT
REGIONKOMMITTÉN**

**Europas medier i det digitala decenniet:
En handlingsplan för att stödja återhämtning och omvandling**

1. INLEDNING

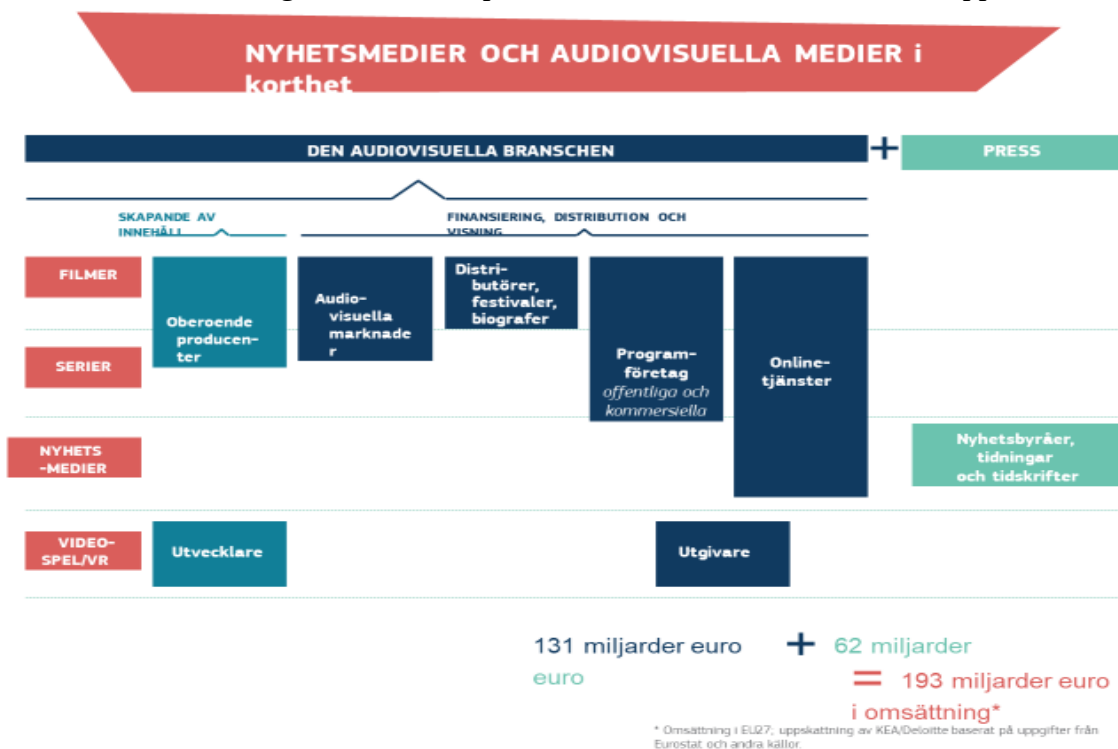
Europas nyhetsmediesektor och audiovisuella sektor har haft stor betydelse för att informera och underhålla allmänheten under covid-19-pandemin. Efterfrågan på faktakontrollerad information och nyheter har ökat avsevärt, medan filmer, serier och videospel har varit den främsta källan till underhållning under månaderna av nedstängning.

En fri, diversifierad och dynamisk mediemiljö är avgörande för att stärka öppna och demokratiska samhällen och främja Europas kulturella mångfald. Europa är ett artistiskt och kulturellt kraftcentrum. Att utnyttja den europeiska inre marknadens potential för att främja den kulturella mångfalden kommer att gagna mediesektorn, den audiovisuella sektorn och den bredare kulturektorn överlag.

Den europeiska mediesektorn

Mediesektorn som helhet omfattar en mängd olika sorters företag som producerar och distribuerar innehåll, som delar synergier, och vars värde bygger på immateriella tillgångar. Sektorn består till stor del av små och medelstora företag, även om några större företag är tillräckligt stora för att bedriva medieverksamhet i olika sektorer och längs med värdekedjan. Den sammantagna mediesektorn skapar arbetstillfällen och tillväxt med en omsättning på över 3 % av BNP¹.

Detta meddelande fokuserar på nyhetsmediesektorn (bl.a. tryckt press och onlinepress, radio samt audiovisuella tjänster) och audiovisuell underhållning, särskilt film, tv, radio och videoströmning liksom videospel och innovativa format, t.ex. VR-upplevelser.



¹ Europeiska kommissionens uppskattning, grundad på data från Eurostat och andra källor, bl.a. EAO, Statista.

Kulturen och det kreativa ekosystemet, där nyhetsmediebranschen och den audiovisuella branschen ingår, har påverkats kraftigt av pandemin. Nyhetsutgivarna såg sina annonsintäkter minska med 30–80 %² och tv-branschen med 20 %³ i samband med de allmänna nedstängningarna under andra kvartalet 2020. De europeiska små och medelstora medieföretagen har allvarliga likviditetsproblem, samtidigt som arbetslösheten har ökat och många journalister och andra som är verksamma inom media – särskilt de med osäkra anställningsförhållanden eller som är frilansarbetare – har blivit utan inkomst⁴. Biografernas intäkter har kollapsat⁵ (med förluster som uppskattas till 100 000 euro per salong och månad under nedstängningarna), medan inspelningarna av nya filmer, program och tv-serier många gånger har avbrutits och ofta inte omfattas av försäkringar som täcker händelser som globala pandemier⁶.

Parallellt har krisen påskyndat viktiga trender som varit på gång sedan länge inom digital teknik. Onlineplattformarna har stärkt sin ställning på marknaden, lanserat nya tjänster och lockat till sig ny publik under nedstängningarna. Nya sociala medieplattformar – främst baserade på audiovisuellt innehåll – har också slagit rekord i nedladdningar, särskilt bland unga användare⁷.

Syftet med detta meddelande är att påskynda återhämtningen, omvandlingen och motståndskraften inom mediebranschen, vilket är nödvändigt för att kunna hantera de strukturella utmaningar som den audiovisuella sektorn och nyhetsmediesektorn står inför. I nyhetsmediesektorn har traditionella medier kämpat för att anpassa sig till en internetbaserad marknad där den största delen av annonsintäkterna går till globala onlineplattformar. Med covid-19 har annonsörerna minskat sina totala annonsutgifter i en situation av ekonomisk osäkerhet, vilket innebär ytterligare utmaningar för sektorns hållbarhet och kan påverka medborgarnas tillgång till pluralistiska och oberoende informationskällor.

I den audiovisuella sektorn är marknadsfragmentering den största utmaningen. De europeiska audiovisuella företagen fokuserar huvudsakligen på den nationella publiken, med några få undantag. Inom EU exporteras europeiska filmer till i genomsnitt tre länder, medan amerikanska filmer exporteras till tio länder. De amerikanska filmerna står också för 66 % av biljettintäkterna i EU⁸. Till följd av detta är också de största europeiska medieaktörerna märkbart mindre än sina globala konkurrenter. De europeiska grupperna

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

³ EAO, Ampere Analysis, oktober 2020.

⁴ För en översikt över den audiovisuella sektorn mot bakgrund av covid-19, se <https://rm.coe.int/iris-plus-2020-2-the-european-audiovisual-industry-in-the-time-of-covi/16809f9a46>.

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

⁶ Bristen på lämpligt försäkringsskydd har uppmärksamrats också inom ramen för de åtgärder som vidtagits av nationella filmfonder med anledning av pandemin: <https://europeanfilmagencies.eu/news-publications/our-press-releases/241-measures-by-efad-members-to-mitigate-the-consequences-of-the-covid-19-outbreak>

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

⁸ Europeiska audiovisuella observationsorganet.

står för 11 % av intäkterna till världens 50 främsta audiovisuella grupper, jämfört med över 70 % för de amerikanska grupperna⁹.

Plattformarnas roll på den europeiska audiovisuella marknaden

Ett antal betydande internationella beställvideoplattformar har trätt in på den europeiska marknaden och producerar innehåll i Europa. Detta har inneburit både möjligheter och utmaningar för de europeiska oberoende audiovisuella producenterna och produktionerna.

Å ena sidan kan plattformarna ge europeiska producenter och artister tillträde till en bredare internationell publik, tillsammans med attraktiva arvoden. Dessa kompletteras i vissa fall av extra ersättningar baserade på nyttjandet av filmen/serien och/eller bonusar kopplade till hur framgångsrik produktionen är.

Å andra sidan, den modell med uppdragsarbete ("work-for-hire") som plattformarna använder (dvs. att förvärva alla immateriella rättigheter från producenten och/eller enskilda skapare från början, i hela världen och för evigt) kan "låsa" producenter/talanger till plattformen i fråga.

Audiovisuella företag bör kunna betrakta hela den europeiska kontinenten – och inte bara respektive nationella marknad – som sin inhemska marknad. För att detta ska bli verklighet måste de europeiska aktörerna bli tillräckligt stora för att korsa de nationella gränserna och investera i innehåll, talanger, marknadsföring, distribution, innovation och teknik var som helst i EU. I nyhetsmediesektorn bör företagen kunna hitta tillräckligt bärkraftiga och hållbara finansieringsmodeller för att säkerställa medborgarnas tillgång till en pluralistisk, diversifierad och oberoende mediemiljö, också på regional och lokal nivå.

Den digitala omvandlingen kommer att vara nyckeln som frigör denna verkliga potential. Detta är fallet för ekonomin som helhet, och media är inget undantag. Europa har alla tillgångar som behövs för att lyckas under det digitala decenniet, med den inre marknaden och 450 miljoner konsumenter, talangreserven, producenternas, upphovsmännens och artisternas kreativitet liksom det europeiska innehållets kvalitet.

Känslan av brådska

Kombinationen av de underliggande trenderna och covid-19-krisen skulle – utan ett starkt politiskt gensvar – kunna underminera den europeiska mediesektorns motståndskraft och dess demokratiska roll, vilket skulle kunna försvaga Europas kulturella mångfald och mediepluralism.

Europas medborgare måste också fortsättningsvis kunna dra nytta av den pluralism inom information och underhållning som mediesektorn tillhandahåller, och kunna räkna med en öppen demokratisk debatt, vid sidan av mediefrihet och artistisk frihet. Samtidigt bör de ha möjlighet att kunna välja fritt mellan de olika alternativen, navigera i den moderna nyhetsmiljön och fatta välgrundade beslut.

⁹ Europeiska audiovisuella observationsorganet.

Immateriella rättigheter¹⁰ är grundläggande för mediesektorn. Att effektivt kunna genomdriva immateriella rättigheter - och upphovsrätt i all synnerhet - är av central betydelse för att stödja branschen, särskilt i de problematiska tider som nu råder.

EU har nyligen moderniserat den rättsliga ramen i och med det reviderade direktivet om audiovisuella medietjänster¹¹ och upphovsrätsreformen¹², efter en omfattande debatt om hur yttrandefriheten med alla dess uttryck kan garanteras på bästa sätt. Detta meddelande grundar sig på denna moderna uppsättning regler och föreslår ytterligare insatser som kombinerar investeringar och andra politiska åtgärder. Syftet är att hjälpa mediesektorn att stå emot krisen och komma ur den mer konkurrenskraftig. I enlighet därmed är föreliggande meddelande uppbyggt kring tre ämnen:

a) *Återhämtning*: Kommissionens planer för att hjälpa de audiovisuella företagen och medieföretagen att rida ut stormen och tillhandahålla likviditet och ekonomiskt stöd.

b) *Omvandling*: Åtgärda strukturella problem genom att hjälpa branschen med den gröna och digitala omställningen i rådande hårda globala konkurrens.

c) *Möjliggörande och inflytande*: Skapa villkor som leder till mer innovation inom branschen – samtidigt som genuina likvärdiga förutsättningar säkerställs – och sätt medborgarna i stånd att enklare få tillgång till innehåll och fatta välgrundade beslut.

Mediesektorns ekonomiska återhämtning och konkurrenskraft är en grundläggande förutsättning för en sund, oberoende och pluralistisk mediemiljö, vilket i sin tur är grundläggande för demokratin. Detta meddelande kompletterar den europeiska handlingsplanen för demokrati, som tar upp risker för de europeiska demokratisystemen inom områdena desinformation, integritet i samband med val samt mediefrihet och pluralism. Handlingsplanen för demokrati innehåller en serie initiativ för att skapa en säkrare och bättre arbetsmiljö för journalister liksom för att främja mediekompetens.

Detta meddelande är också fullt förenligt med kommissionens kommande förslag till rättsakter om digitala tjänster och digitala marknader, vars syfte kommer att vara att modernisera den rättsliga ramen för digitala tjänster i EU. De kommer tillsammans att ange tydliga regler och ansvarsområden för onlineplattformar – särskilt för de mest inflytelserika – för att säkerställa likvärdiga förutsättningar på nätet.

En sund mediemiljö är avgörande också för demokratiska och stabila kandidatländer, potentiella kandidatländer och grannskapsländer. När så är möjligt och lämpligt kommer initiativen i detta meddelande – också de som riktar sig mot nyhetsmedie- och mediekompetens – att tillgängliggöras för oberoende professionella medier i de länder som omfattas av EU:s utvidgnings- och grannskapspolitik. Initiativen kommer att komplettera och stärka åtgärderna i EU:s handlingsplan för mänskliga rättigheter och demokrati 2020–2024¹³. I relevanta fall kommer åtgärderna också att hjälpa till att främja europeiskt medieinnehåll i tredjeländer.

¹⁰ Se COM(2020) 760, *Att utnyttja EU:s innovationspotential – En handlingsplan för immateriella rättigheter till stöd för EU:s återhämtning och resiliens*, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/sv/ip_20_2187.

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

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

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

Åtgärderna i detta meddelande kommer att ta hänsyn till behovet av en inkluderande europeisk mediesektor som speglar Europas mångfald. De kommer att uppmuntra till lika tillgång till möjligheter och resurser för personer som annars skulle kunna uteslutas eller marginaliseras, till exempel genom att inkludera tillgång till innehåll för personer med funktionsnedsättning¹⁴.

De befintliga reglerna om statligt stöd klargör under vilka omständigheter medlemsstaterna kan bevilja statligt stöd. För att underlätta stöd från nationella myndigheter har rådet bjudit in kommissionen att utvärdera tillämpningen av reglerna om statligt stöd i pressektorn. Kommissionen håller på att bedöma behovet av lämpliga åtgärder. Den tillfälliga ramen för statligt stöd gäller också för sektorspecifika åtgärder, såsom stöd till press- och musiksektorerna och den audiovisuella sektorn¹⁵.

2. ÅTERHÄMTNING

Medieföretag utgör kritiska tillgångar för Europas konkurrenskraft. Det är därför av stor betydelse att erbjuda lämpligt finansiellt stöd och likviditet, så att de kan komma ur den aktuella ekonomiska krisen. I detta sammanhang kommer programmet Kreativa Europa – och i synnerhet dess komponent Media – att spela en viktig roll. Programmet har varit det främsta instrumentet för EU-stöd till de kulturella och kreativa sektorerna (däribland den audiovisuella sektorn) under de senaste 30 åren.

Baserat på den politiska överenskommelsen om nästa långtidsbudget och Next Generation EU, som nåddes den 10 november 2020, skulle programmets budget för 2021–2027 utökas med omkring 58 %, med ett totalt anslag på 2,2 miljarder euro i 2018 års priser (jämfört med 1,4 miljarder euro för 2014–2020 i 2018 års priser, på EU 27-nivå). Med utgångspunkt i kommissionens förslag och i avvaktan på att förhandlingarna slutförs kommer programmet även att innehålla förstärkandeåtgärder med fokus på mediefrihet och pluralism, journalistik och mediekompetens.

Kommissionen har redan inlett ett antal åtgärder under 2020. Flexibilitetsåtgärder för lånegarantin för de kulturella och kreativa sektorerna¹⁶ har införts, framför allt en ökning av garantins täckning upp till 90 % för enskilda små och medelstora företag och ett tak upp till 25 % för finansiella intermediärer, tillsammans med betalningsuppskov. Stödet

¹⁴ Detta kommer att göras genom att beakta FN-konventionen om rättigheter för personer med funktionsnedsättning: <https://www.un.org/development/desa/disabilities/convention-on-the-rights-of-persons-with-disabilities.html>

¹⁵ För att underlätta stöd till pressen, och öka öppenheten och förutsebarheten vad gäller kontrollen av statligt stöd i denna sektor, har kommissionen dessutom sammanställt och kommer regelbundet att uppdatera en onlinekatalog (https://ec.europa.eu/competition/sectors/media/sa_decisions_to_media.pdf) med relevant beslutspraxis. Regelbundet uppdaterad information om stöd som beviljas av medlemsstaterna finns även tillgänglig i öppenhetsregistret. För att göra det möjligt för medlemsstaterna att stödja företag under covid-19-pandemin beslutade kommissionen den 13 oktober 2020 att förlänga och utöka omfattningen av den tillfälliga ram för statligt stöd som antogs den 19 mars 2020. Stöd som beviljas inom den tillfälliga ramen får kumuleras med stöd enligt förordningarna om stöd av mindre betydelse (kommissionens förordningar (EU) nr 1407/2013, nr 1408/2013, nr 717/2014 och nr 360/2012), som är undantaget från anmälningsskyldigheten, förutsatt att bestämmelserna och kumuleringsreglerna i de förordningarna respekteras. (SA.59106 [2020/N] Ersättningsordning för den danska mediesektorn med anledning av covid-19 – Danmark; SA.57530 [2020/N] – Stödordning med anledning av covid-19 för audiovisuella produktionsbolag – Luxemburg; Statligt stöd SA.58801 [2020/N] – Italien, på grund av covid-19: Stöd till små bokförläggare och statligt stöd; SA.58847 [2020/N] – Italien, på grund av covid-19: Musikstöd.)

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

till nätverket av europeiska biografer kommer att höjas med 5 miljoner euro under första kvartalet 2021.

De europeiska struktur- och investeringsfonderna¹⁷ har möjlighet att spela en viktig roll i att stödja mediesektorn. Den är redan berättigad till stöd inom ramen för de två paketen inom investeringsinitiativet mot effekter av coronaviruset, som omdirigerar befintliga sammanhållningsmedel till krishanteringsåtgärder, såsom rörelsekapital till små och medelstora företag¹⁸.

Ytterligare sammanhållningsfinansiering tillgängliggörs också genom React-EU¹⁹, där kultursektorn erkänns som en prioritering och stöd kommer att inriktas på ordningar för korttidsarbete och egenföretagare, liksom stöd till små och medelstora företag.

Det tillfälliga stödet för att minska risken för arbetslöshet i en krissituation (SURE) är också ett viktigt instrument för medlemsstater som behöver mobilisera betydande finansiella medel för att motverka de negativa ekonomiska och sociala konsekvenserna av coronavirusutbrottet²⁰.

Faciliteten för återhämtning och resiliens är en stor möjlighet för medlemsstaterna att investera i den gröna och digitala omställningen och stärka branschens motståndskraft. Varje nationell plan för återhämtning och resiliens kommer att öronmärka åtminstone 20 % av utgifterna för digitala investeringar; åtgärder som ökar produktionen och distributionen av digitalt innehåll, såsom digitala medier, kommer att ingå.

Inom ramen för planerna för återhämtning och resiliens, och i överensstämmelse med reglerna om statligt stöd, kan nationella reformer och investeringar också hjälpa till att stärka europeisk nyhetsmediekapacitet och audiovisuell digital kapacitet, också genom projekt som genomförs i flera länder, såsom samproduktioner av europeiskt innehåll, en europeisk infrastruktur för mediedataområden eller kapitalinvesteringar i europeisk audiovisuell produktion eller distribution (se åtgärd 2 nedan).

I detta sammanhang, såsom beskrivs i kommissionens årliga strategi för hållbar tillväxt 2021, bör medlemsstaterna ägna uppmärksamhet åt sektorer som spelar en nyckelroll för våra demokratier, ”särskilt mediesektorn där stöd bör ges på ett sätt som respekterar och främjar mediernas frihet och mångfald”, och börja dela bästa praxis för offentliga stödmekanismer bland medlemsstaterna²¹.

ÅTGÄRD 1 – Enklare tillgång till EU-stöd

- *Ett nytt interaktivt verktyg som vägleder medieföretagen genom de olika stödinstrumenten.*

För: alla medieföretag i EU, oberoende av verksamhetsområde (audiovisuell

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

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

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

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

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

verksamhet, nyhetsmedier etc.) och storlek.

Kommissionen kommer att arbeta för att medieföretagen får tillgång till de europeiska stödmöjligheterna genom alla tillgängliga instrument och program. Den kommer därför – i nära samordning med den gemensamma portalen för europeiska finansieringsmöjligheter²² – att ta fram ett nytt interaktivt verktyg, särskilt anpassat för mediesektorn. Verktöget kommer att ge information om hur företagen ansöker om relevant EU-stöd inom den fleråriga budgetramen för 2021–2027, men också via nationella planer för återhämtning och resiliens.

Verktöget kommer att samla alla relevanta EU-finansieringsmöjligheter för audiovisuella medier, och för nyhetsmedier. Med bara några klick kommer de europeiska medieföretagen – oavsett storlek och inriktning – att ledas till den lämpligaste källan till EU-stöd, enligt sina behov och egenskaper. Företagen kommer också att kunna få information om olika inbjudningar och om möjligheter till stöd under ansökningsprocessen.

Verktöget kommer att utgå från befintliga verktyg och erfarenheterna från Enterprise Europe Network²³, som ger stöd och vägledning till företag, däribland till företag i mediesektorn och den audiovisuella sektorn.

ÅTGÄRD 2 – MEDIA INVEST i syfte att öka investeringarna i den audiovisuella sektorn

- *En särskild plattform för kapitalinvesteringar, för att främja europeiska audiovisuella produktioner och distributionsstrategier.*
- *Uppbyggnad av en investeringskanal genom kapacitetsuppbyggnad för investerare och investeringsberedskap för företag.*

För: europeiska audiovisuella produktions- och distributionsföretag.

Den europeiska audiovisuella branschen kännetecknas av ett stort antal mycket innovativa och kreativa oberoende produktions- och distributionsbolag med hög tillväxtpotential. Många gånger saknar de dock finansiell styrka för att kunna konkurrera på europeisk och global nivå. Samtidigt är många europeiska investerare inte medvetna om dessa företags potential. Ofta associerar de investeringar i sådana bolag med höga risker, på grund av avsaknad av tidigare framgångsrika produktioner och eftersom tillgångarna i huvudsak är immateriella till sin natur.

Tillgången till utlåning har ökat betydligt genom lånegarantin för de kulturella och kreativa sektorerna²⁴. Denna typ av stöd kommer att fortsätta genom InvestEU.

Det saknas emellertid också kapitalinvesteringar i den audiovisuella sektorn och andra kreativa sektorer som uppskattas till 399–648 miljoner euro per år²⁵. Av detta skäl

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

²³ <https://een.ec.europa.eu/>

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

²⁵ *Ex-ante evaluation of new financial instruments for SMEs, mid-caps and organisations from the cultural and creative sectors*, SQW, 2019.

behövs ett nytt initiativ för att främja kapitalinvesteringar och öka den oberoende audiovisuella produktionskapaciteten, för att skapa kvalitativa produktioner från alla delar av Europa för den internationella marknaden. Europeiska företag måste få tillgång till finansiella medel för att bli mer autonoma och kunna utnyttja de immateriella rättigheterna till det innehåll som de producerar.

Kommissionen kommer att stödja skapandet av en särskild investeringsplattform som kommer att startas upp bland annat med hjälp av medel från Media i programmet Kreativa Europa och InvestEU. Avsikten med plattformen är att mobilisera privata investerare och den kommer även att vara öppen för samarbete med nationella utvecklingsinstitutioner och branschorganisationer. Den kommer att stödja audiovisuella företag med förmåga att producera högkvalitativa produktioner för de europeiska och internationella marknaderna och samordna utnyttjande och distribution av rättigheter mellan territorier.

Investeringsplattformen kommer att hjälpa de audiovisuella företagen att höja sig till en internationell nivå, så att de kan ta högre risker, utveckla strukturerade samarbeten med distributörer eller andra medieföretag och hantera och utnyttja sina kataloger. Genom att stärka företagens kapitalbas kan de i sin tur investera i större produktioner med utökade möjligheter till en bredare publik och större biljettintäkter.

Målet är att skapa investeringar på 400 miljoner euro under en sjuårsperiod, vilket på ett ansenligt sätt skulle bidra till att åtgärda bristen på kapitalinvesteringar²⁶. Detta skulle även – under vissa omständigheter – kunna kombineras med medlemsstaternas planer för återhämtning och resiliens som finansieras via Next Generation EU²⁷.

Investeringsplattformen kommer att kompletteras med kapacitetsuppbyggande aktiviteter för investerare, i syfte att förbättra deras kunskaper om global produktion och distributionsmarknader och därmed förbundna risker, och ge dem marknadskunnande. En investerarkonferens kommer att hållas under 2021 för att samla och mobilisera investerare.

Med erfarenheter från lånegarantin för de kulturella och kreativa sektorerna som grund kommer dessutom åtgärder för investeringsberedskap att erbjudas de audiovisuella företag som är intresserade av denna typ av investeringar. De kommer att få skraddarsydd vägledning anpassad till sin affärsstrategi för att attrahera investerare och identifiera de mest lovande projekten.

ÅTGÄRD 3 – NEWS: ett initiativ för att samla åtgärder för och stöd till nyhetsmediesektorn

²⁶ Det saknas kapitalinvesteringar i den audiovisuella sektorn och andra kreativa sektorer som uppskattas till 399–648 miljoner euro per år. Källa: *Ex-ante evaluation of new financial instruments for SMEs, mid-caps and organisations from the cultural and creative sectors*, SQW, 2019.

²⁷ I linje med kommissionens förslag till förordning om inrättande av en facilitet för återhämtning och resiliens, COM(2020) 408 final. I artikel 8 föreskrivs att stödet inom faciliteten ska ges utöver det stöd som ges inom andra unionsfonder och program; i artikel 22 föreskrivs att kommissionen och medlemsstaterna ska säkerställa en effektiv samordning mellan de instrument som inrättas genom förordningen och andra unionsprogram.

- *Bättre tillgång till finansiering, genom lån och ett pilotinitiativ för eget kapital.*
- *Kapacitetsuppbyggnad bland investerare och medier.*
- *Stöd till nyhetsmedier för att arbeta med samverkande omvandling.*
- *Ett europeiskt nyhetsmedieforum.*

För: europeiska nyhetsmedieföretag, journalister och relaterade organisationer.

Nyhetsmedier är en ekonomisk sektor, likväl som en allmän nytthet. Nyhetsmedieföretag behöver tid, stabilitet och resurser för att producera oberoende och tillförlitligt innehåll. Här ingår behovet av ökade möjligheter för medierna att analysera och reflektera över vetenskaplig information i stora samhälleliga frågor, såsom hälsa och klimatförändringar. Under de senaste åren har nyhetsmediesektorn dock ställts inför ständiga förändringar till följd av nya intäktsmodeller och den digitala omställningen. Till följd av monetariseringssvårigheter har medieföretag i vissa fall – särskilt på lokal och regional nivå – tvingats stänga, vilket riskerar att omvandla små marknader till ”nyhetsöknar”. Det är också allt färre nyhetsföretag som skickar korrespondenter utomlands, vilket kan få negativa konsekvenser för ingående analyser och professionell rapportering. Covid-19-krisen kan komma att påskynda denna utveckling, samtidigt som europeerna förlitar sig till nyhetsmedier som aldrig förr, vilket framgår av de allt större läsekreterna²⁸.

Kommissionen kommer att lansera initiativet NEWS, för att samla åtgärder för och stöd till nyhetsmediesektorn. Detta initiativ kommer att ta ett helhetsgrepp om de utmaningar som möter nyhetsmediebranschen och erbjuda ett enhetligt gensvar genom att sammanföra olika finansieringsinstrument under en gemensam flagg. Detta kommer att öka samstämmigheten, synligheten och effekterna av de åtgärder som får stöd via olika finansieringskällor, samtidigt som mediernas oberoende respekteras fullt ut.

Kommissionen kommer att förbättra tillgången till finansiering genom att stimulera både lån och kapitalinvesteringar:

- För nyhetsmedier som behöver likviditet kommer tillgången till lån att förbättras tack vare stöd från InvestEU, med utgångspunkt i erfarenheter från lånegarantin för de kulturella och kreativa sektorerna och Europeiska fonden för strategiska investeringar.
- För nyhetsmedier som behöver investeringar är kommissionens mål att inrätta ett kapitalbaserat pilotprogram inom ramen för InvestEU, som bland annat kan stödja nyhetsmediesektorn på innovativa sätt och saminvestera med medel från filantroper, stiftelser och andra privata partner.

Dessa åtgärder kommer att kompletteras av kapacitetsuppbyggande tjänster som avser öka kunskapen om den europeiska nyhetsmediemarknaden bland investerare och medier, och stödja investeringsberedskapen hos europeiska medieföretag, särskilt lokala medier. Detta kommer att skapa dialog med och engagemang hos möjliga investerare och främja investeringar.

Vidare kommer särskilt stöd att erbjudas i form av bidrag inom ramen för den sektorsövergripande komponenten i Kreativa Europa för samverkande partnerskap

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

mellan nyhetsmedier. Bidragen kommer att stödja försök med nya affärsmodeller, i synnerhet bland lokala medier, för att hjälpa medierna att utveckla sina affärs- och utgivningsstandarder, främja samverkande och gränsöverskridande journalistik, utbildning av och rörlighet för medarbetare liksom utbyte av bästa praxis. Nätverkande mellan de valda projekten kommer att underlättas för att maximera effekterna.

Kommissionen kommer att anordna regelbundna utbyten med branschen för att arbeta mot en innovationsagenda för nyhetsmedier som kan hjälpa sektorn att lyckas i den digitala ekonomin och det digitala samhället. I detta syfte kommer kommissionen att inrätta ett europeiskt nyhetsmedieforum för att samverka med intressenter, däribland tillsynsmyndigheter, företrädare för journalister, självreglerande organ (medie-/pressråd), civilsamhället och internationella organisationer.

3. OMVANDLING

Målet med detta avsnitt är att främja den europeiska mediebranschens långsiktiga återhämtningsförmåga och konkurrenskraft, parallellt med framför allt den gröna och digitala omställningen. Detta är också angeläget för att stödja sektorns viktiga roll när det gäller att möta samhälleliga behov och värna europeiska värderingar.

Precis som för många industrisektorer är datateknik kärnan i omvandlingen av mediesektorn²⁹. I synnerhet publikuppgifter på områden där Europas globala konkurrenter står väl rustade – såsom utveckling och främjande av anpassat innehåll – öppnar upp för nya affärsmodeller baserade på en mer direkt relation till kunden³⁰. Ett bra exempel är annonsering, där internet 2015 tog över efter tv som den främsta kanalen och därefter stadigt har konsoliderat sin ledning. År 2018 uppgick annonseringen på internet till över 50 miljarder euro, medan tv-reklamen inte nådde upp till 40 miljarder euro³¹.

Samtidigt fortsätter tillgängligheten till konsumentuppgifter att öka i takt med den ökade användningen av smarta telefoner. Andelen läsare som tar del av nyheter med hjälp av smarta telefoner har ökat från 39 % 2014 till 48 % 2020. Detta ger nya möjligheter att skapa, främja och distribuera innehåll i format som är särskilt anpassade till läsarnas behov.

I detta sammanhang är det av stor vikt att respektera dataskyddet³², för att stärka de enskilda personernas grundläggande rättigheter i den digitala tidsåldern och underlätta företagandet genom att förtydliga reglerna för företag och offentliga organ på den digitala inre marknaden.

Det nya området omslutande innehåll är också en sektor vars potential är i stort sett utforskad, och där synergier skulle kunna byggas mellan mediesektorn och andra viktiga europeiska branscher.

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

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

³¹ Europeiska audiovisuella observationsorganet.

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

Europas mediesektor får inte hamna efter i den gröna omställningen. Av den anledningen kommer åtgärder att vidtas för att minska sektorns miljöpåverkan, i linje med målen i den europeiska gröna given:³³ nå klimatneutralitet senast 2050, frikoppla ekonomisk tillväxt från resursförbrukning, återställa den biologiska mångfalden och minska föroreningarna.

ÅTGÄRD 4 – Frigöra innovation genom ett europeiskt mediedataområde och uppmuntra nya affärsmodeller

- Skapa ett mediedataområde för att hjälpa medieföretagen att dela uppgifter och utveckla innovativa lösningar.
- Europeiska mediers framtidsutsikter: en rapport för analys av medietrender.

För: europeiska utgivare, programföretag, radiostationer, annonsföretag, små och medelstora medieföretag, teknikleverantörer, nystartade innehålls- och teknikföretag, innehållsskapare, producenter och distributörer.

För att bli mer innovativa och konkurrenskraftiga bör europeiska medieföretag vara i stånd att fatta bättre beslut och använda sig av mer avancerade lösningar grundade på insikter som fås från data. Kommissionens förslag för att åstadkomma detta är genom att upprätta ett europeiskt ”mediedataområde”. Detta initiativ bygger på EU:s datastrategi³⁴ och kommer att genomföras helt i enlighet med dataskyddslagstiftningen.

Dataområden kan ändra det sätt på vilket skapare, producenter och distributörer samarbetar. De lagrar relevanta mediedata såsom innehåll, publikuppgifter och innehållsmetadata liksom andra typer av data om användarnas beteende som kan användas för att skapa innehåll som är bättre anpassat efter konsumenternas behov och distribuera det på ett mer effektivt sätt.

Initiativet till ett mediedataområde, som kommer att finansieras genom Horisont Europa och programmet för ett digitalt Europa, kommer att stödja tidningsutgivare, programföretag samt andra medieföretag och teknikleverantörer i skapandet av ett dataområde avsett för medietillämpningar. Programmet för ett digitalt Europa kommer att hjälpa till med ibruktandet av datainfrastrukturen och definiera en strategi för datakompatibilitet. I linje med EU:s datastrategi och det nya horisontella initiativet för dataförvaltning³⁵ kommer initiativet också att innehålla nya verktyg och tjänster som behövs för förvaltningen och behandlingen av uppgifterna och definiera villkoren för delning och användning av uppgifterna, däribland immateriella rättigheter, dataskydd och integritet samt konkurrensregler. Initiativet kommer att genomföras med hänsyn till synpunkter från ett flertal olika intressenter.

Datainfrastrukturen bör vara tillgänglig för både operatörer inom public service och kommersiella operatörer, oberoende av om de är stora eller små, nystartade eller etablerade aktörer. Exempelvis skulle flera europeiska nyhetsutgivare på ett konkurrensfrämjande sätt och med iakttagande av dataskyddsreglerna kunna slå samman sitt innehåll och sina kunduppgifter för att producera nyheter med inriktning på sina egna nationella målgrupper, där relevant innehåll automatiskt översätts till de nationella språken. Dataområdet skulle även kunna ge en värdefull inblick i tjänster som syftar till

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

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

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

att öka sökbarheten hos medieinnehållet (nyheter och underhållning) över gränserna, liksom underlätta kreativa små och medelstora företags tillgång till dataresurser. Det skulle även kunna ge upphov till synergier med dataset som producerats av andra kreativa branscher (t.ex. dataområden för kulturarv) och näringslivssektorer (t.ex. detaljhandel, fordonsindustri).

Också Horisont Europa kommer att stödja innovativa tillämpningar och metoder på medieområdet. Investeringar i modulära infrastrukturkomponenter med öppen källkod skulle kunna gynna nya affärsmodeller och deras upptagning av traditionella medier och nyhetsmedier, vilket skulle förbättra medborgarnas tillgång till information från olika källor.

I syfte att öka kunskapsbasen och underbygga framtida politiska initiativ kommer kommissionen att upphandla en rapport om mediesektorns framtidsutsikter vartannat år. Rapporten kommer att undersöka medietrender – inom allt från tekniska framsteg till nya produktions- och konsumtionsmönster – och analysera deras potentiella effekter för affärsmodellerna och den europeiska mediemarknaden.

ÅTGÄRD 5 – Främja en europeisk branschkoalition inom virtuell och förstärkt verklighet (VR/AR)

- *Branschkoalition inom VR/AR för att stimulera samarbete mellan olika näringslivssektorer och säkerställa ett europeiskt ledarskap.*
- *Lansera ett VR-medielabb för projekt till förmån för nya metoder för berättande och interaktion.*

För: europeiska företag inom virtuell och förstärkt verklighet och yrkesverksamma och branscher som använder VR/AR.

Omslutande teknik och högkvalitativt innehåll medger nya tillämpningar och användningsfall, liksom nya sätt att interagera med målgrupperna. Omslutande teknik ger mer tilltalande och fängslande upplevelser på olika områden såsom media, underhållning, kultur, hälso- och sjukvård, design, arkitektur, tillverkning, utbildning, turism, mode, träning eller detaljhandel.

Fram till 2030 har virtuell verklighet och förstärkt verklighet möjlighet att tillföra omkring 1,3 biljoner euro till den globala ekonomin, från 39 miljarder euro 2019³⁶.

För närvarande finns de flesta stora aktörer i Asien och USA, men också Europa har stora möjligheter att bli marknadsledande inom denna teknik³⁷. EU:s forskningsfonder har bidragit till fler än 450 projekt inom VR och AR, med över 1 miljard euro sedan 1990-talet.

Europa har en tydlig konkurrensfördel vad gäller innehåll, tack vare sin stora kulturella mångfald: ledande kulturella aktörer såsom ARTE, filmfestivalen i Venedig och Centre National du Cinema utforskar och stöder aktivt möjligheterna med virtuell verklighet. I

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

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

Europa finns även högutbildade arbetstagare med kunskaper inom 3D-modellering, datorgenererat innehåll för spelindustrin och VR-animering.

Med utgångspunkt i Europas kreativitet och starka forskningsbas kan VR-/AR-innehåll, tekniska lösningar och tillämpningar utlösa innovationer i andra näringslivssektorer, t.ex. tillverkningsindustrin, genom att förbättra processer och produktutveckling. De spelar dessutom en viktig roll för att omvandla turistnäringen och bistå kreativa branscher, såsom mode eller arkitektur, med att utveckla nya affärsmodeller, effektivisera produktionen genom minskade avfallsmängder och förbättra kundernas upplevelser.

Den europeiska VR-/AR-sektorn är dock fragmenterad med avseende på sektorer, aktörer och tillämpningar. Kommissionen föreslår därför att inrätta en VR-/AR-koalition för att stimulera samarbete och ömsesidig nytta mellan sektorer och säkerställa ett europeiskt ledarskap på denna viktiga, växande marknad. VR-/AR-koalitionen skulle vara en plattform för synergier, genom att främja gemensamma insatser och åtaganden.

Koalitionen skulle baseras på en bred, sektorsövergripande strategi med deltagande av branscher, teknikleverantörer och kreatörer. Den skulle spegla dessa olika kompetensområden och utgöras av framträdande aktörer från de olika sektorerna, från produktion och distribution av innehåll till tillgänglig teknik, innovation och affärsutveckling. Deltagare från nationella eller regionala VR-/AR-sammanslutningar skulle medverka, liksom olika branschföreträdare som skulle kunna dra nytta av en bredare användning av VR-/AR-teknik för skapande och användning av innehåll.

Koalitionen skulle senast i slutet av 2021 presentera ett strategidokument som anger a) i vilken utsträckning VR/AR används i mediesektorn, b) mål för en optimal användning av VR/AR i mediesektorn som ska uppnås senast 2026, och c) konkreta åtaganden om hur branschen kommer att bidra till att uppnå dessa mål.

Ett VR-medielabb kommer också att lanseras för att stödja kreativt samarbete om projekt till förmån för nya metoder för berättande och interaktion, genom virtuell och förstärkt verklighet. Labbet kommer att möjliggöra gemensamt arbete och ömsesidigt lärande mellan personer från en mängd olika yrkesgrupper (journalister, filmmakare, speldesigner, programmerare och forskare). Projekten som finansieras kommer att fokusera på innehåll för underhållning, kultur och nyheter, liksom på tillämpningar för virtuell verklighet inom andra branscher, såsom turism, och områden, såsom utbildning.

ÅTGÄRD 6 – Mot en klimatneutral mediesektor

- *Ett strukturerat utbyte av bästa praxis mellan branschen och (sub)nationella filmfonder och audiovisuella fonder.*

För: europeiska audiovisuella företag och yrkesutövare.

Mediesektorns miljöpåverkan är betydande. Till skillnad från många andra europeiska branscher ökar denna sektors koldioxidutsläpp konstant i Europa, på grund av den ständigt ökande mediekonsumtionen, särskilt via strömningsplattformar.

I den audiovisuella sektorn ligger uppskattningarna mellan 35 ton CO₂e (koldioxidekvivalenter) för ett tv-serieavsnitt och 1 000 ton CO₂e för en långfilm³⁸. En europeisk långfilm genererar i genomsnitt 192 ton koldioxid. Stora internationella (sam)produktioner kan ha en mycket större påverkan, på upp till flera tusen ton koldioxid.

I linje med EU:s mål om klimatneutralitet senast 2050 kommer kommissionen att samarbeta med branschen och (sub)nationella filmfonder och audiovisuella fonder för att dela befintlig bästa praxis³⁹ och enas om gemensamma verktyg och gröna standarder. Strömningsplattformar på nätet – vars andel av koldioxidavtrycket växer, till följd av den ökade konsumtionen – kommer också att bjudas in för att presentera sina idéer och initiativ.

Kommissionen kommer att ta fram en vägledning om bästa praxis för miljövänlig produktion och miljövänligt tillhandahållande av tjänster. Arbetet kommer att ske gradvis, för att öka medvetenheten och sporra branschen till att börja införa mer hållbara lösningar. Vägledningen kommer att komplettera kommissionens åtgärder i den digitala strategin⁴⁰ för att göra infrastruktur, såsom datacenter och telekommunikationsnät, klimatneutrala, energieffektiva och hållbara.

4. MÖJLIGGÖRANDE OCH INFLYTANDE

Européerna bör stå i förgrunden i det digitala decenniet. Nyligen antagen EU-lagstiftning – t.ex. det reviderade direktivet om audiovisuella medietjänster och upphovsrätsreformen – innebär ökat ansvar för alla medieaktörer, bl.a. onlineplattformar, att skydda utsatta grupper av medieanvändare, i synnerhet minderåriga. Den stärker även de europeiska skaparnas rättigheter.

Med utgångspunkt i detta solida regelverk presenteras i detta avsnitt initiativ som ska göra det möjligt för europeiska medieföretag och medietalanger att blomstra på de europeiska och globala marknaderna. Initiativen tar hänsyn till medborgarnas behov av att kunna hitta och välja olika sorters kvalitativt innehåll online och kunna navigera smidigt och effektivt i den moderna mediemiljön.

Särskild uppmärksamhet kommer att ägnas åt Europas unga, men också övriga européer med olika bakgrund och från olika generationer – också de äldre – kommer att sättas i stånd att använda medieinnehåll på ett aktivt och kritiskt sätt.

ÅTGÄRD 7 – Mot en större tillgänglighet till audiovisuellt innehåll i hela EU

- *Inleda en dialog med den audiovisuella branschen för att komma överens om konkreta åtgärder för att förbättra tillgången och tillgängligheten till*

³⁸ *Greening the European Audiovisual Industry – The Best Strategies and their costs* (kommer att publiceras under 2021).

³⁹ En relevant källa till god praxis och en plattform för samarbete kommer att vara den europeiska klimatpakten, som kommer att lanseras av kommissionen i december 2020.

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

audiovisuellt innehåll över gränserna i EU.

För: den audiovisuella branschen (producenter, programföretag, beställvideotjänster, distributörer etc.), konsumentorganisationer och andra berörda parter, såsom nationella filmfonder.

Under covid-19-krisen har onlineanvändningen av audiovisuella tjänster i hemmen ökat exponentiellt, parallellt med hushållens vilja att investera i hemunderhållningsteknik⁴¹. För branschen medför krisen en möjlighet att nå en bredare publik online. Den nyligen antagna förordningen om innehållsportabilitet⁴² gör det möjligt för Europas medborgare att förflytta sig med det innehåll som de har köpt eller prenumererar på i hela EU. Bestämmelserna har redan visat sig ge praktiska fördelar⁴³.

När det gäller tillgänglighet till audiovisuellt innehåll online finns stora möjligheter till förbättringar: rapporten om översynen av förordningen om geoblockering⁴⁴ visar på betydande skillnader i audiovisuella kataloger i medlemsstaterna; i genomsnitt är endast 14 % av filmerna tillgängliga genom beställvideotjänster i samtliga medlemsstater⁴⁵.

En färsk Eurobarometer-undersökning visar att över en tredjedel av internetanvändarna är intresserade av att ta del av audiovisuellt innehåll över gränserna⁴⁶. Detta resultat bekräftas av de senaste uppgifterna från Europeiska audiovisuella observationsorganet, enligt vilka EU-filmer i genomsnitt tillgängliggörs i inte fler än tre EU27-länder på beställvideoplattformar⁴⁷. Detta är en guldgruva av outnyttjad potential och mångfald som kan komma européerna till del.

⁴¹ Enligt PwC:s rapport *Global Entertainment & Media Outlook 2020-2024* kommer intäkterna från beställvideotjänster – med anledning av covid-19-krisen – 2020 att överstiga biljettintäkterna. De förväntas sedan stiga kraftigt under de kommande fem åren för att 2024 vara mer än dubbelt så stora som biljettintäkterna. Samtidigt har strömningstjänsternas globala omsättning ökat med 26 % under 2020.

⁴² Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 2017/1128 av den 14 juni 2017 om gränsöverskridande portabilitet för innehållstjänster online på den inre marknaden.

⁴³ Européer som reser ofta bekräftar reglernas betydelse för resorna. Nästan hälften (49 %) av de européer som har en kostnadsfri eller betald prenumeration på innehållstjänster online och som har rest i EU har försökt få tillgång till innehållet under besök i andra EU-länder. 2019 års Eurobarometer 477a, *Accessing content online and cross-border portability of online content services*, undersökning om gränsöverskridande portabilitet.

⁴⁴ Rapport från kommissionen till Europaparlamentet, rådet, Europeiska ekonomiska och sociala kommittén samt regionkommittén om den första översynen på kort sikt av förordningen om geoblockering. Tillgänglig på: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-publishes-its-short-term-review-geo-blocking-regulation>

⁴⁵ Det finns stora skillnader beroende på land: tittare i Grekland har till exempel tillgång till endast 1,3 % av de filmer som är tillgängliga online i EU, medan tyska tittare har tillgång till 43,1 %. Källa: Arbetsdokument från kommissionens avdelningar om den första kortsiktiga översynen av förordningen om geoblockering.

⁴⁶ Flash Eurobarometer 477b, 2019.

⁴⁷ Europeiska audiovisuella observationsorganet, rapporten *Film and TV content in VOD catalogues 2020 Edition*

Den audiovisuella branschen bör kunna dra nytta av Europa som dess inhemska marknad och gynnas av de nya konsumtionstrenderna genom att göra fler produktioner tillgängliga online i olika medlemsstater.

Kommissionen avser inleda en dialog med den audiovisuella sektorn, i syfte att vara behjälplig under denna omvandling. Dialogen kommer att underlätta överenskommelser om konkreta åtgärder för att förbättra tillgången och tillgängligheten till audiovisuellt innehåll över gränserna, som en uppföljning av översynen av förordningen om geoblockering. Detta skulle låta branschen växa och nå ny publik, vilket skulle vara till fördel för den europeiska allmänheten i och med att de erbjuds ett större utbud.

Dialogen kommer att samla representanter från den audiovisuella branschen (producenter, programföretag, beställvideotjänster, distributörer etc.), konsumentorganisationer och andra berörda parter, såsom nationella filmfonder, och kommer att äga rum under 2021. Möjliga specifika mål för att öka spridningen av audiovisuella produktioner inom EU och sätt för att uppnå dem skulle kunna definieras inom ramen för dialogen.

Kommissionen kommer att övervaka uppnåendet av de specifika målen i samarbete med den audiovisuella sektorn och besluta om uppföljning, med beaktande av olika alternativ, däribland lagstiftningsåtgärder.

Samtidigt bör biograferna också fortsättningsvis fungera som kulturella mötesplatser och erbjuda ökade möjligheter till social interaktion. I detta syfte kommer kommissionen – inom ramen för Media som ingår i programmet Kreativa Europa – att utforska olika sätt för att uppmuntra biograferna till att erbjuda biobesökarna ännu bättre upplevelser.

ÅTGÄRD 8 – Främja europeiska medietalanger

- *Nya mentorprogram för Europas medietalanger.*
- *Läger inom ramen för Media som erbjuder unga yrkesutövare intensiv och praktisk utbildning.*
- *Kampanj för mångfald både framför och bakom kameran.*
- *Ingång till marknaden – inom ramen för Media – för att identifiera Europas mest lovande uppstartsföretag i mediesektorn och hjälpa dem att blomstra.*
- *Kreativa innovationslabb för nystartade och expanderande företag.*

För: europeiska audiovisuella yrkesutövare, innovativa europeiska medieföretag (från den audiovisuella sektorn och andra sektorer).

Talanger i mediebranschen, oberoende av sektor och av var i Europa de befinner sig, är kärnan i dess konkurrenskraft.

Vissa yrken uppfattas dock fortfarande som otillgängliga av en del grupper i samhället. Detta framgår till exempel av kvinnors underrepresentation i beslutsfattande positioner i den audiovisuella branschen⁴⁸.

⁴⁸ Enligt den europeiska jämställdhetsstrategin för 2020–2025 kommer kommissionen att fortsätta stödja jämställdhetsprojekt inom ramen för Kreativa Europa och Music Moves Europe, och presentera en jämställdhetsstrategi för den audiovisuella branschen som ett led i nästa delprogram Media, vilken bland

Kommissionen kommer att integrera de mentorskap som har visat sig vara mycket framgångsrika i de audiovisuella utbildningsprojekt som fått stöd under de senaste åren genom Media (Kreativa Europa)⁴⁹. Dessa mentorprogram kommer att genomföras i olika format och dra nytta av alla de kreativa möjligheter och affärsmöjligheter som den digitala tekniken erbjuder.

Vidare kommer en kommunikationskampanj att lanseras, för att främja mångfald inte bara framför utan även bakom kameran. Syftet är att uppnå en bredare representation och komma med nya idéer, berättelser och röster. Kampanjen kommer att stödja kommissionens meddelande *En jämlikhetsunion: EU:s handlingsplan mot rasism 2020–2025*⁵⁰, EU:s strategi för hbtqi-jämlikhet⁵¹ och EU:s övergripande strategi för romers jämlikhet, inkludering och delaktighet⁵².

En viktig åtgärd för att främja tillträdet till dessa yrken, genom en större mångfald av framträdande personer, är att uppmärksamma inspirerande förebilder. Kampanjen kommer därför att synliggöra europeiska yrkesutövare för att främja flera olika yrken och uppmuntra kvinnor och missgynnade grupper i samhället, såsom personer med funktionsnedsättning eller personer från etniska minoriteter, att överväga dessa yrkesval.

Dessutom kommer initiativ för kompetensutveckling inom Kreativa Europa att förstärkas genom intensiva kurser (läger), där unga medietalanger från hela Europa kan få praktisk erfarenhet inom områden som innovativt berättande, nya affärsmodeller och ny efterproduktionsteknik, tillsammans med kunskaper om hur innehåll tillgängliggörs.

Media, inom Kreativa Europa, kommer också att gå samman med andra initiativ, såsom innovationsradarn⁵³, Startup Europe⁵⁴ och Media Motor Europe⁵⁵, för att upptäcka Europas mest lovande uppstarts företag verksamma i mediemiljön. I detta syfte kommer en inbjudan att anmäla intresse att skickas ut till kreativa kollektiv inom medieteknik, inom ramen för Startup Europe, för att kartlägga lovande företag.

Media (Kreativa Europa) kommer också att erbjuda en fast punkt för dessa företag och hjälpa dem att lyckas i en snabbt föränderlig audiovisuell sektor. Företagen kommer att kunna dra nytta av ett förbättrat marknadsstöd från Media genom en så kallad marknadsingång. Detta kommer att omfatta aktiva förberedelser, bl.a. coachning och mentorskap om marknadstrender, marknadspositionering, affärsplaner och kommersialiseringstrategier, för att få ut det mesta av en kombinerad fysisk/virtuell närvaro på de viktigaste globala mediemarknaderna (Berlinale, Cannes, Venedig, Gamescom, VR Days etc.) under en europeisk etikett.

annat kommer att innehålla ekonomiskt stöd, strukturerad dialog, mentorskap och utbildning för kvinnliga filmregissörer, producenter och manusförfattare.

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

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

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

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

⁵³ <https://www.innoradar.eu/>

⁵⁴ <https://startupeuropeclub.eu/>

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

Nystartade och expanderade företag kommer att kunna delta i kreativa innovationslabbar, ett nytt initiativ inom ramen för den sektorsövergripande komponenten i Kreativa Europa. Initiativet kommer att föra samman mediesektorn och andra kreativa sektorer (t.ex. musik, utgivning) och experimentera med data, virtuell och förstärkt verklighet och annan teknik för att utveckla nytt innehåll, nya affärsmodeller och ny kompetens, i syfte att främja mångfald, inkludering och hållbarhet och öka användarnas deltagande.

Det är viktigt att notera att innovativa nystartade medieföretag och små och medelstora medieföretag också kommer att kunna ansöka om stöd från Horisont Europa inom ramen för Europeiska innovationsrådet⁵⁶ och Europeiska institutet för innovation och teknik⁵⁷.

ÅTGÄRD 9 – Ge medborgarna inflytande

- *Praktiskt fullgörande av de nya skyldigheterna vad gäller mediekunnighet i direktivet om audiovisuella medietjänster (verktygslåda och riktlinjer till medlemsstaterna).*
- *Stöd till skapande av alternativa RSS-tjänster för medieinnehåll.*

För: europeiska medborgare, framför allt yngre personer, videodelningsplattformar.

Mediekunnighet är avgörande för att ge medborgarna inflytande i dagens mediemiljö och bör främjas genom flera olika program och initiativ, vilket beskrivs i den europeiska handlingsplanen för demokrati. Detta understryker vikten av mediekunnighet för att bekämpa desinformation och främjar samarbete i detta hänseende.

Mediekunnighet innefattar all teknisk, kognitiv, social, medborgerlig och kreativ kompetens som låter medborgarna få tillgång till medier, ha en kritisk förståelse av dem och interagera med dem. Mediekunnighet är också grundläggande för att konsumenter ska vara i stånd att fatta välgrundade beslut och för att hjälpa dem att skaffa sig konsumtionsvanor som är mer hållbara och miljövänliga. Mediekunnighet bör integreras i skolornas läroplaner för att göra det möjligt för barn att lära sig att använda medietjänster på ett ansvarsfullt sätt och för att rusta dem inför hot om våld och desinformation på nätet.

I det reviderade direktivet om audiovisuella medietjänster fastställs specifika åtgärder för att förbättra allmänhetens mediekunnighet. Direktivet föreskriver att medlemsstaterna bör främja och vidta åtgärder för att utveckla mediekunnigheten (och rapportera om dessa åtgärder till kommissionen, på grundval av kommissionens riktlinjer som definierar dessa rapporters omfattning), och att videodelningsplattformar bör införa effektiva åtgärder och verktyg för mediekunnighet och öka användarnas kunskap om dessa åtgärder och verktyg.

Att genomföra dessa bestämmelser i direktivet om audiovisuella medietjänster på ett effektivt sätt är av central betydelse för att ytterligare utveckla mediekunnigheten och förbättra tillgången till innehåll i medlemsstaterna. För att säkerställa att de nya skyldigheterna praktiskt fullgörs (särskilt i onlinesfären) kommer kommissionen därför tillsammans med den europeiska gruppen av regleringsmyndigheter för audiovisuella medietjänster (Erga) och andra experter, och i dialog med videodelningsplattformarna, att ta fram en verktygslåda för att öka användarnas medvetenhet, förbättra deras kritiska

⁵⁶ Se pilotprojektet Europeiska innovationsrådet: <https://ec.europa.eu/research/eic/index.cfm>

⁵⁷ <https://eit.europa.eu/sv/in-your-language>

kompetens och valmöjligheter och hjälpa dem att få tillgång till ett mer varierat medieinnehåll på videodelningsplattformarna.

Detta initiativ förväntas gynna särskilt yngre användare, vilka bör vara fullt delaktiga i dess utveckling. Av denna anledning kommer kommissionen att inrätta en tillfällig arbetsgrupp bestående av studenter och unga journalister för att prova och marknadsföra verktygslådan. Gruppen kommer att vara jämställd, inkluderande och heterogen. Detta tillvägagångssätt kommer att se till att verktygslådan på ett effektivt sätt möter behoven hos yngre användare och ger dem ytterligare inflytande i onlinemiljön, också för att hantera stereotyper som bygger på kön, kultur, religion eller sexuella preferenser. Genomförandet av verktygslådan kommer också att ingå i de rapporter om mediekunnighet som föreskrivs i direktivet om audiovisuella medietjänster. Rapporternas omfattning kommer att fastställas av kommissionen och anges i de riktlinjer som ska utfärdas under 2021.

Som en del av dessa åtgärder kommer kommissionen också att öka satsningarna på nästa upplaga av den europeiska veckan för mediekunnighet, för att göra den ännu mer verkningsfull och inkluderande. I detta sammanhang kommer kommissionen att undersöka om det finns möjlighet att samarbeta med relevanta internationella organisationer.

De föreslagna åtgärderna kommer att vara fullt förenliga med och komplettera målen i handlingsplanen för digital utbildning 2021–2027⁵⁸, vars syfte är att göra utbildning ännu mer lyhörd och hjälpa de studerande att utveckla sin förmåga att kritiskt hämta, filtrera och bedöma information, i första hand för att identifiera desinformation, hantera informationsöverflöd och förbättra förståelsen för finansiell information⁵⁹.

Programmet Horisont Europa kommer också att bidra till medborgarnas politiska deltagande genom att förbättra deras kritiska digitala kompetens och tillgången till pluralistiskt medieinnehåll.

För att komplettera dessa åtgärder kommer kommissionen att stödja forskning och innovation vad gäller avancerade metoder för sökning, upptäckt och aggregering, för att underlätta skapandet av oberoende alternativa RSS-nyhetstjänster som kan erbjuda olika sorters tillgängliga informationskällor.

Medvetenheten hos användarna – särskilt hos unga användare – om europeiskt innehåll kommer att öka i samband med uppmärksammandet av Medias 30-årsdag under 2021. En kampanj kommer att lanseras för att sprida budskapet om det europeiska innehållets pluralism och mångfald till yngre generationer, genom att lyfta fram framgångssagor, projekt och talanger som får stöd genom programmet.

ÅTGÄRD 10 – Säkerställa den europeiska mediemarknadens funktionssätt

- Stärka det övergripande samarbetet mellan europeiska tillsynsorgan på

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

⁵⁹ Betydelsen av mediekompetens framhålls även i 2020 års kompetensagenda för Europa, enligt vilken kommissionen, tillsammans med medlemsstaterna, kommer att arbeta på nya prioriteringar för den europeiska agendan för vuxenlärande. Tanken är att komplettera den förnyade ramen för europeiskt samarbete på utbildningsområdet och stödja FN:s mål för hållbar utveckling.

medieområdet inom den europeiska gruppen av regleringsmyndigheter för audiovisuella medietjänster (Erga).

För: europeiska tillsynsorgan, den europeiska audiovisuella mediebranschen och marknadsaktörer.

De viktigaste målen med det reviderade direktivet om audiovisuella medietjänster och den uppdaterade upphovsrättsramen har varit att skapa verkligt likvärdiga förutsättningar för alla audiovisuella medieaktörer och en rättvis miljö för de som skapar och investerar i innehåll.

Till exempel, för att säkerställa rättvis konkurrens mellan programföretag och beställvideoplattformar när det gäller att främja och investera i europeiskt innehåll krävs enligt det reviderade direktivet om audiovisuella medietjänster att de senares kataloger innehåller 30 % europeiska produktioner.

Ett effektivt och konsekvent genomförande av det reviderade direktivet om audiovisuella medietjänster och bestämmelserna om upphovsrätt på nationell nivå kommer att vara grundläggande för att detta ska fungera. Det är samtidigt viktigt att se till att medieaktörernas immateriella tillgångar skyddas, genom att deras immateriella rättigheter genomdrivs på ett verksamt sätt.

När det gäller det reviderade direktivet om audiovisuella medietjänster måste medlemsstaterna, och i synnerhet deras tillsynsorgan, se till att de nya reglerna tillämpas på ett korrekt sätt och vid behov genomdrivs⁶⁰. Detta kommer att kräva följande:

- Ett konsekvent fullgörande av skyldigheterna med avseende på andelen europeiskt innehåll i beställkataloger (även baserat på de riktlinjer som kommissionen nyligen utfärdat)⁶¹.
- En enhetlig tillämpning av de nya reglerna om framhävande av europeiska produktioner genom att utfärda ytterligare praktisk vägledning och uppmuntra till gemensamma strategier för framhävande av innehåll av allmänintresse⁶².
- Ett effektivt fullgörande av de nya skyldigheterna för videodelningsplattformar.

I detta avseende kommer kommissionen att ta ställning till huruvida samarbetet inom Erga behöver förstärkas, så att dess format och omfattning verkligen bidrar till att de nya

⁶⁰ Utöver de nya reglerna gäller direktiv 2005/29/EG om otillbörliga affärsmetoder som tillämpas av näringsidkare gentemot konsumenterna på den inre marknaden vid otillbörliga affärsmetoder i samband med audiovisuella medietjänster, såsom vilseledande eller aggressiva metoder, i den mån de inte omfattas av bestämmelserna i direktivet om audiovisuella medietjänster. Nätverket för konsumentskyddssamarbete (CPC-nätverket) enligt förordning (EU) 2017/2394 säkerställer efterlevnad av EU:s konsumentlagstiftning i fall av unionsövergripande överträdelse och överträdelse inom unionen.

⁶¹ Riktlinjer enligt artikel 13.7 i direktivet om audiovisuella medietjänster för beräkningen av andelen europeiska produktioner i beställkataloger och för definitionen av liten publik och låg omsättning: [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020XC0707\(03\)&from=SV](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/SV/TXT/PDF/?uri=CELEX:52020XC0707(03)&from=SV)

⁶² I artikel 7a i det reviderade direktivet om audiovisuella medietjänster tillstås att medlemsstaterna får vidta åtgärder för att säkerställa ett lämpligt framhävande av audiovisuella medietjänster av allmänintresse, för att uppnå mål såsom mediepluralism, yttrandefrihet och kulturell mångfald. När det gäller denna bestämmelse inrättades 2020 en särskild undergrupp inom Erga för att skapa gemensam förståelse för dess tillämpningsområde och möjliga tillsynsstrategier för medlemsstaterna på området.

reglerna genomförs på ett effektivt sätt i praktiken och för att gruppen ska kunna hantera de nya utmaningarna på mediemarknaderna. Kommissionen kommer i detta syfte att se över bästa praxis för gränsöverskridande samarbete och nära övervaka utförandet av Ergas samförståndsavtal, vilket ska införas i slutet av året.

Samförståndsavtalet är en sektorsvis och frivillig samarbetsmekanism som grundas på de europeiska tillsynsorganens unika expertis. Det kommer att innehålla specifika mekanismer för samarbete och informationsutbyte för de europeiska tillsynsmyndigheterna för att hantera praktiska problem och gränsöverskridande frågor kopplade till genomförandet av det reviderade direktivet om audiovisuella medietjänster som omfattas av deras behörighetsområden. Detta initiativ, som är särskilt inriktat på vad som är nytt i det reviderade direktivet, kommer att komplettera det horisontella styrningssystemet för onlinetjänster som kommer att införas genom rättsakten om digitala tjänster. Kommissionen kommer – före utgången av 2021 – att göra en bedömning av hur samförståndsavtalet fungerar och vid behov föreslå förbättringar.

Kommissionen kommer dessutom, i samarbete med medlemsstaterna, deras filmfonder och Erga, och med deltagande av beställvideoplattformarna, att undersöka andra sätt för att uppnå större mångfald i beställkatalogerna. I linje med avsikten i direktivet om audiovisuella medietjänster att uppmuntra programföretag att inkludera en lämplig andel samproducerade europeiska produktioner eller icke-inhemska europeiska produktioner i sina tjänster, kommer målet vara att enas om frivilliga målsättningar för en ökad förekomst av sådana produktioner också i beställkataloger. Detta kommer att ömsesidigt förstärka målet med Media, inom Kreativa Europa, att öka tillgången till sådana produktioner på alla distributionsplattformar.

Säkerställande av den europeiska mediemarknadens funktionssätt kräver även åtgärdande av piratkopiering av upphovsrättsskyddat innehåll, vilket – trots en liten nedgång – fortfarande är ett stort problem⁶³. Uppkomsten av nya modeller för överträdelser är ett allvarligt hot mot branschen⁶⁴.

Kommissionen är inställd på att se till att immateriella rättigheter genomdrivs effektivt i den digitala miljön, i enlighet vad som beskrivs i handlingsplanen för immateriella rättigheter⁶⁵. Kommissionen kommer särskilt att inleda diskussioner med branschen för att se hur befintliga rättsmedel mot piratkopiering, t.ex. förelägganden, kan effektiviseras och bli enklare att utfärda, framför allt för att hantera den dynamiska och gränslösa karaktär som överträdelser på internet i kommersiell skala har. Med utgångspunkt i handlingsplanen för immateriella rättigheter kommer härvidlag särskild uppmärksamhet

⁶³ Mellan 2017 och 2018 minskade den totala tillgången till piratkopierat innehåll med 32 % för musik, 19 % för filmer och 8 % för tv-innehåll. Källa: Europeiska unionens immaterialrättsmyndighet (EUIPO), *Online copyright infringement in the EU. Music, films and TV (2017-2018), trends and drivers*, november 2019.

⁶⁴ I EU28 uppskattas 3,6 % av befolkningen, vilket motsvarar 13,7 miljoner människor, titta på internetströmmad tv från olagliga onlinekällor. Den olagliga prenumerationsmarknaden för bredbands-tv uppskattades 2018 generera årliga intäkter på 941,7 miljoner euro i EU. Källa: EUIPO, *Illegal IPTV in the EU*, November 2019. Om immateriella rättigheter genomdrivs bättre kommer detta också att hjälpa till att komma till rätta med de särskilda problem som uppstår genom piratkopiering av idrottsligt audiovisuellt innehåll. Se kommissionens uttalande om arrangörer av idrottsevenemang som bifogades Europaparlamentets lagstiftningsresolution om direktivet om upphovsrätt på den digitala inre marknaden: https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2019-0231_SV.html

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

att ägnas åt att främja samarbetet mellan nationella tillsynsmyndigheter och rättigheternas genomdrivande i också i andra länder.

5. SLUTSATS

Med detta meddelande presenterar kommissionen en övergripande vision för mediesektorn, för att utnyttja möjligheterna på en sann europeisk mediemarknad och möta det digitala decenniet.

Åtgärderna kommer att genomföras i nära samarbete med medlemsstaterna, Europaparlamentet, mediebranschen och alla berörda parter. I detta avseende kommer kommissionen att ta fram en konkret färdplan för medierna, som en del av kulturen och det kreativa ekosystemet för att dra nytta av fördelarna med den digitala omvandlingen och främja dess konkurrenskraft.

– BIHANG – PRELIMINÄR TIDSPLAN

Åtgärd	Delåtgärd	Preliminär tidsplan
ÅTGÄRD 1 – Enklare tillgång till EU-stöd	➤ Ett nytt interaktivt verktyg som vägleder medieföretagen genom de olika stödinstrumenten.	➤ Första kvartalet 2021
ÅTGÄRD 2 – MEDIA INVEST i syfte att öka investeringarna i den audiovisuella sektorn	➤ En särskild plattform för kapitalinvesteringar, för att främja europeiska audiovisuella produktioner och distributionsstrategier. ➤ Uppbyggnad av en investeringskanal genom kapacitetsuppbyggnad för investerare och investeringsberedskap för företag.	➤ Fr.o.m. första hälften av 2022 ➤ Fr.o.m. andra hälften av 2021
ÅTGÄRD 3 – NEWS: ett initiativ för att samla åtgärder för och stöd till nyhetsmediesektorn	➤ Bättre tillgång till finansiering, genom lån och ett pilotinitiativ för eget kapital. ➤ Kapacitetsuppbyggnad bland investerare och medier. ➤ Stöd till nyhetsmedier för att arbeta med samverkande omvandling. ➤ Ett europeiskt nyhetsmedieforum.	➤ Fr.o.m. första hälften av 2022 ➤ Fr.o.m. andra hälften av 2021 ➤ Fr.o.m. andra hälften av 2021 ➤ Fr.o.m. första hälften av 2021
ÅTGÄRD 4 – Frigöra innovation genom ett europeiskt mediedataområde och uppmuntra nya affärsmodeller	➤ Skapa ett mediedataområde för att hjälpa medieföretagen att dela uppgifter och utveckla innovativa lösningar. ➤ Europeiska mediers framtidsutsikter.	➤ Fr.o.m. första hälften av 2022 ➤ Fr.o.m. andra hälften av 2021
ÅTGÄRD 5 – Främja en europeisk branschkoalition inom virtuell och förstärkt verklighet (VR/AR)	➤ Branschkoalition inom VR/AR för att stimulera samarbete mellan olika näringslivssektorer och säkerställa ett europeiskt ledarskap. ➤ Lansera ett VR-medielabb för projekt till förmån för nya metoder för berättande och interaktion.	➤ Andra hälften av 2021 ➤ Fr.o.m. första hälften av 2022
ÅTGÄRD 6 – Mot en klimatneutral mediesektor	➤ Ett strukturerat samarbetsforum mellan branschen och (sub)nationella filmfonder och audiovisuella fonder.	➤ Fr.o.m. första hälften av 2021

ÅTGÄRD 7 – Mot en större tillgänglighet till audiovisuellt innehåll i hela EU	➤ Inleda en dialog med den audiovisuella branschen för att komma överens om konkreta åtgärder för att förbättra tillgången och tillgängligheten till audiovisuellt innehåll över gränserna i EU.	➤ Fr.o.m. första hälften av 2021
ÅTGÄRD 8 – Främja europeiska medietalanger	➤ Nya mentorprogram för Europas medietalanger. ➤ Läger inom ramen för Media som erbjuder unga yrkesutövare intensiv och praktisk utbildning. ➤ Kampanj för mångfald både framför och bakom kameran. ➤ Ingång till marknaden – inom ramen för Media – för att identifiera Europas mest lovande uppstartsföretag i mediesektorn och hjälpa dem att blomstra. ➤ Kreativa innovationslabb för nystartade och expanderande företag.	➤ Fr.o.m. andra hälften av 2021 ➤ Fr.o.m. första hälften av 2022 ➤ Fr.o.m. andra hälften av 2021 ➤ Fr.o.m. första hälften av 2021 ➤ Fr.o.m. andra hälften av 2021
ÅTGÄRD 9 – Ge medborgarna inflytande	➤ Praktiskt fullgörande av de nya skyldigheterna vad gäller mediekunnighet i direktivet om audiovisuella medietjänster (verktygslåda och riktlinjer till medlemsstaterna). ➤ Stöd till skapande av alternativa RSS-tjänster för medieinnehåll.	➤ Fjärde kvartalet 2021 ➤ Fr.o.m. andra hälften av 2022
ÅTGÄRD 10 – Säkerställa den europeiska mediemarknadens funktionssätt	➤ Stärka det övergripande samarbetet mellan europeiska tillsynsorgan på medieområdet inom den europeiska gruppen av regleringsmyndigheter för audiovisuella medietjänster (Erga).	➤ Fr.o.m. första kvartalet 2021