

**MEDDELANDE FRÅN KOMMISSIONEN****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**

(2020/C 223/03)

**I. BAKGRUND**

Genom direktivet om audiovisuella medietjänster <sup>(1)</sup> fastställs förstärkta regler för främjande av europeiska produktioner. I artikel 13.1 fastställs att leverantörer av audiovisuella medietjänster på begäran (nedan kallade *beställvideo*, *beställvideotjänster* eller *VOD*) "[ska säkerställa] att europeiska produktioner utgör minst 30 % av deras kataloger och att dessa produktioner framhävs".

I artikel 13.2 i direktivet fastställs att "om medlemsstater kräver att leverantörer av medietjänster under deras jurisdiktion bidrar finansiellt till europeiska produktioner, (...), får de även kräva att leverantörer av medietjänster som riktar sig till en publik på deras territorier men är etablerade i andra medlemsstater lämnar sådana finansiella bidrag". Sådana bidrag "ska vara proportionella och icke-diskriminerande".

I artikel 13.6 i direktivet föreskrivs obligatoriska undantag för företag med låg omsättning eller liten publik från skyldigheterna enligt artikel 13.1 samt eventuella krav som de kan omfattas av enligt artikel 13.2. Syftet med undantagen, vilket klargörs i skäl 40, är att säkerställa att skyldigheter relaterade till främjandet av europeiska produktioner inte äventyrar marknadsutveckling och inte hindrar marknadstillträde för nya aktörer.

Enligt artikel 13.7 i direktivet är syftet med detta dokument att tillhandahålla riktlinjer för

- a) beräkning av den andel europeiska produktioner som ska ingå i kataloger som tillhandahålls av beställvideoleverantörer, och
- b) för definitionen av begreppen liten publik och låg omsättning inom ramen för de ovannämnda undantagen.

Riktlinjerna är inte bindande. Under sitt arbete med dessa riktlinjer har kommissionen vederbörligen genomfört samråd med kontaktkommittén enligt artikel 13.7. I den utsträckning dessa riktlinjer kan utgöra en tolkning av direktivet om audiovisuella medietjänster påverkar kommissionens ståndpunkt inga eventuella tolkningar från EU-domstolen.

**II. BERÄKNING AV ANDELEN EUROPEISKA PRODUKTIONER****1. Beräkning per titlar**

På marknaden för linjära medietjänster (tv-sändningar) beräknas andelen europeiska produktioner i programföretagens programplanering med hänvisning till sändningstid. Enligt artikel 16 i direktivet ska programföretagen reservera en övervägande del av sin sändningstid för europeiska produktioner. Detta avspeglar tydligt den tidsbundna karaktären hos linjära tjänster, eftersom endast ett begränsat antal program kan sändas samtidigt och under en viss period. Längdaspekten är således specifikt knuten till de inneboende egenskaperna hos tv-sändningstjänster (linjära tjänster) som utformar sin programplanering utifrån programtablåer (24-timmarstablåer).

Sådana begränsningar gäller inte för beställvideoleverantörer. För beställtjänster är inbegripandet av ett visst program inte beroende av ett tidsintervall i programtablåen. Inbegripandet av ett visst program av en viss längd i katalogen innebär inte heller att ett annat program med liknande längd tas bort/ersätts i katalogen. Med andra ord utformar beställvideoleverantörer inte sina kataloger baserat på tidsrelaterade överväganden, utan beroende på hur attraktivt det är att ställa ett eventuellt större antal enskilda program till användarnas förfogande.

Användarnas val att se ett program i beställvideokataloger är inte heller tidsmässigt begränsat, i den bemärkelsen att deras val att se ett visst program inte innebär att de avstår från att se alla andra program som finns tillgängliga samtidigt. Själva kärnan i beställvideotjänster är just att det står användarna fritt att välja och se ett visst program från en katalog när och hur många gånger de vill.

(<sup>1</sup>) I dessa riktlinjer ska hänvisningar till direktivet om audiovisuella videotjänster förstås som hänvisningar till direktiv 2010/13/EU om samordning av vissa bestämmelser som fastställs i medlemsstaternas lagar och andra författningar om tillhandahållande av audiovisuella medietjänster (direktiv om audiovisuella medietjänster) (EUT L 95, 15.4.2020, s. 1), i dess ändrade lydelse enligt Europaparlamentets och rådets direktiv (EU) 2018/1808 av den 14 november 2018 (EUT L 303, 28.11.2018).

Eftersom de val som både beställvideoleverantörer och användare gör centreras kring de olika programmen (t.ex. baserat på uppfattad kvalitet, lockelse, smak), anser kommissionen att det beroende på beställvideotjänsternas egenskaper är lämpligare att beräkna andelen europeiska produktioner i katalogerna baserat på titlar och inte sändningstid (tittartid).

Valet av titlar i katalogen som relevant måtenhet jämfört med innehållets tid/längd stöds av ytterligare överväganden. För det första är en beräkning av andelen europeiska produktioner per titel, både för filmer och för tv-serier, mer neutral när det gäller beställvideoleverantörernas val av vilka program som ska ingå i katalogerna. En beräkning per programlängd skulle kunna skapa ett incitament för leverantörerna att gynna långa europeiska produktioner (t.ex. serier med många avsnitt) för att enkelt fylla andelen på 30 %. Eftersom beräkningen enligt titlar är mer neutral kommer den sannolikt att bidra till ett mer varierat utbud av europeiska produktioner.

För det andra kommer beräkningen per titel sannolikt att vara mindre betungande för beställvideoleverantörerna än beräkningen per längd. Det är mer sannolikt att beställvideoleverantörerna räknar antalet europeiska titlar av det totala antalet titlar som finns tillgängliga i deras kataloger än att de räknar den totala tittartiden för europeiska produktioner av den totala tittartiden för alla produktioner i deras kataloger.

För det tredje kommer en beräkning per titel sannolikt att underlätta de berörda nationella myndigheternas övervakning och tillsyn, eftersom det är enklare att spåra och kontrollera titlar än total tittartid.

Med tanke på ovanstående överväganden anser kommissionen att det är lämpligt att beräkna andelen på 30 % av europeiska produktioner i beställvideokataloger på grundval av (totalt) antal titlar i katalogen.

## 2. Vad är en titel?

När det gäller långfilmer och tv-filmer ska varje film anses utgöra en titel i katalogen. Olika filmer i en franchise <sup>(2)</sup> ska också anses utgöra separata titlar i katalogen.

Det är svårare att fastställa vad som utgör en titel för tv-serier eller serieformat (dvs. avsnitt per avsnitt). Avsnitt av tv-serier är ofta samlade i olika säsonger. I sådana fall är frågan huruvida en titel bör utgöras av hela serien, en säsong eller ett enskilt avsnitt.

Kommissionen anser att en säsong av en serie bör utgöra en titel. En beräkning av serier per säsong skulle säkerställa att tv-serier behandlas på liknande sätt som långfilmer eller tv-filmer. En säsong av en serie är vanligtvis resultatet av en enskild och kontinuerlig kreativ insats av samma grupp av författare/yrkesverksamma inom den audiovisuella sektorn, med en enda budget och under en sammanhängande tidsperiod. Dessutom är det vanligt att tv-serier lanseras på marknaden och marknadsförs som separata säsonger. Därför bör det arbete som utförs för att producera en säsong av en serie anses likna det arbete som normalt krävs för att producera en film.

En beräkning per serie skulle dessutom begränsa eventuella incitament för leverantörerna att gynna generellt långa produktioner (t.ex. serier eller andra format med många avsnitt) för att uppnå andelen, till nackdel för kortare produktioner med högre spridningsmöjligheter mellan medlemsstaterna (t.ex. långfilmer och mer exklusiva tv-serier). <sup>(3)</sup>

En del audiovisuella produktioner kan emellertid ha högre produktionskostnader jämfört med andra program i katalogen, exempelvis stora direkta investeringar eller licensieringskostnader för exklusiva tv-filmer, där ett enda avsnitt kan ha en längd och produktionskostnad som liknar dem för långfilmer. I sådana fall kan de nationella myndigheterna när det är berättigat överväga att ge dessa produktioner en ökad viktning, exempelvis med anledning av en motiverad begäran från en leverantör.

<sup>(2)</sup> Franchise ska tolkas som en följd av relaterade filmer i samma fiktionsgenre.

<sup>(3)</sup> Enligt en undersökning som gjorts av Europeiska audiovisuella observationsorganet produceras främst korta format (tv-serier med högst 26 avsnitt) i EU. Närmare bestämt har 90 % av alla tv-serier högst 26 avsnitt, varav 44 % är tv-filmer (med 1–2 avsnitt). De står dock för en begränsad andel, dvs. 33 % av det totala antalet. Långa tv-filmer utgör däremot endast 10 % av antalet producerade titlar, men står för 67 % av det totala antalet producerade tv-filmtimmar. Samma undersökning visar att kortare format kan anses vara "exklusiva" tv-program, som kan samproduceras och exporteras, medan långa format i allmänhet har lägre produktionskostnader, en starkare nationell förankring och förmodligen mindre möjligheter till gränsöverskridande utnyttjande. Ur detta perspektiv kan en beräkning per titel och säsong inverka positivt på spridningen av europeiska produktioner med verkliga möjligheter till gränsöverskridande utnyttjande. Se Fontaine, G., *TV fiction production in the European Union*, Europeiska audiovisuella observationsorganet, Strasbourg, 2017.

### 3. Beräkning per nationell katalog

En del beställvideoleverantörer som är verksamma inom unionen har flera nationella kataloger med olika sammansättning beroende på den nationella marknaden (medlemsstat) som de riktar sig till. Inhemskas filmtitlar kan förekomma i en viss nationell katalog hos en leverantör med verksamhet i flera länder och kan inte finnas tillgänglig (eller finnas tillgänglig i mycket begränsad utsträckning) i de kataloger som samma leverantör erbjuder i andra medlemsstater. (\*) Det är följaktligen nödvändigt att fastställa hur andelen europeiska produktioner bör beräknas i sådana fall.

Syftet med artikel 13.1 i direktivet om audiovisuella medietjänster är att säkerställa att beställvideoleverantörer aktivt bidrar till att främja den kulturella mångfalden inom unionen genom att tillhandahålla en minimiandel europeiska produktioner i sina erbjudanden. Kommissionen anser att detta mål endast kan uppnås på ett effektivt sätt om andelen europeiska produktioner på 30 % säkerställs i samtliga nationella kataloger som erbjuds av beställvideoleverantörer med verksamhet i flera länder. På så sätt blir det möjligt att säkerställa att tittare i samtliga medlemsstater där leverantören erbjuder nationella kataloger ges tillgång till europeiska produktioner i den omfattning som krävs. Detta tillvägagångssätt är också fördelaktigt med tanke på att det sannolikt kommer att skapa incitament för spridningen av och tillgången till europeiska produktioner i unionen.

Det är viktigt att tänka på att det är ursprungslandets uppgift att säkerställa att beställvideoleverantörerna under deras jurisdiktion fullgör skyldigheten att se till att deras kataloger innehåller den föreskrivna andelen europeiska produktioner. Om en beställvideoleverantör som omfattas av en medlemsstats jurisdiktion erbjuder olika nationella kataloger i andra medlemsstater är det jurisdiktionsmedlemsstatens (dvs. ursprungslandets) ansvar att verkställa skyldigheten i fråga om andelen europeiska produktioner med avseende på samtliga nationella kataloger.

### 4. Tidsaspekten

Den faktiska andelen europeiska produktioner i beställvideokataloger kan variera från dag till dag. Om en beställvideoleverantör exempelvis lägger till en ny utomeuropeisk tv-serie i sin katalog kan detta leda till att den totala andelen europeiska produktioner tillfälligt minskar tills fler europeiska produktioner inbegrips. Detta ger upphov till frågan om vilken tidpunkt efterlevnaden av andelen på 30 % ska säkerställas. Leverantörerna kan vara skyldiga att ständigt säkerställa efterlevnad under en förutbestämmd period. Ett sådant tillvägagångssätt skulle tillåta tillfälliga variationer.

Direktivet om audiovisuella medietjänster anger inte vilken av dessa två metoder som är att föredra. Båda metoderna ska syfta till att uppnå målet att främja kulturell mångfald i beställvideokatalogerna. Kommissionen anser därför att det står medlemsstaterna fritt att besluta vilken metod som de vill använda för att fullgöra övervakningsskyldigheten enligt artikel 13.1 i direktivet. När medlemsstaterna beslutar om vilken övervakningsmetod de ska använda bör de dock ta vederbörlig hänsyn till behovet av att minska den administrativa bördan i samband med efterlevnaden och tillämpningen samt säkerställa transparens och rättssäkerhet för beställvideoleverantörerna.

## III. DEFINITION AV LITEN PUBLIK OCH LÅG OMSÄTTNING

### 1. Inledande anmärkningar

Enligt skäl 40 i direktivet om audiovisuella medietjänster bör leverantörer utan väsentlig marknads närvaro inte omfattas av kraven relaterade till främjandet av europeiska produktioner "för att säkerställa att skyldigheter relaterade till främjandet av europeiska produktioner inte äventyrar marknadsutveckling och för att medge marknadstillträde för nya aktörer". Dessa överväganden är gemensamma för både artikel 13.1 och 13.2, men bestämmelserna medför vissa skillnader som måste beaktas.

- Det är etableringsmedlemsstatens uppgift att säkerställa att beställvideoleverantörerna under dess jurisdiktion fullgör skyldigheten att säkerställa den föreskrivna andelen europeiska produktioner enligt artikel 13.1. Det är också etableringsmedlemsstatens uppgift att tillämpa undantagen enligt artikel 13.6 på sådana leverantörer.
- Denna situation är annorlunda för artikel 13.2. Enligt artikel 13.2 får medlemsstaterna införa krav på finansiella bidrag för leverantörer som är etablerade i andra medlemsstater men riktar sig till en publik på deras territorier. Bidragen ska vara proportionella och icke-diskriminerande. I sådana fall är det den medlemsstat som leverantören riktar sin verksamhet till som ska tillämpa sin lagstiftning om sådana bidrag och undantagen enligt artikel 13.6.

(\*) Grece, C., *Films in VOD catalogues – Origin, Circulation and Age – Edition 2018*, Europeiska audiovisuella observationsorganet, Strasbourg, 2018.

Med tanke på dessa olika rättsliga förhållanden är det viktigt att överväga de speciella aspekterna av dessa skyldigheter i riktlinjer för undantagen i artikel 13.6. Kommissionen erinrar särskilt om att medlemsstaterna, vilket klargörs i skäl 36, får införa finansiella skyldigheter för leverantörer av medietjänster som är etablerade på deras territorium, mot bakgrund av "den direkta kopplingen mellan finansiella skyldigheter och medlemsstaternas olika kulturpolitik".

När det gäller definitionen av liten publik och låg omsättning är det viktigt att hitta den rätta jämvikten mellan målet att bevara det nödvändiga innovationsutrymmet för mindre aktörer inom den audiovisuella sektorn och målet att främja kulturell mångfald genom tillräcklig finansiering av europeiska produktioner enligt medlemsstaternas kulturpolitik. Riktlinjerna föreskriver att företag med låg omsättning eller liten publik enligt definitionen nedan ska undantas från skyldigheterna enligt artikel 13, men det kan krävas vissa ytterligare garantier i vissa fall, särskilt vad gäller tillämpningen av de finansiella bidragen, för att säkerställa att systemen för finansiering av audiovisuella produktioner och filmer är hållbara.

## 2. Åtskillnad mellan undantag enligt unionsrätten och nationell lagstiftning

Skyldigheterna att bidra finansiellt till främjandet av europeiska produktioner harmoniseras inte genom artikel 13.2 i direktivet. Där anges endast att medlemsstaterna har möjlighet att även låta gränsöverskridande leverantörer som riktar sig till publik på deras territorier omfattas av skyldigheten att bidra via direktinvesteringar och avgifter, med beaktande av principerna om icke-diskriminering och proportionalitet. Det är alltså medlemsstaterna som är behöriga att besluta om de vill utnyttja möjligheten att definiera och tillämpa de motsvarande skyldigheterna.

Dessa riktlinjer är därför inte tillämpliga om en medlemsstat har eller inför skyldigheter för leverantörer av medietjänster att bidra finansiellt till europeiska produktioner och dessa skyldigheter begränsas till leverantörer som är etablerade i den medlemsstaten. Riktlinjerna blir relevanta om medlemsstaten även tillämpar sådana krav på leverantörer som riktar sig till publik på dess territorium, men är etablerade i en annan medlemsstat. Syftet med undantagen i artikel 13.6 i direktivet är i alla händelser inte att ersätta undantag som har fastställts på nationell nivå, där omfattningen av skyldigheten att bidra definieras, utan att tillhandahålla garantier för gränsöverskridande leverantörer.

De riktlinjer som anges i detta avsnitt påverkar därför inte rätten för den medlemsstat som den berörda leverantören riktar sin verksamhet till att fastställa andra trösklar på nationell nivå som gäller för leverantörer under dess jurisdiktion.

Det är viktigt att påpeka att medlemsstater som tillämpar skyldigheterna avseende finansiella bidrag på leverantörer som är etablerade i andra medlemsstater måste respektera principen om icke-diskriminering. Om de har eller inför undantag på nationell nivå som gäller leverantörer som är etablerade på deras territorier ska undantagen därför även tillämpas på ett icke-diskriminerande sätt på gränsöverskridande leverantörer, även om trösklarna är högre än de trösklar som anges i dessa riktlinjer.

## 3. Låg omsättning

När det gäller gränsen för låg omsättning, som bör utgöra grunden för undantag enligt artikel 13.6, hänvisar kommissionen till rekommendation 2003/361/EG om definitionen av mikroföretag samt små och medelstora företag. <sup>(5)</sup>

Enligt etablerad praxis bör mikroföretag a priori undantas från den föreslagna lagstiftningen, om det inte kan påvisas att det är nödvändigt och ändamålsenligt att de omfattas. <sup>(6)</sup> Kommissionen anser därför att tröskeln för låg omsättning kan fastställas enligt begreppet mikroföretag som beskrivs i den ovannämnda rekommendationen från kommissionen, och grunda sig på den tröskel för omsättning som används i definitionen av mikroföretag (dvs. företag vars sammanlagda årsomsättning inte överstiger 2 miljoner euro). Företagets årsomsättning bör fastställas enligt bestämmelserna i kommissionens rekommendation och då även ta hänsyn till omsättningen hos en partner eller anknutna företag. <sup>(7)</sup>

Mikroföretag är små och har ofta knappa resurser och regleringskostnaderna kan därför vara särskilt betungande för dem. Genom att mikroföretag undantas från tillämpningen av skyldigheterna att främja europeiska produktioner (artikel 13.1 och 13.2) undviks hinder för nya aktörers marknadstillträde. Detta tillvägagångssätt är därför förenligt med målet att stimulera etableringen av nya företag och främja marknadsutveckling.

<sup>(5)</sup> Kommissionens rekommendation 2003/361/EG av den 6 maj 2003 om definitionen av mikroföretag samt små och medelstora företag (delgett med nr K(2003) 1422) (EUT L 124, 20.5.2003, s. 36).

<sup>(6)</sup> [http://ec.europa.eu/smart-regulation/impact/key\\_docs/docs/meg\\_guidelines.pdf](http://ec.europa.eu/smart-regulation/impact/key_docs/docs/meg_guidelines.pdf).

<sup>(7)</sup> Se särskilt artiklarna 3 och 6 i rekommendationen.

Samtidigt anges det i skäl 40 i direktivet att "man vid fastställande av låg omsättning bör ta hänsyn till storleksskillnaderna mellan de audiovisuella marknaderna i medlemsstaterna". Vissa medlemsstaters audiovisuella marknader omsätter ett par miljoner euro och ligger i flera fall betydligt under 10 miljoner euro. På sådana marknader kan även mikroföretag anses ha en väsentlig marknadsnärvaro.

Mot bakgrund av detta anser kommissionen att medlemsstater med mindre nationella audiovisuella marknader bör kunna fastställa lägre omsättningströsklar. Med tanke på marknadens allmänna egenskaper kan sådana lägre trösklar vara berättigade och proportionella, under förutsättning att de undantar företag som har en andel på mindre än 1 % av de totala intäkterna på den berörda nationella audiovisuella marknaden.

#### 4. Liten publik

##### 4.1 Beställvideotjänster

###### 4.1.1 Metod

Följande anges i skäl 40 i direktivet om audiovisuella medietjänster: "Huruvida publiken är liten kan fastställas exempelvis på grundval av tittartid eller försäljning, beroende på tjänstens art (...)." För linjära tjänster mäts publiken vanligtvis enligt tittartid. Publik för beställvideo är inte ett etablerat begrepp och det finns inga standardiserade branschmåt i medlemsstaterna. Det finns alltså inga publikuppgifter tillgängliga som kontrollerats av tredje part och som kan användas för att kontrollera om en viss beställvideoleverantör har en liten publik. Situationen kan visserligen förändras i framtiden, men i detta skede är det ändå nödvändigt att fastställa en praktisk metod för att fastställa liten publik för beställvideoleverantörer enligt artikel 13 i direktivet.

Såsom förklaras i skäl 40 kan begreppet publik "exempelvis" kopplas till försäljningen av tjänsterna. I avsaknad av etablerade branschmåt anser kommissionen att detta för närvarande är den lämpligaste metoden för att mäta publik inom beställvideosektorn.

Direktivet förbjuder i princip inte medlemsstaterna att använda alternativa kriterier. Dessa riktlinjer inriktas därför på en metod för att fastställa publik för beställvideoleverantörer som baseras på försäljning av tjänster.

Inom beställvideobranschen fungerar antalet användare/tittare för en viss tjänst som ett närmvärde för sådan försäljning. Publikens storlek kan i synnerhet fastställas på grundval av antalet aktiva användare av en viss tjänst, t.ex. antalet betalande abonnenter för beställvideotjänster (*Subscription Video on Demand, SVOD*), antalet unika kunder/unika konton som används för att förvärva produktioner för beställvideo genom transaktioner (*Transactional Video on Demand, TVOD*) och antalet unika besökare för reklamfinansierad beställvideo (*Advertising Video on Demand, AVOD*).

När det gäller TVOD-tjänster kan aktiva användare exempelvis avse användare som har förvärvat åtminstone en titel i katalogen under en viss period. I fråga om AVOD-tjänster kan publiken fastställas som ett genomsnitt av aktiva användare under en viss period. När det gäller abonnenter som betalar för paket med tjänster som även inbegriper ett beställvideokonto kan det hända att publiken för beställvideotjänster inte avspeglas korrekt av antalet betalande abonnenter av dessa tjänstepaket som helhet, eftersom en del av dem kanske inte är VOD-användare. I sådana fall kan de nationella myndigheterna tillämpa ett mått baserat på användare som faktiskt har erhållit tjänstens videoinnehåll inom en fastställd period. I samtliga fall bör den period som används vara lämplig och meningsfull (dvs. inte för kort). Perioden ska fastställas på förhand och inte vara betungande att genomföra.

I praktiken bör publiken fastställas på grundval av andelen aktiva användare av en viss tjänst: publiken för en VOD-tjänst skulle då vara antalet användare dividerat med det totala antalet användare av (liknande) VOD-tjänster som finns tillgängliga på den nationella marknaden, multiplicerat med 100 för att få fram en procentandel.

Eftersom publikandelar utgör ett bra närmvärde för försäljning och avspeglar den berörda tjänstens marknadsställning inom denna sektor skulle leverantörer med få aktiva användare inte ha en väsentlig marknadsnärvaro, vilket berättigar tillämpning av undantaget i artikel 13.6. Denna metod ligger också nära begreppet tv-publikandel, som avser antalet faktiska tv-innehavare som ser på vissa kanaler under en given period jämfört med det totala antalet tv-innehav i urvalet.

#### 4.1.2 Trösklar

Kommissionen anser att leverantörer med en publikandel på mindre än 1 % i en viss medlemsstat bör anses ha liten publik. Denna tröskel avspeglar den begränsade användningen av sådana leverantörers tjänster jämfört med de relevanta nationella marknaderna. Detta kan exempelvis bero på att leverantören är en ny aktör på marknaden. Tillgängliga uppgifter visar att de största SVOD-leverantörerna i Europa <sup>(8)</sup> brukar ha en andel långt över 1 % på de nationella marknader där de är närvarande.

Mot bakgrund av detta anser kommissionen att det i princip är lämpligt att undanta leverantörer som har en andel på mindre än 1 % i den berörda medlemsstaten från skyldigheterna enligt artikel 13.

När det gäller artikel 13.1 innebär detta att dessa leverantörers etableringsmedlemsstat beviljar dem undantag från kraven avseende andelar i dessa kataloger (verksamhet som riktas till etableringsmedlemsstaten eller till andra medlemsstater) för vilka deras publikandel underskrider den ovannämnda tröskeln. I fråga om artikel 13.2 innebär det att den medlemsstat som leverantören riktar sin verksamhet till beviljar leverantören undantag från skyldigheten att bidra finansiellt till europeiska produktioner.

#### 4.2 Linjära audiovisuella medietjänster

För linjära tjänster är publik ett etablerat begrepp och publikmätningstjänster finns i flera medlemsstater. Definitionen av liten publik bör därför grunda sig på indikatorer som redan är godtagna och används inom ramen för direktivet om audiovisuella medietjänster, nämligen daglig publikandel <sup>(9)</sup> som beräknas för referensåret.

När det gäller icke-inhemskas leverantörers marknadsnärvaro skiljer sig marknaden för linjära tjänster från marknaden för beställvideo. För beställvideo domineras de nationella marknaderna till stor del av icke-inhemskas leverantörer. Så är inte fallet för linjära tjänster. De största aktörerna är vanligen grupper av tv-företag, vars publikandel oftast helt eller i stor utsträckning utgörs av deras inhemska marknad. Enligt en färsk undersökning kännetecknas EU:s audiovisuella marknad av ett begränsat antal tv-kanaler som tar upp en stor del av publiken. Det stora flertalet kanaler har låga publikandelar: endast 5 % av tv-kanalerna har en publikandel över 10 % och omkring 80 % av tv-kanalerna i EU-medlemsstaterna har en publik på högst 2 %. <sup>(10)</sup>

Tröskeln för liten publik bör fastställas med hänsyn till kanalernas närvaro och ställning på marknaden för linjära audiovisuella medietjänster räknat i publik. Med hänsyn till egenskaperna hos marknaden för linjära tjänster bör gränsöverskridande kanaler med en publikandel under 2 % i en viss medlemsstat som de riktar sin verksamhet till anses ha liten publik i den mening som avses i artikel 13.6 i direktivet. <sup>(11)</sup> För leverantörer som har flera kanaler som riktar sig till en medlemsstat kan den medlemsstaten beakta leverantörens ställning generellt på den nationella marknaden när den tillämpar undantaget. <sup>(12)</sup>

### 5. Justeringar för att beakta de finansiella bidragens särskilda karaktär

I artikel 13.2 i direktivet om audiovisuella medietjänster anges två typer av skyldigheter avseende finansiella bidrag till europeiska produktioner, nämligen direktinvesteringar i audiovisuellt innehåll och bidrag till nationella fonder (avgifter). Kommissionen anser att de olika effekter som dessa typer av skyldigheter har på gränsöverskridande leverantörer bör beaktas för att fastställa lämpliga trösklar. Direktinvesteringar (t.ex. produktion, samproduktion, förvärv av rättigheter till produktioner) kräver i allmänhet en större ansträngning från företagen jämfört med att betala en avgift, eftersom det finansiella åtagandet och riskerna i samband med detta är större. Uppfyllandet av investeringsskyldigheten beror också på tillgången till europeiska produktioner, bland annat produktionsprojekt som leverantören kan investera sina tillgängliga resurser i.

<sup>(8)</sup> Se t.ex. "Main OTT SVOD groups in Europe by estimated number of subscribers" (december 2018), offentliggjord i Europeiska audiovisuella observationsorganets årsbok 2019, Strasbourg, december 2018.

<sup>(9)</sup> Se de ändrade riktlinjerna för övervakning av tillämpningen av artiklarna 16 och 17 i direktivet om audiovisuella medietjänster, dok. CC AVMSD (2011) 2, s. 3.

<sup>(10)</sup> Schneeberger, A., *The internationalisation of TV audience markets in Europe*, Europeiska audiovisuella observationsorganet, Strasbourg, 2019, s. 16.

<sup>(11)</sup> Sådana marknader kännetecknas av ett fåtal kanaler med mycket stora andelar (80 % av publikandelen brukar vanligen täckas av de översta 20 procenten av kanalerna) och ett stort antal kanaler med liten publik (i genomsnitt har 80 % av tv-kanalerna i Europa en publikandel på högst 2 %).

<sup>(12)</sup> De kan göra en allmän bedömning av leverantören för att se om den täcker 80 % av publikandelen i landet.

Kommissionen inser att vissa medlemsstater, särskilt med tanke på den audiovisuella marknadens storlek och struktur, anser att det är viktigt att tillämpa skyldigheter avseende finansiella bidrag även på beställtjänster med en lägre omsättning än 2 miljoner euro eller en publikandel på mindre än 1 % samt gränsöverskridande linjära tjänster med en publikandel under 2 %, i synnerhet betal-tv-tjänster, eftersom de kan anses ha en betydande närvaro på den nationella marknaden. För att lösa sådana situationer kan medlemsstaterna besluta att tillämpa lägre trösklar, i vederbörligen motiverade fall och enligt sina kulturpolitiska mål, inbegripet målet att säkerställa hållbarheten i de nationella systemen för finansiering av audiovisuella produktioner och filmer.

När medlemsstaterna fastställer dessa trösklar och de finansiella bidragen bör de beakta tjänstens finansiella kapacitet, respektera principerna om icke-diskriminering och proportionalitet, inte äventyra marknadsutveckling och medge marknadstillträde för nya aktörer.

När det gäller skyldigheter avseende direktinvesteringar för gränsöverskridande leverantörer uppmanar kommissionen medlemsstaterna, särskilt de medlemsstater som har större audiovisuella marknader, att även överväga att undanta företag med en total omsättning över 2 miljoner euro <sup>(13)</sup> genom att fastställa en högre tröskel eller åtminstone låta dem omfattas av mindre betungande investeringsskyldigheter, eftersom det kan vara svårt för dem att hitta audiovisuella produktioner där de kan investera sina tillgängliga resurser i den berörda medlemsstaten.

#### IV. FÖRFARANDEMÄSSIGA ANMÄRKNINGAR

Även om det är de nationella myndigheternas ansvar att genomföra artikel 13.1 och 13.2 i direktivet om audiovisuella medietjänster uppmanas de att aktivt samarbeta med sina motparter i andra medlemsstater inom de områden som omfattas av dessa riktlinjer. Samarbete kan vara motiverat för att samla in relevant data eller information och begränsa riskerna för skiljaktiga tolkningar av de nationella myndigheterna. Den europeiska gruppen av regleringsmyndigheter för audiovisuella medietjänster (Erga) kan vara ett lämpligt forum för att underlätta ett sådant samarbete.

Mot bakgrund av detta uppmanas de nationella tillsynsmyndigheterna att utbyta information, data och bästa praxis inom ramen för Erga och diskutera eventuella problem i samband med tillämpningen av dessa riktlinjer. Erga bör å sin sida uppmärksamma kommissionen på viktiga aspekter av de tillvägagångssätt som de nationella tillsynsmyndigheterna väljer. Kommissionen kommer att hålla kontaktkommittén för direktivet informerad om sådan utveckling.

Inom ramen för rapporteringsskyldigheterna enligt artikel 13.4 i direktivet ska medlemsstaterna informera kommissionen om tillämpningen av dessa riktlinjer.

---

<sup>(13)</sup> Beräknat enligt bestämmelserna i kommissionens rekommendation 2003/361/EG om definitionen av mikroföretag samt små och medelstora företag, citerad ovan.