

Síntesi de l'estudi *VOD, platforms and OTT: which promotion obligations for European works?*

Enllaç al document:

<http://www.obs.coe.int/documents/205595/8351541/IRIS+plus+2016-3+VOD,%20platforms+and+OTT+which+promotion+obligations+for+European+works.pdf/417220bbeed3-4d82-94ce-da818a447ae7>

Pablo Gómez-Domínguez

L'Observatori de l'Audiovisual Europeu (OAE) ha elaborat un informe que analitza en profunditat l'efecte generat pels nous proveïdors de serveis audiovisuals sobre la promoció i producció d'obres europees als diferents països de la Unió. Concretament, aquest treball coordinat per Francisco Javier Cabrera Blázquez, Maja Cappello, Christian Grece i Sophie Valais proposa un recorregut que va des de la situació general del mercat audiovisual i els efectes de la Directiva de serveis de mitjans audiovisuals (AVMSD, per les seves sigles en anglès) sobre la producció i promoció d'obres europees, passant per una contextualització dels nous serveis i models de negoci basats en la distribució *over-the-top* (OTT), la reformulació del concepte 'media' a la regulació i l'aclariment d'altres termes clau en l'escenari digital (OTT, SVOD, TVOD, etc.), per finalitzar amb una anàlisi comparativa de les regulacions aplicades sobre els nous serveis digitals en cada país de la Unió, així com diverses recomanacions sobre com s'ha d'abordar la problemàtica des de diversos fronts i actors (institucions, comissions, indústria, usuaris, etc.).

Un escenari digitalitzat sense regulació global

L'informe adverteix que el mercat audiovisual europeu -i global- és altament canviant, fet que complica l'establiment de regulacions que obeeixin a tots els escenaris generats. Específicament, els autors fan èmfasi en la transformació que ha produït la digitalització de l'audiovisual sobre els models de negoci, especialment pel que fa al circuit de distribució dels productes. En aquest punt, l'informe estudia les tensions existents entre els prestadors de serveis tradicionals i els nous serveis originats en l'ecosistema digital. A més a més, situa els usuaris en una posició clau com a transformadors dels serveis, assumint que una audiència que es fragmenta progressivament en nínxols de mercat (temàtics, tecnològics, temporals, etc.) força la resposta del sector, a la cerca constant d'un increment de beneficis. Aquesta situació és especialment delicada per a la creació d'un marc regulador eficient, en tant que ha de respondre als interessos nacionals i europeus, però que no pot perjudicar amb això un mercat fortament dependent de les transaccions transfrontereres (dins i fora de la Unió).

Finalment, la descripció de l'escenari es completa assenyalant els principals perjudicats del canvi analògic-digital: el mercat de distribució cinematogràfica, amb un accelerat decreixement de les quotes de pantalla, i el mercat físic, amb un important descens en les vendes de *retail* (DVDs, Blu-ray, etc.) associat canvis en els hàbits de consum de les llars i la nova oferta d'entreteniment digital disponible.

Nous models de negoci i actors al mercat europeu

El pessimista escenari per als prestadors de servei tradicionals presenta, com hem comentat, nous protagonistes. El autors divideixen aquests nous actors en tres grans grups que pertanyen al model que han anomenat com *Paid video on-demand services*. Cada grup presenta característiques específiques en relació al model de negoci que proposen i les transformacions (generalment perjudicials) que generen sobre els prestadors tradicionals en relació a l'audiència objectiva de cadascun d'ells. Per tal que resulti més aclaridor, hem elaborat una taula de síntesi (taula 1) amb informació relativa al model de negoci, les transformacions, i el percentatge d'obres europees presents als catàlegs dels prestadors en funció de cada grup definit a l'informe.

Taula 1. Síntesi dels principis del model de negoci, les transformacions sobre el mercat i la proporció d'obres europees presents als prestadors audiovisuals basats en l'OTT.

Grup	Model de negoci	Transformacions	EU/US presència
<i>Serveis de VOD per subscripció (SVOD) (Netflix, HBO, Hulu, etc.)</i>	Quota de subscripció. Busquen mantenir la fidelitat de l'usuari mitjançant la inversió en l'anàlisi de les seves dades i la implementació d'elements com ara algorismes de recomanació, interfícies <i>user-friendly</i> , qualitat tècnica del visionat, etc. A més a més, busquen la diferenciació oferint continguts premium de producció pròpia, portabilitat i adaptació a altres pantalles i contingut adaptat a nínxols concrets de mercat.	El usuari deixen de consumir productes a través del mercat físic i migren cap al digital. A més a més, es produeix una disminució del temps dedicat al consum lineal que pot arribar a un model de llar que anomenen " <i>SVOD-only homes</i> ". És un tipus d'hàbit de consum adoptat majoritàriament per audiències joves.	Les últimes anàlisis de l'OAE van detectar un 32% d'obres europees, un 60% de produccions nord-americanes i la resta procedent d'altres països als catàlegs dels serveis SVOD que operen a la Unió.
<i>Serveis de VOD per transacció (TVOD) (iTunes, Rakuten, Wuaki, etc.)</i>	Pagament per acte de compra o lloguer. Es refereix a empreses dedicades a la venda o el lloguer, amb base <i>pay-per-view</i> , de contingut cinematogràfic o televisiu. Busquen generar les condicions òptimes perquè els distribuïdors i els productors vinguin el contingut en les seves plataformes, obtenint una comissió per cada acte. El model creix venent o llogant grans quantitats de contingut (economia d'escala). Es caracteritzen per no oferir pre-seleccions en els catàlegs sinó una promoció intensiva dels productes als seus llocs web.	Substitueixen el mercat físic tradicionalment present a la llar i els videoclubs. L'elevat preu de venda i lloguer d'aquestes plataformes, així com del mercat físic, tenen un efecte indirecte en l'augment de l'oferta pirata a través de plataformes il·legals.	Les anàlisis de l'OAE van detectar un 29% de produccions europees en aquest tipus de plataformes, davant un 59% de produccions nord-americanes i la resta procedent d'altres països.
<i>Serveis audiovisuals online finançats amb</i>	Ingressos a canvi de l'atenció de l'audiència/volum de públic. La combinació del temps invertit pels usuaris (<i>user engagement</i>) i les	Evolució d'un mercat publicitari de masses concentrat en els prestadors tradicionals cap a un mercat concentrat al voltant de	-

publicitat(AVOD)
(Google, Google's
Youtube,
Facebook, etc.)

dades extretes per aquestes plataformes són els valors d'intercanvi d'aquest model de negoci. A més a més, el constant creixement d'usuaris d'aquestes plataformes *socials* fa que hagin apostat per la inversió en diferents models de producció, tot i que insisteixen en desvincular-se de la definició de 'media'

comunitats d'usuaris. Sorgeix la necessitat de categoritzar aquestes plataformes com a mitjans de comunicació o com a espais merament *socials*. És rellevant el fet que han augmentat les eines i serveis que les plataformes proposen per a la creació i/o distribució, amb la finalitat de vendre més espais publicitaris. L'aclariment de la consideració que s'atorgui a les plataformes és clau per a regular les seves obligacions respecte a la producció, promoció i distribució d'obres europees.

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'informe

L'AVMSD i la regulació dels serveis lineals, no lineals i la qüestió de les plataformes socials

Davant aquest entorn altament competitiu, els autors de l'informe són clars en afirmar que l'AVMSD no ofereix un marc regulador prou complet com per fer front a l'efecte dels nous models de negoci, no lineals, sobre la producció audiovisual europea. La problemàtica interpretativa es distribueix en dos fronts: la definició dels serveis sota demanda (entre els que són *TV-Likeness* i tots els altres *Internet-based*) i el grau d'implicació que les empreses de serveis VOD han de tenir sobre la producció, promoció i distribució d'obres europees (empreses establertes fora de la Unió i empreses establertes a la Unió). Aquesta situació genera un desavantatge competitiu per als serveis lineals, amb una regulació amb moltes més obligacions que els seus homòlegs digitals. En la taula 2 s'observen les principals diferències de regulació quant a la producció europea per als àmbits lineal i no-lineal:

Taula 2. Regulació sobre la producció europea aplicada als models de negoci en l'àmbit lineal i no-lineal.

Àmbit	Producció europea
Linear	<p>Les obres europees han d'ocupar una proporció majoritària del temps de transmissió, tot excloent el temps referit a notícies, esdeveniments esportius, jocs, publicitat i altres serveis.</p> <p>S'ha de reservar almenys un 10% del temps de transmissió o un 10% del pressupost de programació per a treballs realitzats per productors europeus independents.</p>
Non-linear	<p>Els estats membres són lliures d'escollir quin tipus de mesures han de complir els prestadors no-lineals en base al que estableix l'AVMSD.</p>

Font: Elaboració pròpia a partir de les dades de l'informe

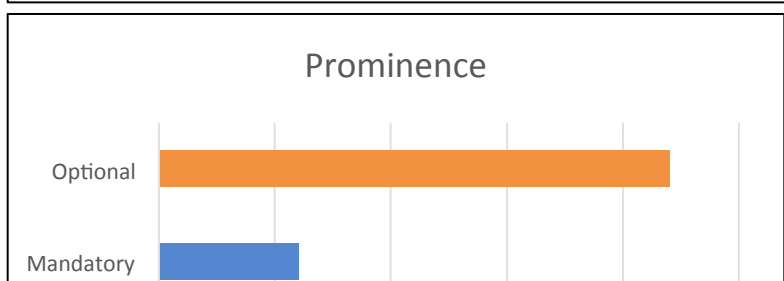
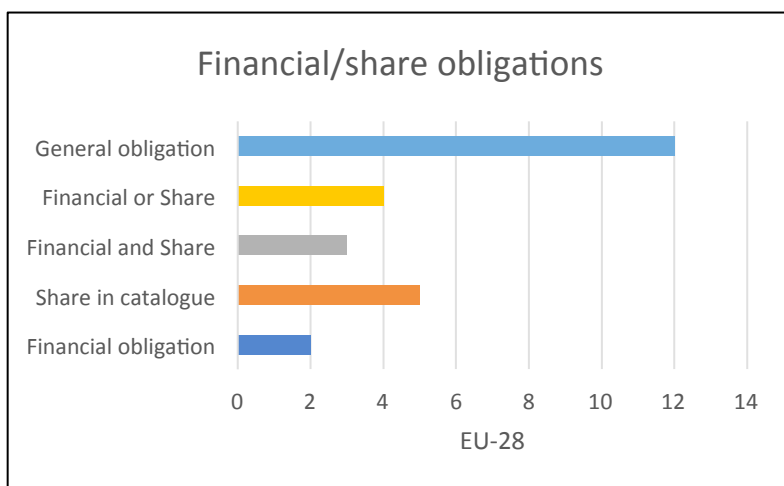
D'altra banda, l'AVMSD exclou deliberadament de la regulació les xarxes socials, amb l'excepció de les plataformes que "ofereixen un servei que escau dins la definició de plataforma per a compartir vídeos". Els autors, però, adverteixen sobre les dificultats interpretatives a l'hora d'establir el grau en el que podem considerar que una xarxa social actua com a *video-sharing platform*. En conseqüència, si aquestes plataformes no són considerades entre els nous prestadors de serveis audiovisuals, cauen en la regulació de la Directiva de Comerç Electrònic, molt més laxa que l'AVSDM i sense competències clares pel que fa al mercat audiovisual. En aquest sentit, els autors consideren urgent establir el tractament que cal donar a les plataformes socials, conscients del seu creixement en usuaris i en volum de distribució de contingut audiovisual. Això, obre qüestions més complexes sobre què ha de ser considerat *media* i, dins les diferents accepcions possibles, què ha d'estar regulat en la nova directiva per garantir es protegeixen els drets de les obres europees.

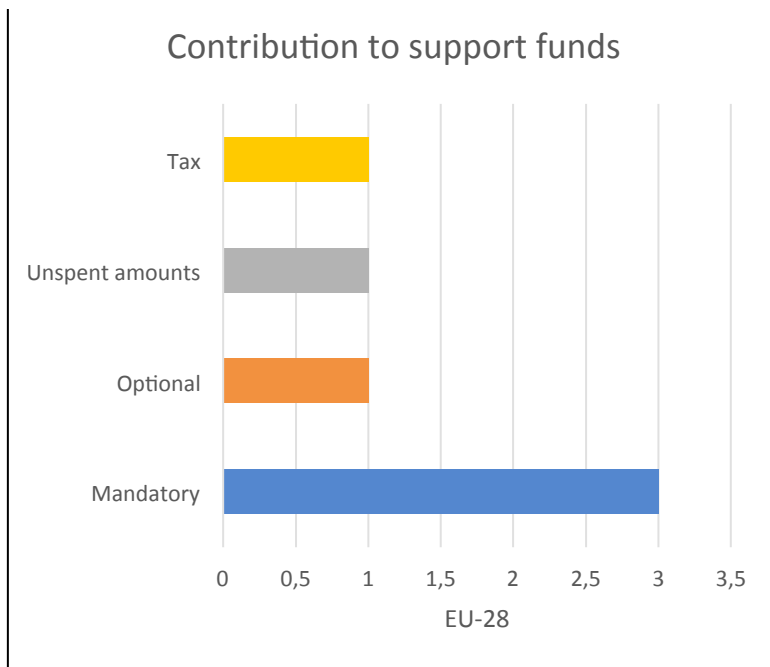
Aplicació de l'AVSDM als països de la Unió

L'efectivitat de l'AVSDM depèn en gran mesura de la seva adaptació a les legislacions nacionals i, com exposen els autors, entre els criteris que han d'establir els reguladors nacionals es troba quins *players* o actors comercials han de ser inclosos i en quina mesura han de contribuir al manteniment del mercat audiovisual europeu. En aquesta línia, les adaptacions de l'AVSDM van de més a menys restricció pel que fa a les obligacions dels nous prestadors. L'informe ofereix dades generals sobre aquestes adaptacions als països de la Unió en les àrees de contribucions financeres, prominència i suport als fons de producció. A continuació presentem un conjunt de gràfics que sintetitzen la distribució d'aquestes adaptacions.

Gràfic 1. Relació entre aplicacions específiques de l'AVMSD i els països de la Unió

Les xifres indiquen el nombre de països en què s'apliquen





Font: Elaboració pròpia a partir de les dades extretes de les il·lustracions de l'informe

L'adaptació de l'AVSDM en els marcs reguladors nacionals és, en termes generals, poc restrictiva. Si ens fixem en el primer i segon gràfic, les obligacions financeres i sobre la prominència de les obres europees són majoritàriament de tipus general (aposten per una aplicació progressiva de l'AVSDM segons els casos particulars i el desenvolupament del mercat) i de tipus opcional, respectivament. Això no vol dir, aclareixen els autors, que els països de la Unió no vulguin regular aquests serveis de forma restrictiva sinó que es troben en un procés d'anàlisi i aplicació progressiva per no generar inestabilitats en un mercat altament estratègic per al manteniment de l'audiovisual europeu a mitjà i llarg termini. En qualsevol cas, hem elaborat una taula de síntesi (taula 3) que resumeix l'anàlisi detallada que ofereix l'informe, on es destaquen les principals adaptacions i intervencions de cada país.

Taula 3. Síntesi de les principals adaptacions de l'AVSDM en cada país de la Unió

País	Regulació VOD
Àustria	Menciona aspectes aplicables de la seva regulació audiovisual però no especifica cap detall sobre l'aplicació sobre els serveis VOD.
Bèlgica	<p>Comunitat flamenca: Distribució representativa dels recursos promocionals dels productes en llengua flamenca.</p> <p>Comunitat de parla francesa: Obligació d'incloure en els catàlegs una proporció significativa d'obres europees i la contribució a la producció mitjançant quotes en funció del volum de vendes.</p> <p>Comunitat de parla alemanya: Aplicació de l'AVMSD i emplaçament a que el govern estableixi les mesures que consideri oportunes pel que fa a la promoció d'obres europees (sense especificacions).</p>
Bulgària	Les obres europees s'han promocionar i emplaçar atractivament a través dels catàlegs dels serveis VOD.
Xipre	Presència d'un mínim del 20% d'obres europees en els catàlegs de serveis VOD.
República Txeca	Reserva d'almenys el 10% del seu catàleg per a obres europees, un 1% dels ingressos en la producció d'obres europees o l'adquisició de drets d'exhibició i un 0,5% de la quota anual dels usuaris per a la producció cinematogràfica nacional.
Alemanya	Promoció d'obres europees, contribució al pressupost de producció cinematogràfica per a serveis que superin un llindar de vendes de 50.000€ i a partir d'aquí s'estableixen diferents trams segons els ingressos. A més a més, els serveis no establerts a Alemanya han d'abonar una taxa pels ingressos generats al país.
Dinamarca	Flexibilitza les normes de l'AVMSD i atorga autonomia als serveis VOD, que tenen la possibilitat de flexibilitzar la promoció i l'emplaçament de les obres europees.
Estònia	Promoció i presència de les obres europees tenint en compte la naturalesa de cada servei VOD (suport financer, inversió, emplaçament en catàleg).

<i>Espanya</i>	Presència d'obres europees del 30% dels catàleg, i el 15% reservat a la presència d'obres en qualsevol llengua oficial de l'Estat. A més a més, s'estableix obligació en la producció o adquisició d'obres europees.
<i>Finlàndia</i>	Promoció, producció i emplaçament d'obres europees en els seus catàlegs (sense més especificacions).
<i>França</i>	Una de les regulacions més detallades per a serveis OTT-VOD. Inclou normes sobre producció i promoció d'obres europees, una part dels beneficis de l'any anterior dels serveis <i>catch-up</i> ha de ser destinada a la producció d'obres europees i en llengua francesa (amb excepcions, segons el tipus de servei). Això mateix s'aplica als serveis basats en subscripció amb condicionaments segons períodes d'implementació i volum de subscriptors. D'altra banda, s'apliquen mesures similars als serveis <i>pay-per-view</i> amb penalitzacions si no ofereixen almenys 10 produccions o productes europeus contemplats en la legislació aplicable. La penalització es destina a la producció i s'aplica en funció del llindar de vendes assolit. Finalment, s'aplica una taxa del 2% sobre el total de vendes dels serveis <i>on-demand</i> aplicada en funció de l'origen de la inversió i la presència de cert tipus de gèneres (p.e. continguts pornogràfics).
<i>Regne Unit</i>	Compta amb una autoritat específica que supervisa el compliment de les obligacions de promoció, producció i presència d'obres europees en els serveis VOD. Aquest organisme (ATVOD) és delegat per l'Ofcom i hi coopera per a l'establiment de les quotes més apropiades en cada cas, tenint en compte que aquests serveis es troben en un moment iniciàtic i de creixement, on l'estratègia a seguir ha de ser una anàlisi curosa i una actuació mesurada a cada cas.
<i>Grècia</i>	Sense regulacions específiques fora de l'AVSDM
<i>Croàcia</i>	Reprodueix l'AVSDM amb l'afegit d'una obligació de destinar el 2% dels ingressos com a taxa per al finançament de la producció nacional.
<i>Irlanda</i>	Sense regulacions específiques fora de l'AVSDM
<i>Itàlia</i>	Obligacions de producció i promoció progressiva d'obres europees, que finalment acabin amb un compliment similar al d'altres serveis audiovisuals. Tenint en compte les condicions del mercat, s'aplica un mínim del 20% de presència d'obres europees i una taxa total del 5% dels ingressos dels serveis VOD, que s'ha d'aplicar a la provisió d'obres europees en catàleg, amb almenys una contribució de l'1% en començar la prestació del servei.
<i>Lituània</i>	S'ha de promocionar i garantir la presència d'obres europees segons condicions específiques de cada servei (sense més especificacions).
<i>Luxemburgo</i>	S'ha de promocionar, garantir la presència i contribuir a la producció d'obres europees segons condicions específiques de cada servei (sense més especificacions).
<i>Letònia</i>	S'ha de garantir la presència d'obres europees en els seus catàlegs (sense més especificacions).
<i>Malta</i>	Sense regulacions específiques fora de l'AVSDM.
<i>Països Baixos</i>	S'ha de contribuir a la producció i garantir la presència d'obres europees (sense més especificacions).
<i>Polònia</i>	S'ha de promocionar i contribuir a la producció d'obres europees i en llengua polonesa amb especificacions sobre com s'ha de realitzar la promoció en els catàlegs dels serveis VOD i un percentatge no inferior al 20% d'obres europees.
<i>Portugal</i>	S'ha de promocionar, contribuir a la producció i realitzar una inversió gradual en obres europees per a la seva incorporació en els catàlegs dels serveis VOD a més a més d'un percentatge específic de l'1% del total dels ingressos en la inversió en producció nacional i/o a través de l'adquisició de drets de distribució.
<i>Romania</i>	Sense regulacions específiques fora de l'AVSDM.
<i>Suècia</i>	S'ha de contribuir a la producció i garantir la presència d'obres europees en els serveis VOD, sense més especificacions.
<i>Eslovènia</i>	S'ha de garantir la presència d'obres europees en una proporció no inferior al 10% del catàleg i s'ha de realitzar una inversió en la producció i/o l'adquisició de drets de distribució d'obres europees per un valor de l'1% dels ingressos totals.
<i>Eslovàquia</i>	S'ha de garantir la presència d'un 20% del temps total dels programes oferts per a obres europees als serveis de VOD (sense més especificacions).

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'informe

Recomanacions per un escenari de futur mútuament beneficiós

Per finalitzar, l'informe reflexiona sobre les possibles actuacions a nivell europeu i nacional que s'han d'aplicar perquè l'AVSDM ofereixi una protecció real a les obres europees en un entorn digitalitzat i en constant canvi. Per als autors, l'AVSDM ofereix poca protecció de les obres en el món digital, en comparació a la protecció que ofereix en entorns lineals com la televisió. Per això, insta la Comissió a encoratjar el sector perquè es desenvolupin mesures efectives per a tots els models de negoci existents en el mercat. En aquesta línia, també insta els reguladors nacionals a desenvolupar la regulació i fer-la complir, especificant de forma clara les obligacions de cada prestador digital envers la promoció, producció i distribució d'obres europees.