

## Documento sobre la posición de los EFADs

### Creación de un Mercado Único Digital para el sector audiovisual en Europa

Mayo de 2015

*La ambición por parte de la Comisión Europea de completar el Mercado Único Digital en Europa entraña notables oportunidades así como significativos retos para el sector audiovisual. Las oportunidades consisten en capitalizar los beneficios que ofrecen las tecnologías digitales para impulsar la innovación y el crecimiento económico, en crear puestos de trabajo y reforzar el sector audiovisual europeo, contribuyendo así a la diversidad cultural para beneficio de los ciudadanos europeos. El reto es garantizar que se haga de forma sostenible y que las empresas cinematográficas conserven la libertad de adaptarse al reto digital tal y como vean procedente.*

*Nosotros —los EFADs— queremos resaltar lo que consideramos constituyen las principales oportunidades y retos planteados por el desarrollo del Mercado Único Digital. Deseamos contribuir al debate comunicando nuestra doble ambición de promover una economía audiovisual creciente y al mismo tiempo garantizar el constante desarrollo de obras audiovisuales que supongan un reflejo de la diversidad cultural europea. Queremos que el cine se sitúe en el corazón mismo de la economía digital europea entendida en un sentido más amplio, y deseamos participar plenamente para contribuir a que se logren las ambiciones de la Comisión tendentes al establecimiento de un Mercado Único Digital. Los EFADs declararán su opinión detallada en torno a estas cuestiones a medida que la Comisión vaya publicando propuestas específicas de políticas en diversos ámbitos.*

#### Nuestros mensajes centrales

1. La transición a un mundo digital se acoge positivamente; ha supuesto un incremento significativo de las audiencias y está creando enormes oportunidades nuevas para la creación y distribución de obras audiovisuales. En este sentido, el desarrollo del mercado audiovisual digital debería considerarse como una **oportunidad económica y cultural** para Europa. La demanda de películas y series de alta calidad<sup>1</sup> que reflejen la vida y cultura de una Europa diversa debería verse como uno de los motores principales del desarrollo creativo, cultural y económico de la UE.
2. Los EFADs tienen gran interés en aprovechar las oportunidades que ofrece el Mercado Único Digital que creemos que **sienta las bases de una mayor circulación de películas europeas**, para beneficio del sector cinematográfico y los ciudadanos de Europa.

---

<sup>1</sup> En adelante "películas"

3. Ahora bien, tanto la **financiación de películas europeas como su distribución pueden ser a menudo procesos jalonados de retos**. Habida cuenta de la escala de las oportunidades y los retos que se producen en el entorno digital, es importante que quienes se encargan del diseño de políticas adapten los actuales marcos legales en materia fiscal, regulatoria y de competencia, de modo que se potencie la diversidad cultural a lo largo del tiempo en vez de reducirla.
4. Más concretamente, es importante que se encuentren maneras de estimular **el crecimiento de la distribución en línea de un modo que beneficie a la financiación, producción y distribución de las películas europeas**.

### Estado actual de la cuestión

5. En la mayoría de países europeos **las películas nacionales tienen éxito entre el público nacional**, y en algunos países la posición en el mercado del producto local es de un peso muy significativo si se tiene en cuenta el tamaño del sector a nivel nacional. En Europa aunamos esfuerzos para realizar coproducciones intercambiando creatividad, conocimientos expertos y financiación. Nos proponemos proyectar identidades culturales características ante nosotros mismos y también ante el resto del mundo. En total, en 2014, la cuota de mercado del cine europeo alcanzó un récord histórico del 33.6% (el nivel más alto desde 1996) según el Observatorio Europeo del sector Audiovisual (OEA).
6. No obstante, la financiación del cine en Europa es con frecuencia un proceso no exento de retos. En Europa, el sector de la producción cinematográfica lo componen en gran medida **empresas independientes que a menudo dependen de la financiación nacional o comunitaria para crear y distribuir sus películas** debido a fallos de mercado que afectan al sector del cine. La envergadura de la participación pública varía de unos países a otros en lo que a volumen respecta, y también en términos del marco político y legal por el que se rige el apoyo al sector. El sector privado invierte capital riesgo, sobre todo a través de empresas dedicadas a la producción y distribución. La inversión en el mercado audiovisual europeo procedente de los mercados de capitales es muy limitada, aunque se han emprendido iniciativas a nivel europeo para estimular este tipo de inversión privada.
7. **La evolución del ámbito digital está afectando a las estructuras de financiación del cine en toda Europa**. En años recientes, la proliferación de los servicios digitales ha fragmentado el mercado del cine en Europa y también los ingresos. Se ha producido una reducción significativa en los ingresos procedentes de soportes físicos tales como el DVD, y han disminuido asimismo las cantidades de dinero que pagan las emisoras de transmisión por tierra y las empresas de televisión de pago por los derechos. Los consumidores en línea prefieren cada vez más acceder a las películas a través de servicios de vídeo a la carta o servicios financiados con publicidad, ambos negocios que se caracterizan por reportar a los propietarios de los derechos ingresos mucho menores que los obtenidos a través de servicios tradicionales.
8. Por ejemplo: en 2013, el mercado audiovisual europeo en su conjunto experimentó por segundo año consecutivo un estancamiento y generó ingresos por un valor total aproximado de 133.000 millones de euros. **El crecimiento del 46 % experimentado por los servicios en línea en 2013 respecto de 2012 no logró compensar el retroceso sufrido en**

**otros segmentos**, entre los que el mercado del vídeo en soporte físico fue el que más acusó el impacto del cambio digital, registrando una caída del 11 %. Los servicios integrados de vídeo a la carta a través de televisión o de un proveedor de servicios de Internet como el vídeo a la carta por televisión o TV VOD han registrado un crecimiento moderado del 16% (2012-2013), mientras que el vídeo a la carta a través de Internet exclusivamente (OTT: Over-The-Top) está ganando terreno, sobre todo el vídeo a la carta por suscripción que crece al 148%.

9. Además los EFADs estiman que **menos del 50 % de los estrenos recientes a nivel nacional están disponibles** a través de servicios digitales orientados a público doméstico.
10. **Los fondos públicos no pueden compensar en solitario este descenso en los ingresos**, que se utilizan a su vez para financiar futuras producciones audiovisuales europeas.
11. Los nuevos canales de distribución digital aún no han dado muestras de todo su potencial en tanto que inversores en obras audiovisuales locales a través de la compra anticipada de derechos, y tampoco todos ellos estarán necesariamente interesados en tomar parte en la financiación de las producciones cinematográficas europeas. El reto estratégico es garantizar **un compromiso económico más robusto por parte de servicios en línea más novedosos y equiparables a los participantes ya establecidos** en el mercado, tales como salas de cine, distribuidores y televisiones públicas y privadas.
12. El reto se acrecienta por el continuo y generalizado **predominio de las películas distribuidas por las principales empresas estadounidenses en el mercado europeo**. Estos estudios se benefician de toda una serie de ventajas; por ejemplo, el que el material estadounidense cuente con un gran mercado nacional con un único idioma común, circunstancia que proporciona a los estudios estadounidenses una base sólida para la distribución en Europa a un coste marginal bajo.

### **Nuestras recomendaciones**

#### **>>Establecer un mercado sostenible y justo**

13. **La asociación entre los sectores público y privado es el pilar fundamental que sostiene el sector cinematográfico europeo**. Desde el punto de vista de los Estados miembros, el Tratado de la UE y **el marco legal que lo sustenta deberían ser suficientemente flexibles** como para permitir el desarrollo de políticas digitales y sistemas de apoyo financiero en función de las estructuras nacionales, las oportunidades y las visiones.
14. Desde un punto de vista paneuropeo y global, Europa debería **abrirse a los participantes del ámbito digital siempre y cuando estos se comprometan a contribuir a la sostenibilidad de un mercado específicamente europeo**. A cambio, se debería animar a los participantes del mercado tradicional a adoptar una actitud abierta ante la reestructuración del mercado, y ello en beneficio de todos.
15. Un futuro marco legal de la UE debiera orientarse a la creación de unas **condiciones de competencia equitativas** para todos los participantes de los mercados tanto europeo como mundial. En Europa, se entiende que «condiciones de competencia equitativas» significa **un compromiso equiparable por parte de todos los participantes en el mercado a**

la hora de crear contenido local y respetar las normas nacionales y los valores comunes europeos, por ejemplo, en lo que se refiere a publicidad y protección del menor. Unas condiciones de competencia equitativas deberían significar que todos los agentes operativos tuvieran oportunidad de triunfar en un mercado que es rico en términos culturales, artísticos y económicos, pero que también está fragmentado.

16. El actual diseño basado en el principio del **país de origen incluido en la Directiva de servicios de comunicación audiovisual** proporciona claridad regulatoria pero podría no responder plenamente a las exigencias de una economía digital basada en Internet. Necesitamos contar con la flexibilidad necesaria para integrar los nuevos servicios digitales en los diferentes modelos de financiación europeos, pero sin menoscabo de la libertad de establecimiento. En este sentido, **la revisión de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual debería analizar distintas formas de establecer la igualdad de trato** para todas las partes interesadas participantes en el mercado nacional y europeo, y también proponerse garantizar la diversidad cultural y promover la competitividad de todos los operadores europeos.
17. Se debería asimismo prestar especial atención a los nuevos tipos de barreras a **un Mercado Único Digital abierto y competitivo en el ámbito audiovisual**. En la actualidad, el mercado digital se caracteriza por nuevos tipos de servicios basados en la integración de hardware y medios audiovisuales, tales como las televisiones *smart* o híbridas y los dispositivos de entretenimiento, que proporcionan acceso a determinados servicios globales de contenidos pero no ofrecen otros. En este sentido, **existe un riesgo de mala utilización de las posiciones dominantes de mercado por parte de las empresas de hardware y los proveedores de servicios digitales**. Es vital que los ciudadanos europeos disfruten de una verdadera **libertad de elección** en cuanto a los servicios locales o globales a los que desean acceder.
18. Teniendo en cuenta que se aspira a promover un mercado europeo específico, los EFADs creen que Europa goza de una oportunidad única para forjar un **Mercado Único Digital flexible, competitivo y transparente para beneficio de los ciudadanos europeos**. No hay ningún atajo fácil, solo una regulación y un régimen de competencia adecuados, que son fundamentales para la consecución de este objetivo.

#### **Mejorar el acceso a las obras europeas y su promoción**

19. Los operadores nacionales e internacionales de vídeo a la carta representan una significativa oportunidad de crecimiento para el cine. Sus estrategias de crecimiento del negocio digital están diseñadas para ofrecer catálogos de calidad superior con un alto grado de **flexibilidad en lo relativo a la oferta de contenido dentro de un marco de derechos de autor existente**. A cambio, los participantes digitales del mercado deberían **integrar medidas orientadas a reforzar el sector cinematográfico europeo** en sus propios modelos de negocio. Esto podría por ejemplo lograrse contribuyendo a la financiación de las películas y series europeas y ayudando a garantizar una promoción más eficaz del cine europeo.

20. La revisión de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual también debiera aprovecharse como una ocasión para estudiar cómo se pueden promocionar de manera eficaz las obras europeas y garantizar que el público goce de un acceso más amplio a ellas.
21. La cuestión del **acceso a las películas y los formatos tipo serie de producción europea** y la posibilidad de encontrarlos en línea es también un tema importante. Además de ser «sin fronteras», el Mercado Único Digital debería diseñarse para brindar a los ciudadanos europeos **nuevas oportunidades de acceso a la riqueza que supone la cultura cinematográfica europea**. En parte, esto debería hacerse garantizando el acceso a una oferta legal más atractiva de cine europeo.
22. Además, es vital que las partes interesadas que pertenecen al ámbito público tengan **acceso a datos de mercado sobre el vídeo a la carta (VDO)** a nivel nacional y europeo, de modo que puedan comprender el rumbo del mercado. Todo esto contribuirá a garantizar que las políticas públicas y los sistemas de apoyo sigan cumpliendo su cometido.

#### >> Derechos de autor

23. Unas normas claras y estables de derechos de autor que garanticen una remuneración justa a los creadores y la posibilidad de controlar la explotación de las obras audiovisuales en distintos territorios son características fundamentales del modelo de negocio audiovisual en todo el mundo. Debe mantenerse el **principio de territorialidad** en el que se basa todo el ecosistema de financiación del sector audiovisual y cinematográfico. Debería resaltarse que el principio de territorialidad no equivale ni supone una defensa del «geobloqueo». Más bien se debería considerar como una **herramienta crucial para lograr un equilibrio en las negociaciones entre el lado de la oferta (los creadores y productores) y el de la demanda (los servicios de comunicación)**. Con ello se contribuye a garantizar el riesgo a nivel artístico y la inversión futura en películas europeas de gran calidad. El actual régimen de derechos de autor cumple su cometido en gran medida y no impide que el cine europeo viaje más allá de sus fronteras. Mejorar la portabilidad y garantizar el cumplimiento de los derechos en la era digital debería ser la prioridad de cualquier acción que realice la UE en este ámbito.

#### >> Desarrollar y educar al público

24. La promoción de la **Alfabetización Audiovisual** es un elemento importante de la Directiva de servicios de comunicación audiovisual. La comunicación audiovisual e interactiva desempeña un papel crucial en el desarrollo de la identidad humana y la afiliación y la comprensión cultural, por lo menos al mismo nivel que la literatura o los medios impresos. **La Alfabetización Audiovisual es nuclear para el diseño de políticas culturales y educativas en el siglo XXI**. Enfatiza la importancia de la comunicación audiovisual como herramienta de reflexión y entendimiento crítico. Además constituye una parte integral del esfuerzo por crear un entorno digital para los ciudadanos europeos, y por tanto el apoyo que se le brinda debería mantenerse y reforzarse.

## **Los EFADs**

La Asociación de las Agencias Europeas de Cine reúne a los Directores de Agencias de Cine de 31 países de Europa (UE, Islandia, Noruega y Suiza). Representamos al gobierno, o los organismos gubernamentales asociados, encargados de la financiación nacional para el sector audiovisual y responsables de asesorar sobre todos los aspectos de las políticas audiovisuales nacionales y europeas.

Nuestro objetivo es contribuir al desarrollo de la creación de obras de gran calidad para beneficio del público europeo y mundial, obras que reflejen la diversidad del acervo, identidades culturales y panoramas artísticos de Europa dentro de la esfera audiovisual y en línea con la Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales de la UNESCO.

En total, los EFADs y sus gobiernos distribuyen cada año una cantidad estimada de 3.000 millones de euros<sup>2</sup> con el objetivo de fomentar la creación, producción, promoción, distribución y exhibición de obras audiovisuales y cinematográficas europeas.

---

<sup>2</sup> Véase la nota al pie nº 1 de la Comunicación sobre el Cine: Los fondos europeos de ayuda a la cinematografía proporcionan una ayuda anual de 2 100 millones EUR (<http://www.obs.coe.int/about/oea/pr/fundingreport2011.html>). Según el estudio sobre las repercusiones económicas y culturales de las condiciones territoriales en los regímenes de ayuda a las obras cinematográficas, los Estados miembros proporcionan anualmente 1 000 millones EUR adicionales a través de incentivos fiscales a las obras cinematográficas, [http://ec.europa.eu/avpolicy/info\\_centre/library/studies/index\\_en.htm#territorialisation](http://ec.europa.eu/avpolicy/info_centre/library/studies/index_en.htm#territorialisation)