

Przegląd Międzynarodowy

Przegląd Międzynarodowy jest ukazującym się co miesiąc biuletynem wydawanym w formie elektronicznej przez Departament Polityki Europejskiej i Współpracy z Zagranicą. Poświęcony jest działalności instytucji Unii Europejskiej oraz Rady Europy w dziedzinie mediów, stanowiskom lub inicjatywom podejmowanym przez europejskie organizacje branżowe, istotnym wydarzeniom gospodarczym, badaniom naukowym, czy wreszcie najważniejszym reformom i inicjatywom podejmowanym przez poszczególne państwa w tym obszarze. Ma charakter przede wszystkim informacyjny. Archiwum Przeglądu Międzynarodowego dostępne jest pod adresem: <http://www.krrit.gov.pl/bip/Publikacje/PrzeglądMiędzynarodowy/tabid/117/Default.aspx>

Unia Europejska

UE

➤ Publiczne konsultacje na temat usług w sieci

Komisja Europejska ogłosiła 13 lipca br. publiczne konsultacje w sprawie optymalnego wykorzystania możliwości, jakie stwarzają nowe modele dystrybucji filmów, wideo na żądanie, audycji telewizyjnych i innych utworów audiowizualnych dla rozwoju jednolitego europejskiego rynku cyfrowego. Rozwój technologii cyfrowej i Internetu powoduje szybkie zmiany w sposobie tworzenia, sprzedaży i udostępniania treści audiowizualnych: nadawcy w coraz większym stopniu udostępniają swoje programy w Internecie (usługi catch-up TV, pliki do pobrania), pojawiają się nowe platformy dostępu do mediów, oferujące wideo na żądanie czy usługi streamingowe. Odbiorcy w coraz większym stopniu chcą oglądać wszystko, wszędzie, w każdej chwili i za pomocą każdego urządzenia. Tempo zmian prawdopodobnie jeszcze wzrośnie wraz z upowszechnieniem się telewizji hybrydowej i tzw. „usług chmurowych”. Konsultacje, które potrwają do połowy listopada mają podpowiedzieć, co trzeba zrobić, by rynek i odbiorcy w jak największym stopniu skorzystali z możliwości powstających wraz rozwojem technologii. Sferą zainteresowania Komisji są między innymi kwestie związane z prawami autorskimi do dzieł rozpowszechnianych w sieci.

Źródło: Broadband News, July 14, , <http://www.broadbandtvnews.com/2011/07/14/europe-discusses-online-content-distribution/>

Azerbejdżan

AZ

➤ Azerbejdżan przejście na nadawanie cyfrowe w 2013 roku

Zgodnie z wypowiedzią przewodniczącego Azerskiej Rady Radiofonii i Telewizji, nadawanie analogowe w tym kraju zostanie wyłączone z końcem 2013 roku. Rada sugeruje, by decydując się na zakup nowych odbiorników telewizyjnych, mieszkańcy Azerbejdżanu wybierali je pod kątem przystosowania do odbioru telewizji cyfrowej. Pozostali odbiorcy będą mogli odbierać program za pośrednictwem dekodów.

Źródło: Andy Sennitt, Azerbaijan to stop analogue broadcasting in 2013, July 6th, <http://blogs.rnw.nl/medianetwork/azerbaijan-to-stop-analogue-broadcasting-in-2013>

➤ **Drastyczne zmiany na czeskim rynku reklam telewizyjnych**

Republika czeska przygotowuje się do zasadniczych zmian w reklamach telewizyjnych i finansowaniu produkcji filmowej. Zgodnie z założeniami nowej ustawy, która obecnie znajduje się w parlamencie, reklamy mają zostać wycofane z dwóch spośród czterech kanałów czeskiej telewizji publicznej. Dochody pozostałych dwóch kanałów mają być przekazywane do Państwowego Funduszu Kultury i na produkcję programów sportowych.

Stacje komercyjne TV Nova, TV Prima i TV Barrandov będą zobowiązane do płacenia 2% swoich rocznych dochodów z reklam (netto) na Fundusz Kinematograficzny.

Przeciwko takiemu rozwiązaniu występuje szczególnie TV Barrandov, który jest stosunkowo nowym nadawcą i obawia się, że nowe prawo spowolni jego rozwój. Z kolei producenci reklam wyrażają wątpliwości, czy w konsekwencji wycofania reklam z dwóch kanałów nadawcy publicznego nie dojdzie do sytuacji, że TV Nova i TV Prima opanują 95% rynku, osiągną jeszcze silniejszą pozycję i dyktować będą warunki.

Źródło: Broadband News, July 14, <http://www.broadbandtvnews.com/2011/07/14/major-change-in-czech-tv-ad-market/>

➤ **CSA udostępni raport na temat modeli ekonomicznych VoD i catch-up TV**

Dostawcy audiowizualnych usług medialnych na żądanie podlegają regulacjom CSA (francuski organ regulacyjny ds. audiowizualnych) od 2009 roku - wówczas to weszła w życie ustawa implementująca dyrektywę o audiowizualnych usługach medialnych. Ze względu na wkład tych dostawców w przemysł programowy (wsparcie produkcji i promocji utworów europejskich i rodzimych) jednym z zadań CSA jest dbałość o ich kondycję. W związku z tym CSA zleciła opracowanie pogłębionego raportu na temat dostawców usług medialnych na żądanie, w tym analizy kosztów i zysków oraz relacji handlowych (w zakresie zawierania umów z nadawcami, organizacjami zarządzającymi prawami i dystrybutorami). Raport ten, zrealizowany w lipcu br. przez firmę konsultingową IDATE, jest bardzo obszerny (95 stron + 58 stron podsumowującego załącznika, w tym łącznie kilkaset tabel i diagramów). Opisuje przedmiotowy rynek i perspektywy jego rozwoju, analizuje jego modele ekonomiczne, przedstawia główne podmioty ze względu na kryterium oglądalności, przybliża typologię zawartości oraz modele konsumenckie w zakresie VoD i catch-up TV. Co ciekawe dla odbiorcy zagranicznego - raport nie ogranicza się tylko do rynku francuskiego, ale pokazuje też rynek niemiecki, brytyjski i amerykański. Analiza jest dostępna w języku francuskim na stronie internetowej CSA – patrz link poniżej. Dla porównania, roczna usługa IDATE dotycząca na przykład telewizji hybrydowej w 6 krajach i obejmująca ponad 40 podmiotów (*Connected TV Watch Service 2011*) dostępna w języku angielskim lub francuskim kosztuje w zależności od wybranej opcji 8 - 10 tys. EUR bez VAT.

Źródło: CSA, http://www.csa.fr/actualite/dossiers/dossiers_detail.php?id=133768 19.07.2011 r.

IDATE, http://www.idate.org/en/Research/Connected-TV-Watch-Service/Connected-TV-Watch-Service_61_.html, 26.07.2011 r.

➤ **Słowacy zamykają publiczny kanał sportowy**

STV3 - kanał sportowy słowackiego nadawcy publicznego zaprzestał nadawania z powodów ekonomicznych. Zakupione przez niego programy i transmisje przeniesiono do pierwszego i drugiego programu telewizji publicznej. Według dyrektora programowego stacji jest nadzieja

na ponowne uruchomienie kanału w 2012 lub 2013 roku, o ile poprawią się warunki ekonomiczne nadawcy. W tegorocznym budżecie RTVS (nadawca publiczny, który powstał na początku bieżącego roku poprzez połączenie publicznego radia i telewizji) spodziewana jest strata w wysokości 5,39 mln Euro. Pomimo wprowadzenia planu oszczędnościowego, nadawca ten zwrócił się do skarbu państwa o dodatkową kwotę w wysokości 45 mln Euro.

Źródło: Broadband News, Slovak sports channel closes, July 1, 2011, <http://www.broadbandtvnews.com/2011/07/01/slovak-sports-channel-closes/>

Stany Zjednoczone

USA

➤ Netflix planuje ekspansję w Ameryce Łacińskiej i na Karaibach

Serwis Netflix, działający w Stanach Zjednoczonych od 2007 r., a w Kanadzie od 2010 r. - oferuje za opłatą (7,99 USD/mies.) Nielimitowany dostęp przez Internet do audycji telewizyjnych i filmów. W obu krajach ma on łącznie ponad 23 miliony subskrybentów. W ubiegłym roku zapłacił za prawa do ich nadawania ponad 400 milionów USD.

Firma badawcza IHS Screen Digest ocenia, że w 2011 roku Netflix dostarczy do abonentów ponad miliard „strumieni” filmów i audycji telewizyjnych – prawie dwa razy więcej niż w roku ubiegłym, a w przyszłości może stać się „nadawcą telewizyjnym nowej generacji”. Ostatnio Netflix ogłosił, że w bieżącym roku planuje rozszerzenie działalności na 33 kraje Ameryki Łacińskiej i Karaibów

Kierunek ekspansji firmy stanowi duże zaskoczenie dla analityków, większość z nich spodziewała się rozwoju tego typu usług w Europie – szczególnie w Wielkiej Brytanii.

Źródła: Netflix goes to Latin America and Caribbean, 21.38 Europe/London, July 5, 2011 [Robert Briel, http://www.broadbandtvnews.com/2011/07/05/netflix-goes-to-latin-america-and-caribbean/](http://www.broadbandtvnews.com/2011/07/05/netflix-goes-to-latin-america-and-caribbean/)

Netflix Raises Price of DVD and Online Movies Package by 60%, NY Times (July 12, 2011, <http://www.nytimes.com/2011/07/13/technology/netflix-raises-price-of-dvd-and-online-movies-package.html?nl=todaysheadlines&emc=tha26>)

Wielka Brytania

GB

➤ Technologia 3D – dylemat BBC przed olimpiadą

Na przełomie czerwca i lipca bieżącego roku BBC przeprowadziła pierwszą transmisję wykorzystującą technologię 3D – turniej tenisowy Wimbledon 2011. Program dostępny był bezpłatnie dla odbiorców BBC korzystających z platformy Sky, Freesat, Freeview oraz z telewizji kablowej. Była to pierwsza na świecie ciągła transmisja trójwymiarowa w cyfrowej telewizji naziemnej.

Teraz przed nadawcą stoi dylemat czy (i jak) wykorzystać technologię 3D podczas transmisji Igrzysk Olimpijskich w przyszłym roku. W tej chwili, ze względu na konieczność dużych nakładów finansowych i stosunkowo małą liczbę odbiorców, BBC nie planuje uruchomienia odrębnego kanału 3D. Ponadto, mimo że igrzyska zostaną rozegrane w Londynie, „gospodarzem-nadawcą” tej imprezy jest nie BBC lecz Olympic Broadcasting Services.

Źródło: Julian Clover, Olympic dilemma for BBC 3D 11.48 Europe/London, July 4, 2011, <http://www.broadbandtvnews.com/2011/07/04/olympic-dilemma-for-bbc-3d/>

➤ Edukacja medialna w Wielkiej Brytanii – kolejny raport Ofcom

Ofcom opublikował doroczny raport na temat użytkowania Internetu i podejścia do niego poszczególnych grup brytyjskiego społeczeństwa. Można w nim przeczytać m. in. , że:

- 76% dorosłych obywateli Zjednoczonego Królestwa (powyżej 16 roku życia) posiada w domu dostęp do Internetu, a 74% posiada dostęp do Internetu szerokopasmowego.

- Spośród grupy 16-24-latków 90% korzysta z Internetu, podczas gdy w grupie 75+ jedynie 25%.
- 32% dorosłych korzysta z sieci za pośrednictwem telefonu komórkowego, w grupie 16-24-latków z tej formy dostępu korzysta 57%, jednakże jako wyłączny środek dostępu do sieci traktuje go jedynie 2% dorosłych.
- 71% spośród tych, którzy mają dostęp do Internetu w domu, korzysta z zakupów w sieci - tu nie występują większe różnice pomiędzy grupami wiekowymi. Ośmiu na dziesięciu użytkowników Internetu uważa, że poczyniło znaczne oszczędności dzięki zakupom w sieci zamiast w sklepach tradycyjnych.
- Nastąpił pewien wzrost, jeśli chodzi o używanie sieci w celu aktywności obywatelskiej – prawie dwa razy więcej obywateli kontaktowało się tą drogą z przedstawicielami samorządu lokalnego lub członkami Parlamentu (12% wobec 7% w poprzednim roku).
- Ponad jedna czwarta (27%) osób mających w domu dostęp do Internetu to zaawansowani użytkownicy, którzy wykorzystują sieć do 11 - 17 rodzajów aktywności. W większych miastach takich użytkowników jest 33%, podczas gdy w mniejszych miejscowościach 13%.

Źródło: Ofcom: http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/research/media-literacy/media-lit11/internet_use_2011.pdf, 26.07.2011

➤ Realizacja misji nadawców publicznych – raport Ofcom

Zgodnie z obowiązkiem wynikającym z ustawy z 2003 roku Ofcom, organ regulacyjny rynku mediów elektronicznych i telekomunikacji opublikował coroczny raport na temat nadawców publicznych. Raport ocenia wykonanie misji publicznej przez pięć głównych kanałów publicznych: BBC1, BBC2, ITV1, Channel 4, Channel 5 oraz cyfrowe kanały BBC i S4C. Wynika z niego m. in., że:

- Wydatki na audycje misyjne we wszystkich wymienionych kanałach wzrosły o 2% w stosunku do zeszłego roku, choć w porównaniu z rokiem 2006 były niższe o 12%;
- Rok 2010 był szczególnie pod względem wydarzeń sportowych (zimowa olimpiada w Vancouver i mistrzostwa świata w piłce nożnej), stąd wydatki na premiery sportowe wzrosły o blisko 40% w stosunku do poprzedniego roku;
- Jeśli pominąć programy sportowe, wydatki na premiery w 2010 roku zmniejszyły się o 6% w porównaniu z rokiem poprzednim;
- Oglądalność głównych pięciu kanałów publicznych w gospodarstwach domowych mających dostęp do wielu kanałów spadła z 58% w 2006 roku do 54% w roku 2010;
- Odbiorcy w dalszym ciągu dobrze oceniają program publicznych nadawców, jeśli chodzi o spełnianie przez nich celów misji publicznej – ponad 60% widzów stwierdza, że dzięki tym programom „bardziej zainteresowali się konkretnymi tematami”, a 69% widzów uważa, że „programy te przedstawiają interesujące audycje na temat historii, nauki i sztuki”.

Źródło: Ofcom: <http://stakeholders.ofcom.org.uk/broadcasting/reviews-investigations/public-service-broadcasting/annrep/psb11/>

Informacje branżowe

➤ Perspektywy rozwoju telewizji hybrydowej

Według badań rynkowych „2011 EMS Essential Guide” opublikowanych 12 lipca br. przez firmę Synovate, w ciągu ostatniego miesiąca 20,9% Norwegów przeglądało treści internetowe na ekranie swojego telewizora (telewizja hybrydowa). W Rosji odsetek ten wyniósł 17,9%, zaś w Wielkiej Brytanii 13,4%. Dla porównania, 23,5% Brytyjczyków deklaruje oglądanie programów wideo na żądanie (VOD) na ekranie swoich telewizorów.

Zdaniem analityków rynku przyszłość telewizji związana jest z Internetem. Jedna czwarta wszystkich wyprodukowanych w bieżącym roku telewizorów płaskoekranowych jest już przystosowana do podłączenia do Internetu. Według najnowszego raportu *DisplaySearch Q2'11 Quarterly TV Design and Features Report* w 2015 roku udział ten wzrośnie do 47% osiągając 138 milionów (całkowita liczba telewizorów podłączonych do Internetu wyniesie wtedy 500 milionów). Ponadto, jak wynika z niezależnego raportu Lyonsdown Media Group, w 2016 roku kolejne 250 milionów telewizorów będzie podłączonych do sieci za pomocą set-top boksów, odtwarzaczy DVD i konsoli do gier video. Jak przewidują analitycy, regulacja rynku telewizyjnego przy tak szerokim dostępie widzów do nieregulowanych treści rozpowszechnianych w sieci, może postawić wiele nowych wyzwań przed organami regulacyjnymi.

Jednocześnie, jak zauważają eksperci Farncombe Consulting, rozwój telewizji hybrydowej może być zagrożony ze względu na problemy z cyfrowym zarządzaniem prawami autorskimi. Jak wskazuje FC, system zabezpieczeń DRM (z ang. *digital rights management*), oparty na mechanizmach kryptograficznych lub innych metodach ukrywania treści, mający przeciwdziałać wykorzystywaniu danych w formacie elektronicznym w sposób niezgodny z wolą ich wydawcy, może być narażony na „złamanie” w sieci, co z kolei może zniechęcić właścicieli praw autorskich do udostępniania materiałów on-line.

Źródła: Connected TV facing DRM threat, 10.30 Europe/London, July 21, 2011 By Julian Clover

<http://www.broadbandtvnews.com/2011/07/21/connected-tv-facing-drm-threat/>

Connected TV shipments to exceed 138 million in 2015, 15.16 Europe/London, July 6, 2011 By Robert Briel

<http://www.broadbandtvnews.com/2011/07/06/connected-tv-shipments-to-exceed-138-million-in-2015/>

<http://www.lyonsdown.co.uk/publications/2011/connectedtv.pdf>

EMS study connects TV in Norway and Russia, 11.31 Europe/London, July 12, 2011 By Chris Dziadul

<http://www.broadbandtvnews.com/2011/07/12/norway-russia-set-connected-tv-lead/>

➤ Nowa forma lokowania produktów

Firma SeamBI (Seamless Brand Integration) wprowadziła nową formę lokowania produktów stosowaną w nadawanych ponownie po latach audycjach telewizyjnych. Na przykład jeden z odcinków programu *Jak poznałem waszą matkę*, który został wyemitowany po raz pierwszy w 2006 roku i jest ponownie nadawany przez studio 20th Television, w kilku miejscach reklamuje nowe produkty (w tle pojawiają się np. plakaty reklamujące filmy, które są obecnie wyświetlane w kinach). Pozwala to na zwiększenie przychodów z reklamy / lokowania produktu nawet po wielu latach od początkowej emisji programu. Technologia SeamBI pozwala również na dostosowanie lokowanych produktów do poszczególnych rynków. Przeciwnicy technologii zauważają jednak, że tego typu ingerencja zagraża integralności oryginalnej audycji.

Źródło: 'How I Met Your Mother': Why are ads for new movies in old reruns? by Tanner Stransky Jul 7, 2011

<http://insidetv.ew.com/2011/07/07/how-i-met-your-mother-reruns-bad-teacher-zookeeper/#more-49811>

Zebrali i opracowali:

Maria Borkowska

Marcin Czuryżkiewicz

Ewa Murawska-Najmiec