



The European Union IPATAIB 2009 Programme

**ENHANCING THE ADMINISTRATIVE CAPACITIES OF TELECOM AND MEDIA AUTHORITIES  
FOR EFFICIENT REGULATION OF NEW DIGITAL AND MULTIPLE PLAY SERVICES**

# **EUROPEAN WORKS AND WORKS FROM INDEPENDENT PRODUCERS**

**IMPLEMENTATION, COMPLIANCE & REPORTING ISSUES – ON DEMAND SERVICES**

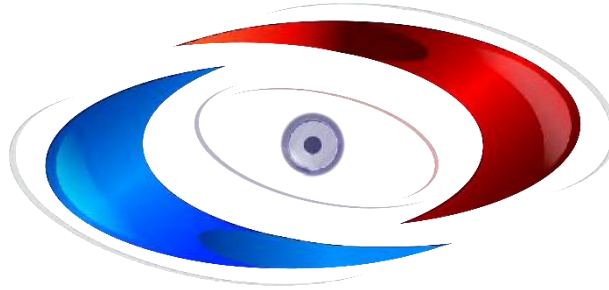
Workshop with the Program Department of AAAMS and representatives of national ODAVMS providers

May 8, 2015

Marc Janssen  
SNKE

HD European Consulting Group (lead partner)

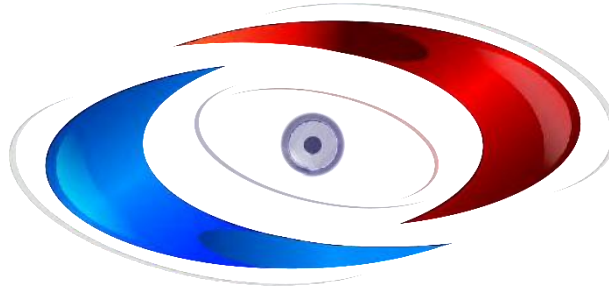




**MACEDONIAN LAW ON  
AUDIOVISUAL MEDIA LANDSCAPE**

**MEDIA SERVICE**

**DISTRIBUTOR**



**MACEDONIAN LAW ON  
AUDIOVISUAL MEDIA LANDSCAPE**

**MEDIA SERVICE**

**DISTRIBUTOR**

**MAX TV**

# VIDEO ON DEMAND

« Current rentals »

ТВ-тека

Филмови

HBO On Demand

Stand Up

ТВ Архива

9:05 AM

Инфо и у

Video On Demand lets you watch a wide range of movies and TV shows whenever you want. You can pause, rewind, fast-forward, and even leave a video to continue watching later. Video choices change frequently, so you can always find something new to watch.

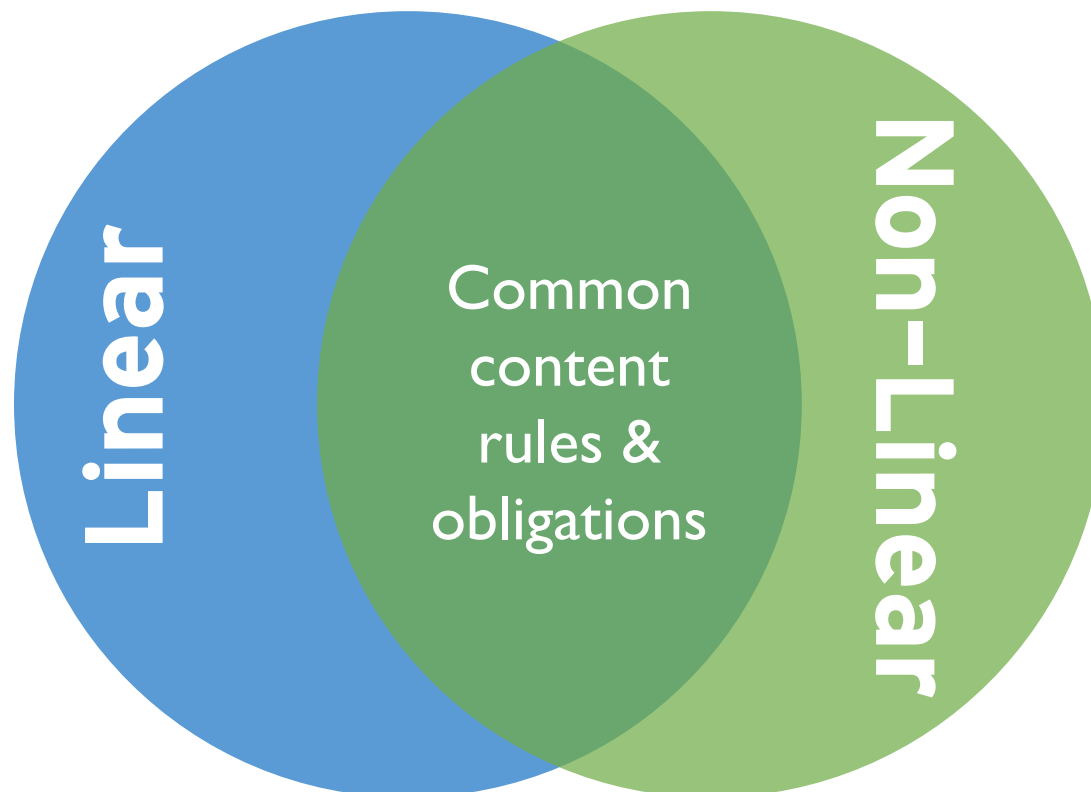
You have no current rentals. Press the right arrow on your remote to browse videos available.

Prices are with included VAT.

**MEDIA SERVICE**

**DISTRIBUTOR**

# MEDIA SERVICES



**MEDIA SERVICE**

**MAX TV**

# **REQUIREMENTS ON EUROPEAN AUDIOVISUAL WORKS**

*Origins and motivations*

# Член 60

## Промоција на производство и пристап до европски дела

(1) Давателите на аудиовизуелни медиумски услуги по барање, тогаш кога тоа е изводливо и со соодветни средства, треба да го промовираат производството и пристапот до европски дела. Таквото промовирање може да се однесува, меѓу другото, на:

- финансискиот придонес за производство и стекнување на права за европски дела или
- застапеноста и/или поставеноста на европските дела во каталогот со програми.

(2) На барање на Агенцијата давателите на аудиовизуелни медиумски услуги по барање се должни во рокот утврден во барањето на Агенцијата да и достават документи во врска со имплементацијата на одредбата од ставот (1) на овој член.

### Article 60

#### Promotion of production and access to European works

(1) Providers of on-demand audiovisual media service, if possible and with adequate funds, shall promote production and access to European works. Such promotion can among other things address to the following:

- Financial contribution to production and obtaining rights to European works or
- Representation and/or positioning of European works in the Program Catalogue.

(2) Following a request by the Agency, the providers of on-demand audiovisual media service shall submit, within the deadline prescribed in the Agency's request, documentation relating to the implementation of the provision of paragraph (1) of this Article.



“

**It is important to seek appropriate instruments and procedures to encourage the activity and development of European audiovisual production and distribution, particularly in countries with a low production capacity or a restricted language area.**

”

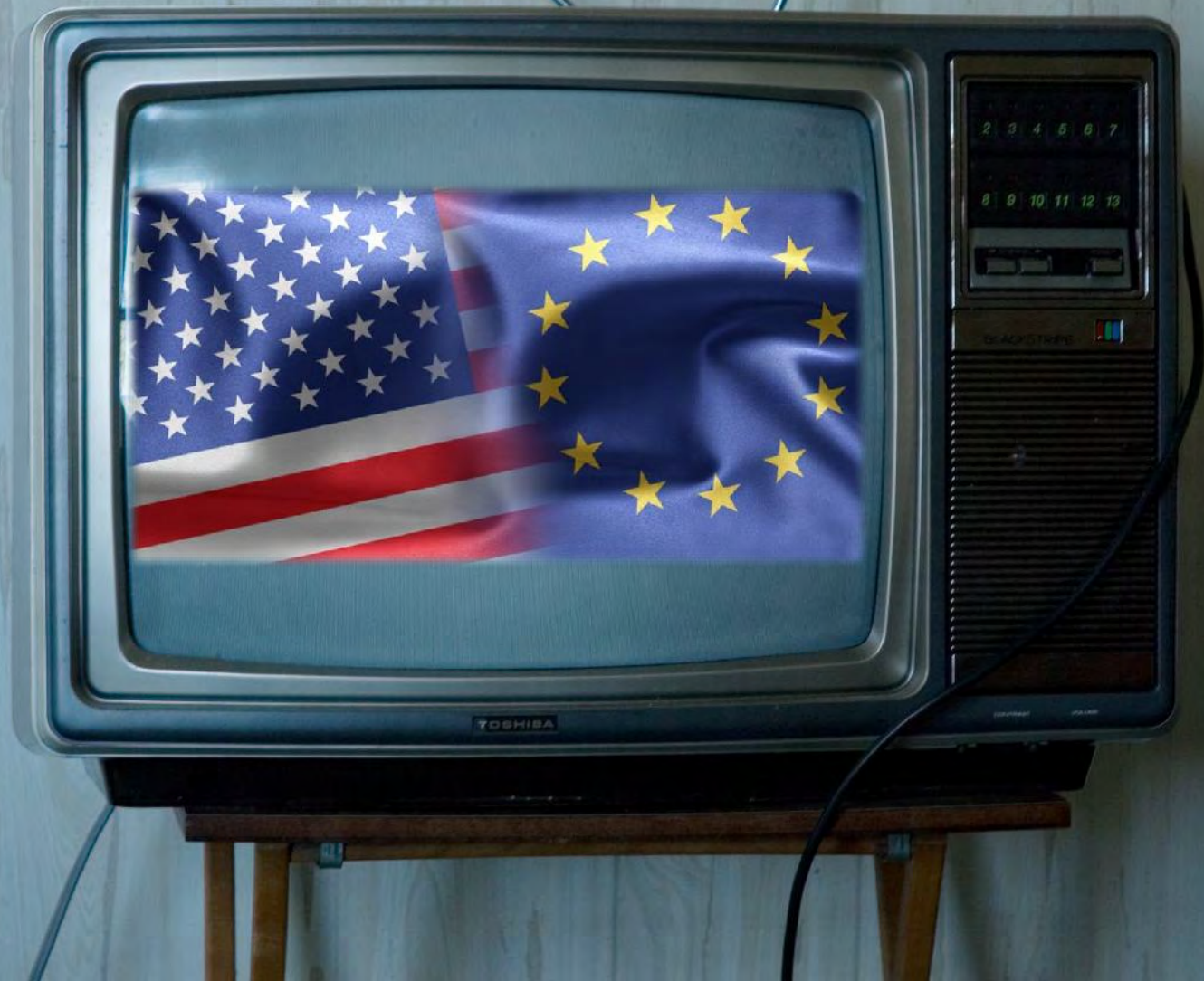
*Promote  
production*

*Create  
jobs*

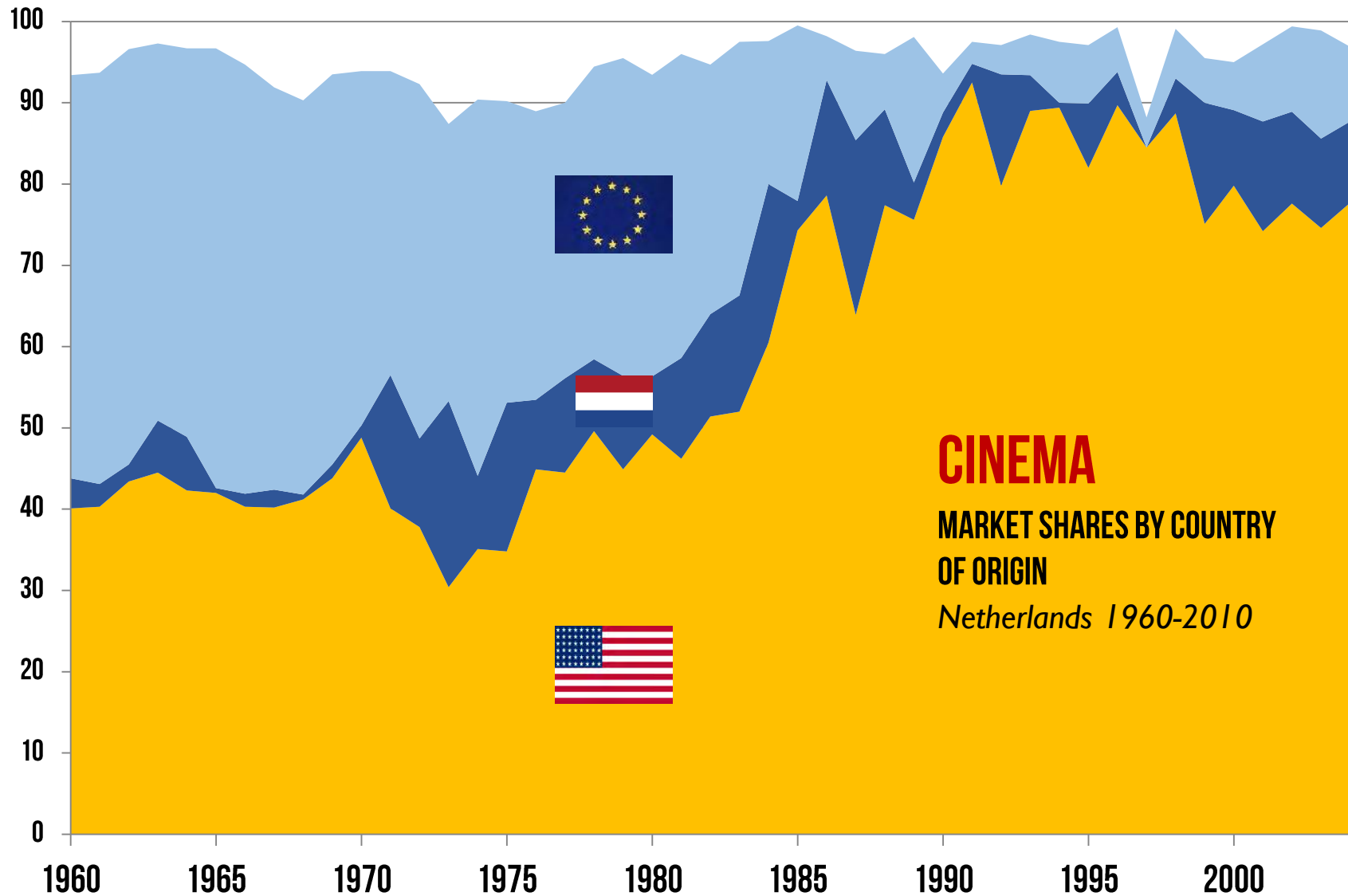
*Protect local  
cultures*

*Stimulate  
exchange*





# WHAT IS AT STAKE?



In the EU, these obligations are taken seriously.

The EU Commission is aware of the stakes. Some big countries are advocating for stricter rules and stricter monitoring, as well as bigger scrutiny of large international players.

It is one of main issue of contention in the debate on the next Directive.



**STIMULATE COMPETITION**  
**STIMULATE CREATIVITY**

# **MODES AND ISSUES OF IMPLEMENTATION**

# WHAT IS A EUROPEAN WORK?

---

- works originating in Member States in the European Union;
- works originating in third European States party to the European Convention on Trans-frontier Television of the Council of Europe
- works co-produced within the framework of agreements related to the audiovisual sector concluded between the European Union and third countries and fulfilling the conditions defined in each of those agreements;
- they are made by one or more producers established in one or more of those States;
- the production of the works is supervised and actually controlled by one or more producers established in one or more of those States; or
- the contribution of co-producers of those States to the total co-production costs is preponderant and the co-production is not controlled by one or more producers established outside those States;



# WHAT DOES « EUROPEAN » MEAN?



AUSTRIA, BELGIUM, BULGARIA, CROATIA, CYPRUS, THE CZECH REPUBLIC, DENMARK, ESTONIA, FINLAND, FRANCE, GERMANY, GREAT BRITAIN, GREECE, HUNGARY, IRELAND, ITALY, LATVIA, LITHUANIA, LUXEMBURG, MALTA, THE NETHERLANDS, POLAND, PORTUGAL, ROMANIA, SLOVAKIA, SLOVENIA, SPAIN, SWEDEN.



*Macedonia*



Albania, Bosnia and Herzegovina, Montenegro, Serbia



NORWAY, ICELAND  
SWITZERLAND, LICHTENSTEIN, SAN MARINO, VATICAN  
MOLDAVIA, UKRAINE  
TURKEY

# WHAT PROGRAMS AND GENRES ARE ELIGIBLE?

## DEFINITIONS IN THE GUIDELINES ON THE MANNER OF CLASSIFYING THE TYPES OF AUDIOVISUAL AND AUDIO PROGRAMMES

### Info

current affairs programmes, current affairs programmes with documentary approach, current affairs talk show, info magazines, specialized informative shows, infotainment programme, informative programme in the field of art, culture and humane sciences and other informative programmes.

### Entertainment

entertainment and information programme, entertainment talk show, entertainment and education programme, entertainment and documentary programme, sports magazines, feature programme (television and cinematographic films, animated films, series, serials, theatre plays, humour and satire, reality show feature serials), music programme (music and talk programmes, recorded or live broadcasts of concerts, music festivals, dances, ballet, opera or any similar musical reality shows), variety, any format of reality television (candid camera, live or pre-recorded broadcasts of anonymous performers' contests, media-shaped social experiments, live or pre-recorded reality shows covering the everyday lives of public figures, simulated "reality" reconstruction) and other entertainment programmes.

### Education

educational programme, edutainment programme, edutainment programme related to physical culture and recreation, documentary, docutainment programme, educational programme in the field of art, culture and humane sciences, documentary about religious topics, other programmes of educational nature.

# WHAT PROGRAMS ARE **NOT** ELIGIBLE?

DEFINITIONS IN THE GUIDELINES ON THE MANNER OF CLASSIFYING THE TYPES OF AUDIOVISUAL AND AUDIO PROGRAMMES

## Info

News and TV journals

**Sports events**

Live or recorded broadcasts of the sessions of the authorities

Live or recorded broadcasts of social and political events

Info-service (weather, traffic,...)

## Entertainment

Games

Programmes involving horoscope, tarot, clairvoyant or interpretation of dreams

**Music clips,**

## And

Commercial communications (ads, teleshopping,...)

**Self-promotion spots**

Announcements of public interest and charity appeals

Intermezzos

Religious programmes, services and sermons

Sports culture and recreation programmes

Introduction clips, end credits, jingles and avisos



# Член 60

## Промоција на производство и пристап до европски дела

(1) Давателите на аудиовизуелни медиумски услуги по барање, тогаш кога тоа е изводливо и со соодветни средства, треба да го промовираат производството и пристапот до европски дела. Таквото промовирање може да се однесува, меѓу другото, на:

- финансискиот придонес за производство и стекнување на права за европски дела или
- застапеноста и/или поставеноста на европските дела во каталогот со програми.

(2) На барање на Агенцијата давателите на аудиовизуелни медиумски услуги по барање се должни во рокот утврден во барањето на Агенцијата да и достават документи во врска со имплементацијата на одредбата од ставот (1) на овој член.

### Article 60

#### Promotion of production and access to European works

(1) Providers of on-demand audiovisual media service, if possible and with adequate funds, shall **promote production and access to European works**. Such promotion can among other things address to the following:

- Financial contribution to production and obtaining rights to European works or
- Representation and/or positioning of European works in the Program Catalogue.

(2) Following a request by the Agency, the providers of on-demand audiovisual media service shall submit, within the deadline prescribed in the Agency's request, documentation relating to the implementation of the provision of paragraph (1) of this Article.

# **PROMOTE PRODUCTION**

# **PROMOTE ACCESS**

**Financial contribution to production**

**Buying rights to European works**

**Representation of European works in the program catalogue**

**Positioning of European works in the program catalogue**

# WHO APPLIES WHAT?

- **41% of countries apply share (but not all control...)**
- **17% apply prominence**
- **28% apply financial contribution**

## WHO APPLIES SHARE, AT WHAT LEVEL AND ON WHICH CRITERIA?

<b>CZ</b>	<b>10%</b>	<b>SI</b>	<b>10%</b>
<b>MT</b>	<b>15%</b>	<b>CY</b>	<b>20%</b>
<b>IT</b>	<b>20%</b>	<b>PL</b>	<b>20%</b>
<b>RO</b>	<b>20%</b>	<b>SK</b>	<b>20%</b> Hours
<b>HU</b>	<b>25%</b> Hours	<b>ES</b>	<b>30%</b>
<b>LT</b>	<b>50%</b>	<b>FR</b>	<b>60%</b>

# HOW TO CONTROL SHARE OF EU WORKS IN CATALOGUES?

- Works in the catalogue
  - **Problem : the catalogue changes all the time!**
- Hours of EU works in the catalogue
  - **Problem : who is going to count?**

*(choice between the two options can be imposed or can be left to service providers)*

- Not to mention the first step : determining the qualifying works (excluding news, sports events, games and commercial communication) + identifying the European works

# OBJECTIVES OF REGULATION

---

*Dem  
ocratic*

**FAIR**

**Pluralism,  
diversity &  
creativity**

**GOOD REGULATION**  
**BETTER REGULATION**

Devise new ways, new procedures to achieve these objectives while improving efficiency and lessening administrative burden on media actors

Permanent dialogue and exchange between regulators to think about and discuss best practices and innovative regulation





# Dialogue and exchange with market players to discuss improving regulation





# PROMOTE PRODUCTION

## PROMOTE ACCESS

**Financial contribution to production**

**Buying rights to European works**

**Representation of European works in the program catalogue**

**Positioning of European works in the program catalogue**

**Prominence, promotion, findability**

# WHY USE PROMINENCE?

---

- **For regulators :**
  - **Efficiency in implementing AV policy**
  - **New methods : shift towards collaborative regulation, in which :**
    - **Participation and contribution from the providers is essential**
    - **Interests of the providers are at the heart of the process**
- **For service providers :**
  - **Is, unlike contribution, « free »**
  - **Is, unlike quotas, not intrusive on « programming »**
  - **Can have positive effects on revenues**

**Creation of a specific category dedicated to EUR works in the catalogue**

**Advertising inserts on the home page of the EPG or the website**

**Possibility to search in the catalogue by country or by EUR works**

**Prominence in the barker channel**

**References to EUR works in feature articles in its magazines or folders sent to its customers and devoted to EUR actors /directors or to specific events promoting EUR (e.g. film festivals)**

**Prominence under headings (« new releases », « last chance », « great classics », « favourites », « movie lovers' corner »...)**

**Prominence in promotions**

**Presence of EUR works in promotional campaigns for the VOD service itself**

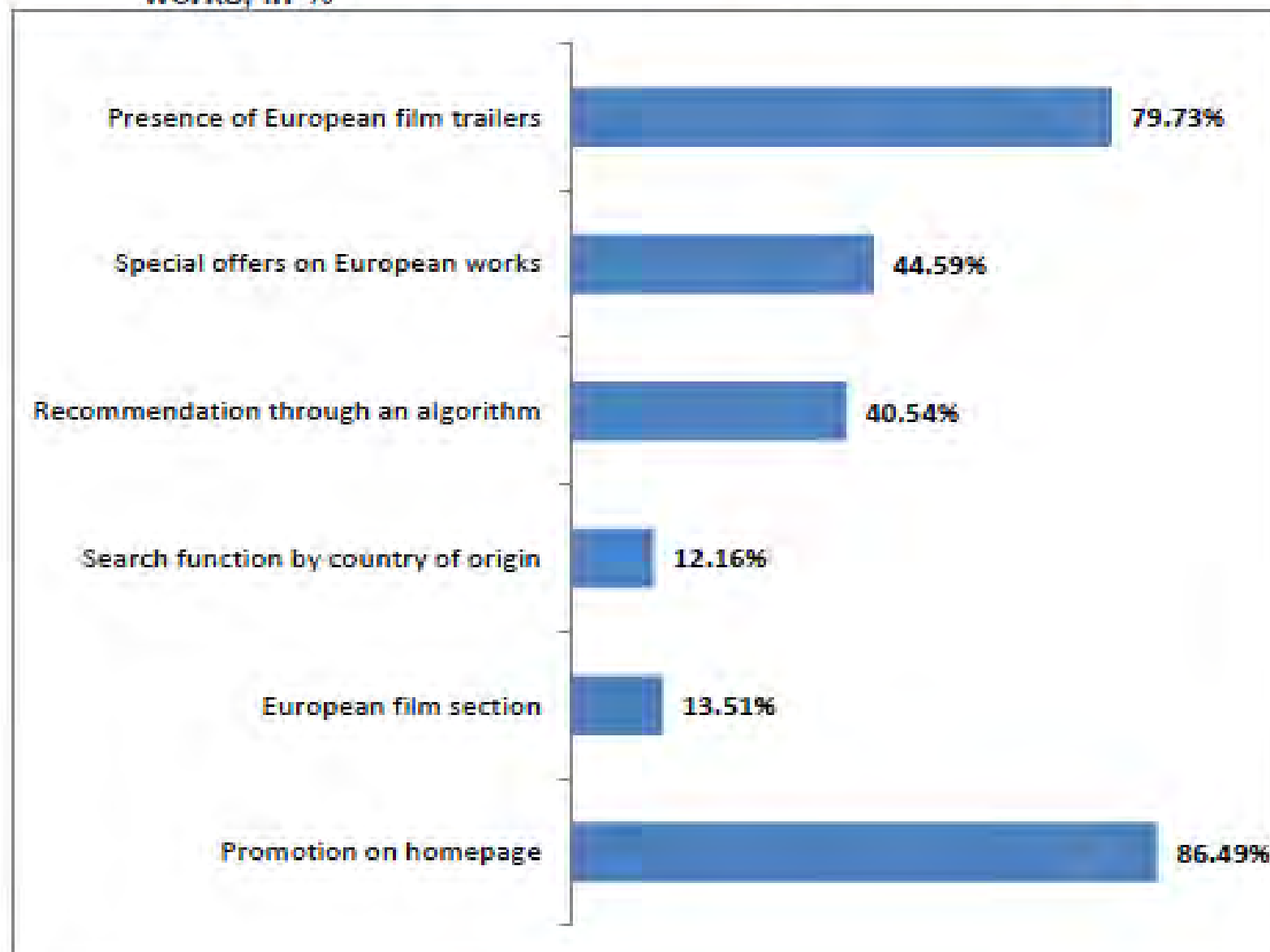
**Other parameters which, although strictly speaking do not relate to prominence, may influence the objective pursued, particularly when positioning the work, such as:**

- date of entry in the catalogue;**

- length of the stay in the catalogue;**

- diversity of works in terms of genre, nationality, actors, directors, etc.**

**Figure 103**      **Summary of means of ensuring prominence for European works, in %**



Regardez les films en streaming

Louez et regardez ces films en ligne dès maintenant



Dioses



Khalass



Les sœurs fâchées



Le bonheur est dans le pré



Les choses de la vie



Recherche bad boys désespérément

Louez sur PC

Voir tous les films disponibles sur PC

## Le meilleur de Belgacom TV

Récent

### Les films les plus récents

Découvrez ici les films qui étaient encore au cinéma il y a peu



L'âge de raison



De bon matin



Moi, Michel G. Milliardaire



La meute



Le top 20 en vidéo



Le coin des cinéphiles (vidéo)

Powered by jinni

© 2007 Focus Média - Tous droits réservés

Belgacom TV - Tous droits réservés

Belgacom TV - Tous droits réservés

Belgacom TV - Tous droits réservés

Belgacom TV - Tous droits réservés

Belgacom TV - Tous droits réservés

Belgacom TV - Tous droits réservés

Belgacom TV - Tous droits réservés

Belgacom TV - Tous droits réservés

Belgacom TV - Tous droits réservés

Belgacom TV - Tous droits réservés

Belgacom TV - Tous droits réservés

Belgacom TV - Tous droits réservés

Belgacom TV - Tous droits réservés

Belgacom TV - Tous droits réservés

Belgacom TV - Tous droits réservés

Belgacom TV - Tous droits réservés

Belgacom TV - Tous droits réservés

Belgacom TV - Tous droits réservés

Belgacom TV - Tous droits réservés

Belgacom TV - Tous droits réservés

Belgacom TV - Tous droits réservés

Belgacom TV - Tous droits réservés

Belgacom TV - Tous droits réservés

skynet



# Deutsche Telekom - Entertain

In jedem seiner Filme geschieht dieses kleine Wunder, im Idealfall gleich mehrfach. Benedict Cumberbatch dreht sich in Richtung Kamera und durchbohrt Zuschauer und Filmpartner mit einer Art Röntgenblick. In diesem magischen Moment wird die Leinwand durchlässig. Denn während man einerseits meint, ganz tief in die Seele dieses Mannes blicken zu können, traut man ihm umgekehrt auch zu, das Wesen seines Gegenübers zu ergünden.

Benedict Cumberbatch kann stark und verletzlich zugleich wirken. Nur eine der Qualitäten, die der Grund sind für seine Blitzkarriere, die vor fünf Jahren mit der Hauptrolle in der Fernsehserie „Sherlock“ begonnen hat.

»Alle wollen Benedict – die großen Hollywood-Studios genauso wie Art-house-Regisseure.«

Großbritannien erregt er nach einer klassischen Schauspielausbildung an der London Academy of Music and Dramatic Art bereits 2004 in der Rolle des Wissenschaftlers Stephen Hawking in „Hawking – Die Suche nach dem Anfang der Zeit“ aufsehen. International bleibt er ein Geheimtipp. Doch gerade weil der Ruhm ihn relativ spät ereilt, kann er mit der geballten Aufmerksamkeit umgehen. Dabei könnte er es auch leicht, den Erfolg zu feiern und den „Star“ zu spielen. Er kann auch seine Rollen aussuchen. Alle wollen Benedict – von den großen Hollywood-Studios bis zu alternativen Art-house-Regisseuren.

Doch statt sich in Siegerpose abfeiern zu lassen, ist ihm dieser mittlerweile permanente Ausnahmezustand beinahe unangenehm. Auf seine derzeitige Vollbeschäftigung angesprochen, redet er davon, „wegen des Reichtums an Möglichkeiten“ beschämt zu sein. Dabei errötet er dann sympathischerweise auch noch und sagt: „Zu viel Ichbezogenheit ist nicht nur für Schauspieler ungesund.“ Auf dem Weg zum Interviewtermin mit Benedict Cumberbatch kann man ihn schon hören, bevor man ihn überhaupt gesehen hat. Selbst durch die angelehnte, gut gedämpfte Tür eines Fünf-Sterne-Hotels dringt seine sonore, kräftige Stimme vom Flur in die Suite, wo das Gespräch stattfinden soll. Stimmliche Power ist sicher auch einer der Gründe, warum man ihm die Rolle des hinterlistigen Drachen Smaug im zweiten und dritten Teil der „Hobbit“-Trilogie angeboten hat.

## Ein britischer Gentleman in Vollendung

Benedict Cumberbatch hat das gefährliche Monster nicht nur gesprochen, sondern tatsächlich gespielt. Mit dem sogenannten „Motion-Capture-Verfahren“ wurden seine Bewegungen samt Physiognomie mit der Digital-Kamera dokumentiert und am Computer bearbeitet, bis aus dem sanften Briten ein garstiger Drache wurde. In natura hat er so gar nichts von einer Figur aus dem Tolkien-Universum. Benedict Cumberbatch trägt perfekt sitzende schwarze Anzüge zu strahlend weißen Hemden. Die Haare sind stets ordentlich geschneitelt und frisirt – ein britischer Gentleman in Vollendung. Etwas abgekämpft wirkt er. Seit Mitte 2012 steht er entweder gerade vor der Kamera oder ist auf Interview-Tour für seine diversen Filme – „Star Trek into Darkness“, „Inside Wikileaks – Die fünfte Gewalt“, „Im August in Osage County“ oder „12 Years a Slave“.

In Großbritannien ist er mittlerweile so berühmt, dass ihm die britische Boulevardpresse auf Schritt und Tritt folgt. Sogar sein Londoner Apartment wurde vom gegenüberliegenden Haus aus beschattet. Kann er sehen?



Der Durchbruch in Großbritannien: Cumberbatch 2004 in der Titelrolle des Biopics „Hawking – Die Suche nach dem Anfang der Zeit“



Großes Hollywood-Kino: Cumberbatch als gutmütiger, aber schwacher Sklavenhalter in Steve McQueens Oscar-gekröntem Historiendrama „12 Years a Slave“



Kontrovers diskutiert: „Inside Wikileaks – Die fünfte Gewalt“ über die gleichnamige Enthüllungsplattform, mit Cumberbatch als Julian Assange

»Triumph überhaupt noch genießen? „Es fühlt sich gerade sehr gut an“, sagt er und legt den Kopf leicht zur Seite. „Und ich wünsche, ich könnte diesen Moment etwas länger auskosten. Aber ich muss mich schon wieder auf meine nächste Rolle vorbereiten. Manchmal denke ich, es wäre nett, die Zeit anzuhalten, um zu genießen, denn es ist gerade eine besondere Zeit für mich. Andererseits weiß ich dann aber auch nicht, ob dieser Erfolg, wie Sie ihn nennen, wirklich greifbar für mich ist. Ich freue mich vor allen Dingen darüber, meinen Lebensunterhalt als Schauspieler zu verdienen und dass man mir die Möglichkeit gibt, so viele verschiedene Rollen zu spielen.“ Eine typische Cumberbatch-Antwort.

SEINE WEIBLICHEN FANS HABEN SICH CUMBERBITCHES GETAUFT In einer Zeit, in der Jungstars und Sternchen öffentlich ihre intimsten Geheimnisse preisgeben, lebt er die wunderbar anachronische Mischung aus britischem Stil, Londoner Coolness und almodischer Romantik. Dazu passt auch die Hochzeitstafel, die er in der altertümlichen Tageszeitung „The Times“ veröffentlichte, um traditionell seine bevorstehende Hochzeit mit Theaterregisseurin und Schauspielerin Sophie Hunter anzukündigen. Ein schwerer Schlag für seine zahlreichen weiblichen Fans, die sich selbst humorvoll „Cumberbitches“ getauft haben – eine kreative Kombination seines Nachnamens und des englischen Wortes „bitch“, das in seiner vornehmen Übersetzung „Luder“ bedeutet. Doch inzwischen scheinen sie sich mit den Tatsachen arrangiert zu haben und freuen sich mit dem Paar auf das erwartete erste „Cumberbaby“.

Mit seiner gefeierten Rolle als Mathematiker Alan Turing in „The Imitation Game – Ein streng geheimes Leben“ ist er nun sogar in Oscar-Sphären vorgedrungen. Und für die kommenden Jahre ist der 38-jährige Londoner ausgebucht. Neben seiner Rolle als „Sherlock“ und einer TV-Serie als „Richard III.“ stehen sechs weitere Spielfilme auf dem Plan, unter anderem die Comic-Verfilmung „Doctor Strange“, in der er den Helden Dr. Stephen Strange spielen wird. „Natürlich spüre ich einen gewissen Druck“, gibt er zu. „Aber das ist doch letztendlich ein sehr luxuriöses Problem. Ich beschwere mich nicht darüber.“ Christian Aust



Auf vielen Bühnen zu Hause: Cumberbatch mit seiner Verlobten Sophie Hunter, mit Jonny Lee Miller in „Frankenstein“ und mit Martin Freeman in „Sherlock“



## BENEDICT CUMBERBATCH BEI VIDEOLOAD

NEU: DIESE FILME SIND ABRUFBAR UNTER VIDEOTHEK > STARTSEITE > SUCHE



DER HOBBIT: DIE SCHLACHT DER FÜNF HEERE (NZ/GB/USA 2014) VORANZEIGEN ab 16.04.



IM AUGUST IN OSAGE COUNTY (USA 2013) Böses Familiendrama mit Meryl Streep.



INSIDE WIKILEAKS – DIE FÜNFTE GEWALT (USA 2013) Biografie über Julian Assange.



12 YEARS A SLAVE (USA/GB 2013) Oscar-prämiertes Drama nach einer wahren Geschichte.



SHERLOCK – STAFFEL 1 (GB 2010) Innovative BBC-Krimireihe. Mit Martin Freeman.



ABBITTE (GB 2007) Verrat, Liebe, Drama – ein greifendes Epos mit Kiera Knightley.

# ENTERTAIN

01.15

DAS ULTIMATIVE

VIDEO ON DEMAND  
DIE GRÖßTEN KINOFILME AUF EINER  
VIDEO-CD, DVD, BLU-RAY, IPTV UND  
ONLINE

OSTER HIGHLIGHT  
HOLZHAUSBLICK IM  
400.000ER ERSTAUSSCHNITT

SPOTIFY CONNECT  
30 MILLIONEN SONGS IN BESTER  
30 MINUTEN SET BEWEISUNG

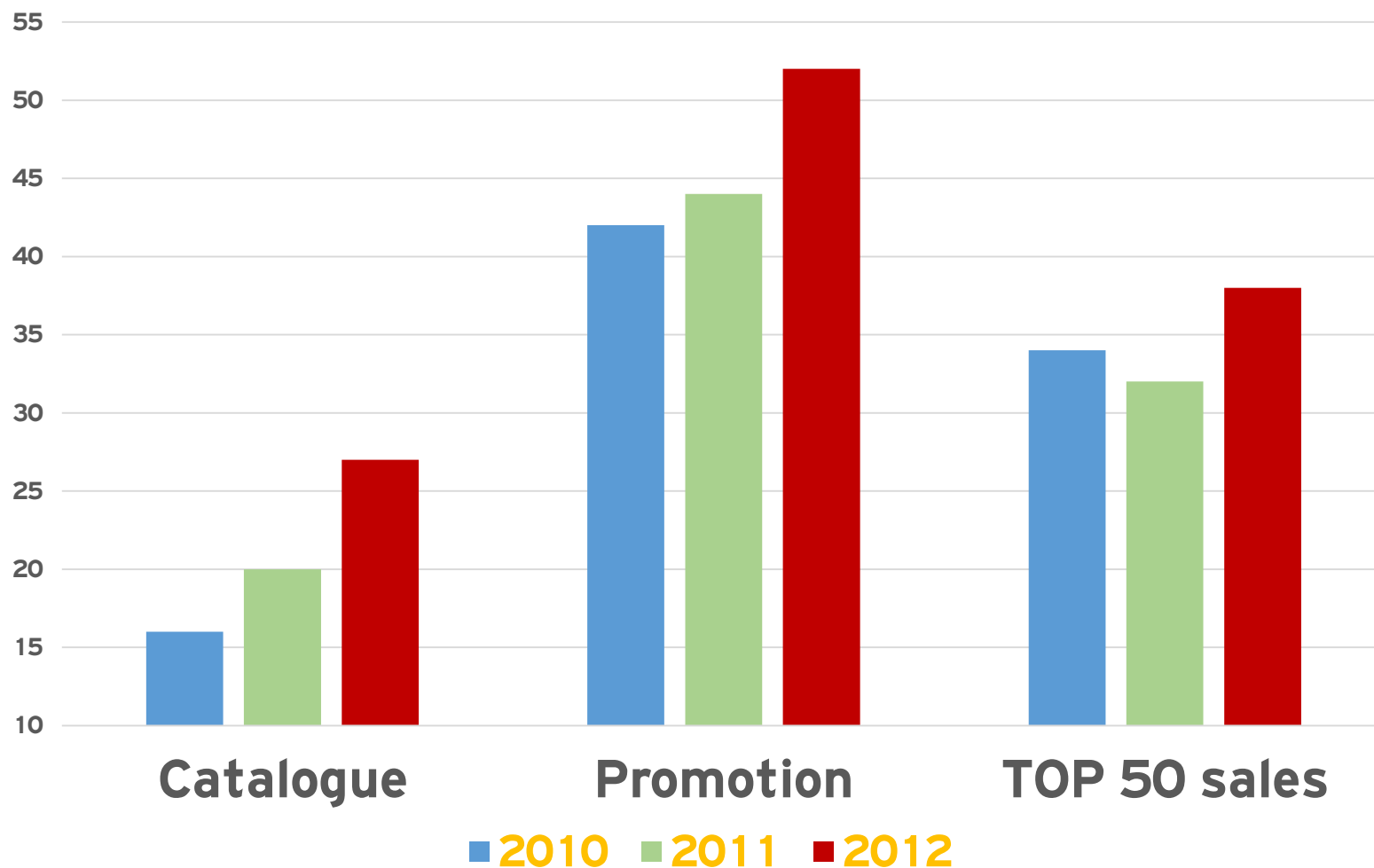
VOM  
GEHEIMTIPP  
ZUM STAR

IN DER TV-SERIE „SHERLOCK“ ERSCHELT  
DIESE WUNDERBARE KOMBINATION VON  
KUNST, KULTUR UND SPIELTHEATRE. AUCH  
DIE GRÖßTEN KINOFILME SIND AUF EINER  
VIDEO-CD, DVD, BLU-RAY, IPTV UND  
ONLINE

T

# Proximus TV (IPTV) – Belgium

## EUR. WORKS SHARES





# Proximus TV (IPTV) – Belgium

**EUR works in the Top 50: 37 %**

**In the catalogue: 27%**

**In cinemas: 25 to 28 %**

**EUR works in the Top 50 with promotion:**

**16 out of 50**

**EUR works in the Top 50 without promotion:**

**2 out of 50**

**European works  
boosted by prominence**



**+1500 %**



**+500 %**



**+300 %**

# VIDEO ON DEMAND

9:13 AM

« HD Видеоотека »

Мени - ПРЕМИЕРА	ден.118.00
Френки и Алис - ПРЕМИЕРА	ден.118.00
Отпад - ПРЕМИЕРА	ден.118.00
Били Елиот Мјузикл - ПРЕМИЕРА	ден.118.00
Оуија - ПРЕМИЕРА	ден.118.00
Издигни се - ПРЕМИЕРА	ден.118.00
Чистка: Анархија - ПРЕМИЕРА	ден.118.00



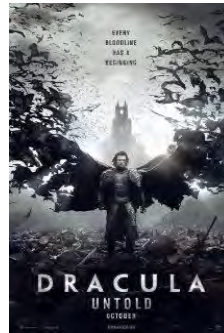
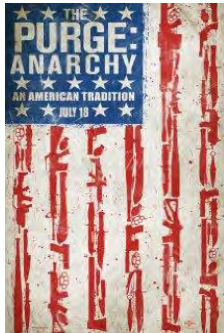
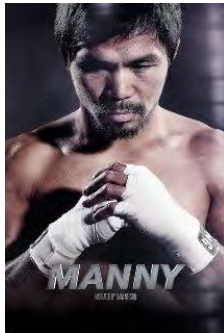
1 of 11



QUART

MAX  
TV

PREMIUM MENU



Manny	USA, Philippines
Frankie and Alice	Canada
Trash	UK/Brazil
Billy Elliott Live	UK
Ouija	USA
Get on Up	USA/UK
Purge Anarchy	USA/France
As Above, So Below	USA
Dracula Untold	USA
Lucy	France
Boxtrolls	USA



45%



# VIDEO ON DEMAND

9:10 AM

<< Stand Up >>

ТВ Архива

Инфо и упатства

HD Видеоотека

СТЕНДАП АДРИА АВАРДС 2014

ден.49.00

Чекајќи го министерот

ден.49.00

Време е да се разбудиш

ден.49.00

Не ме лечи докторе

ден.49.00

Ни срам ни перде

ден.49.00

Новогодишен Стенд Ап циркус претстава

ден.49.00

Се викам Никола претстава

ден.49.00



1 of 12



QUART

# Член 60

## Промоција на производство и пристап до европски дела

- (1) Давателите на аудиовизуелни медиумски услуги по барање, тогаш кога тоа е изводливо и со соодветни средства, треба да го промовираат производството и пристапот до европски дела. Таквото промовирање може да се однесува, меѓу другото, на:
- финансискиот придонес за производство и стекнување на права за европски дела или
  - застапеноста и/или поставеноста на европските дела во каталогот со програми.

(2) На барање на Агенцијата давателите на аудиовизуелни медиумски услуги по барање се должни во рокот утврден во барањето на Агенцијата да и достават документи во врска со имплементацијата на одредбата од ставот (1) на овој член.

### Article 60

#### Promotion of production and access to European works

(1) Providers of on-demand audiovisual media service, if possible and with adequate funds, shall promote production and access to European works. Such promotion can among other things address to the following:

- Financial contribution to production and obtaining rights to European works or
- Representation and/or positioning of European works in the Program Catalogue.

(2) Following a request by the Agency, the providers of on-demand audiovisual media service shall submit, within the deadline prescribed in the Agency's request, documentation relating to the implementation of the provision of paragraph (1) of this Article.

# ANNUAL REPORT

---

MEDIA SERVICE

MAX TV

*Demo  
cratic*

FAIR

Pluralism,  
diversity &  
creativity