

Doorlichting van het Vlaams audiovisueel beleid 2021

Studie in opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd
en Media

Promotoren

Prof. Dr. Pieter Ballon

Prof. Dr. Hilde Van den Bulck (Universiteit Antwerpen)

Dhr. Simon Delaere (imec-SMIT, Vrije Universiteit Brussel)

Onderzoekers

Stephanie Tintel

Olivier Braet

Thomas Van Dam



© 2021, imec-SMIT, Vrije Universiteit Brussel

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, hetzij mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Verwijzing

Delaere, S., Van den Bulck, H., Tintel, S., Braet, O., Van Dam, T & P. Ballon. (2021). Doorlichting van het Vlaams Audiovisueel beleid 2021. Brussel: imec-SMIT-VUB, i.s.m. Universiteit Antwerpen.

Contactpersoon onderzoek: Simon.Delaere@vub.be

Inhoudstafel

	1
Glossarium	7
Lijst met tabellen	10
Lijst met figuren	12
Inleiding	18
1. Hoofdstuk 1: Trends en uitdagingen voor audiovisuele markten	21
Inleiding	21
Strategische context van het audiovisuele landschap	21
Complement of substituut?	27
Internationale trends betalende en advertentiegebaseerde platformen	28
Groeiende betalingsbereidheid SVOD	35
Veranderend kijkgedrag: Uitgesteld kijken en streaming diensten in Vlaanderen	36
De fragiliteit, maar ook weerbaarheid van kleine ecosystemen	39
Verschuivingen in het bioscoopmodel	40
Inclusie in de audiovisuele sector	43
Samenvatting en lessons learned	44
2. Hoofdstuk 2: Omgevingsanalyse Vlaamse audiovisuele markt	46
Inleiding	46
Algemene consumptiepatronen Vlaamse audiovisuele markt	46
De omvang van de Vlaamse audiovisuele sector	48
Tewerkstelling	48
Operationele performantie: VOFTP-leden	53
Positie Vlaamse audiovisuele content	57
Volume Vlaamse tv-fictie	57
Populariteit lokale content	59
Buitenlandse inbreng	61
Volume Vlaamse film	63
Populariteit Vlaamse film	65
COVID-19 en impact op de Vlaamse audiovisuele sector	69
Analyse genderverdeling (M/V) Vlaanderen	72
Genderverdeling (M/V) audiovisuele opleidingen	73
Genderverdeling VAF wildcards, ateliers en kortfilms	75
Genderverdeling projecten VAF/Filmfonds en VAF/Mediafonds	78
Samenvatting en lessons learned	83
3. Hoofdstuk 3: Omgevingsanalyse steunmaatregelen audiovisueel beleid	86

Inleiding	86
Audiovisuele fondsen in Europa: van ‘filmfondsen’ naar ‘superagencies’	86
De audiovisuele policy toolkit	87
Subsidies voor filmproductie (automatisch/selectief; hard vs. Soft money)	87
VAF Screen Flanders	90
Subsidies voor tv-productie	91
Fiscale maatregelen (shelter, credit, rebate)	94
Stimuleringsregeling voor dienstenverdelers in Vlaanderen	96
Investeringsverplichting voor niet-lineaire televisieomroeporganisaties	96
Subsidies voor audioproducties	102
Overige maatregelen	103
Overzicht totale publieke steun in Vlaanderen	103
Maatregelen m.b.t. gendergelijkheid, diversiteit en inclusie	105
Maatregelen n.a.v. COVID-19	106
Samenvatting en lessons learned	108
4. Hoofdstuk 4: Evaluatie steunmaatregelen audiovisueel beleid	111
Inleiding	112
VAF/Filmfonds	112
VAF/Filmfonds: analyse steunaanvragen	112
Evaluatie aan de hand van interviews	121
VAF/Mediafonds	125
VAF/Mediafonds: analyse steunaanvragen	125
Evaluatie van het VAF/Mediafonds o.b.v. interviews	135
Screen Flanders	136
Screen Flanders: analyse steunaanvragen	136
Bevindingen uit de interviews met stakeholders	142
Stimuleringsregeling en investeringsverplichting	143
Analyse op basis van de output	143
Evaluatie uit interviews	145
Eurimages	146
Analyse op basis van de output	146
Bevindingen uit interviews	148
Creative Europe Desk Vlaanderen (MEDIA)	148
Analyse op basis van de output	148
Bevindingen uit interviews	151
Tax Shelter Audiovisuele werken	152
Audiodescriptie en toegankelijkheid aanbod	152
Samenvatting en lessons learned	153
5. Hoofdstuk 5: Analyse beleid videogames	157
Inleiding	157
Omgevingsanalyse videogames	157

Omvang Vlaamse markt	158
Relevante karakteristieken gamemarkt	159
Steunmaatregelen voor de video gamesector	160
Buitenlandse steunmaatregelen	162
Tax Shelter	165
Investeringsfondsen	165
Game hubs	166
Lessons learned uit vergelijking met buitenland	166
Analyse VAF/Gamefonds	167
Dotatie	167
Genres	167
Aanvraagprocedure	168
Budgetbesteding	168
VAF/Gamefonds Analyse steunaanvragen	169
Lessons learned	173
Reflecties m.b.t. noden gamesector	174
Samenvatting en lessons learned	176
6. Hoofdstuk 6: Aanbevelingen	178
Inleiding	178
Het speelveld: een audiovisuele sector waar het ritme bepaald wordt door buitenlandse spelers	178
Adviezen met betrekking tot het VAF algemeen	180
Het VAF als organisatie: taken en goed bestuur	180
Beleidsprioriteiten en rollen van het VAF	181
De werking van de commissies	183
Talentontwikkeling: over de generaties heen	184
Adviezen met betrekking tot het VAF/Filmfonds	185
Reflectie prioriteiten	185
Premies en procedures	185
Adviezen met betrekking tot het VAF/Mediafonds	186
Categoriën en hun invulling	186
Open-net verplichtingen en beperkingen op indieners	187
Adviezen met betrekking tot het VAF/Gamefonds	190
Adviezen met betrekking tot promotie/Flanders Image	190
Adviezen met betrekking tot publiekswerking	190
Adviezen met betrekking tot kennisopbouw	191
Adviezen met betrekking tot nieuwe formats	191
Adviezen met betrekking tot audiodescriptie	192
Budgetscenario's VAF	192
Adviezen met betrekking tot de stimuleringsregeling en investeringsverplichting	195
Basis voor het advies	195
Uitgangspunten voor het advies	196

Mogelijke scenario's	196
Adviezen met betrekking tot het gamebeleid in Vlaanderen	199
Vlaamse game hub (totale sector)	200
Uitbreiden budget van het VAF/Gamefonds	200
Vertical slice (VAF)	200
Mastertraject (totale sector)	201
Actieplan Gaming	201
Overige aandachtspunten voor een duurzame audiovisuele sector in Vlaanderen	202
7. Referenties	205
8. Over het onderzoeksteam	214
Onderzoeksgroep Imec-SMIT-VUB	214
Onderzoeksgroep Media, Policy and Culture (MPC)	214
Expertise van de betrokken onderzoekers	215
9. Betrokken experten	218

Glossarium

- **AVOD:** advertising-video-on-demand, content die gratis te bekijken is doordat er voor tijdens of na de video advertenties worden getoond.
- **Betaaltelevisie:** de betalende televisiepakketten die worden aangeboden door telecomoperatoren, inbegrepen het basisaanbod van standaard tv-kanalen, eventueel aangevuld met een premium aanbod van premium kanalen.
- **BVOD:** Broadcasting-video-on-demand: verzamelnaam voor video-on-demand aanbod van lineaire omroepen, hetzij publieke, hetzij private omroepen. In de meeste gevallen gaat het om combinaties van een catch-up aanbod aangevuld met andere video-on-demand titels. Voorbeelden in Vlaanderen zijn VTM GO, VRT.NU en GoPlay.
- **CCA:** Le Centre Du Cinéma et De L'Audiovisuel (het audiovisueel fonds voor de Waals-Brusselse federatie), <https://audiovisuel.cfwb.be/missions/centre-cinema-audiovisuel/>.
- **Day-and-Date release:** het simultaan uitbrengen of beschikbaar maken van een audiovisueel werk op meerdere platformen en diensten tegelijk, bv. In de bioscoop en op een on-demand dienst.
- **Dienstenverdelers:** *“elke rechtspersoon die door middel van elektronische communicatienetwerken een of meer omroepdiensten levert aan het publiek. De omroeporganisatie die alleen de eigen omroepdiensten ter beschikking van het publiek stelt, is geen dienstenverdelers;”* (Mediadecreet, Art. 2, 7°)
- **Distributiespelers:** spelers die televisiecontent en signalen aanbieden, vaak in abonnementformules en vaak in combinatie lineaire pakketten en additionele video-on-demand pakketten. In het Vlaams Mediadecreet beschreven onder ‘dienstenverdelers’.
- **Distributeur:** verdelers van films en andere audiovisuele werken. Deze spelers zorgen dat een film of serie tot bij het publiek raakt, door zelf de werken te verkopen (op een eigen dienst, of via dvd/Blu-Ray) of door deals met exploitanten (bioscopen, televisie-omroepen).
- **IP: Intellectual Property:** intellectuele eigendom.
- **Lineaire televisiedienst:** *“een lineaire audiovisuele omroepdienst, dat is een door een omroeporganisatie aangeboden omroepdienst voor het gelijktijdig bekijken van audiovisuele programma's op basis van een programmaschema;”* (Mediadecreet, Art. 2, °21).
- **Majoritair/Minoritair Vlaams:** een audiovisueel product (film, serie, etc.) dat meer/minder dan de helft geproduceerd is met Vlaamse financiering.
- **NFF:** Nederlands Film Fonds, <https://www.filmfonds.nl/>.
- **Niet-lineaire televisiedienst:** *“een niet-lineaire audiovisuele omroepdienst of audiovisuele omroepdienst op aanvraag, dat is een door een omroeporganisatie aangeboden omroepdienst die de gebruiker de mogelijkheid biedt om audiovisuele programma's te bekijken op zijn individuele verzoek en op het door hem gekozen moment op basis van een door de omroeporganisatie geselecteerde programmacatalogus;”* (Mediadecreet, Art. 2, °24).

- **Omroep:** “een dienst als vermeld in artikel 56 en 57 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie, die valt onder de redactionele verantwoordelijkheid van een omroeporganisatie, waarbij het hoofddoel van de dienst of een losstaand gedeelte daarvan bestaat uit audiovisuele of auditieve programma’s leveren voor het algemene publiek, ter informatie, vermaak, educatie of met culturele inslag door middel van elektronische communicatienetwerken. Omroepdiensten zijn radiodiensten of televisiediensten;” (Mediadecreet, Art 2, °26).
- **Onafhankelijke producent:** “de producent: a) waarvan de rechtspersoonlijkheid onderscheiden is van die van een omroeporganisatie; b) die rechtstreeks noch onrechtstreeks over meer dan 15 percent van het kapitaal van een Vlaamse omroeporganisatie beschikt; c) waarvan het kapitaal voor niet meer dan 15 percent in handen is van een vennootschap die rechtstreeks of onrechtstreeks meer dan 15 percent van het kapitaal van een Vlaamse omroeporganisatie bezit;” (Mediadecreet, Art. 2, 49°).
- **Open net:** “uitgezonden door een omroeporganisatie die beschikbaar is in het (analoog/digitaal) basispakket van een dienstenverdelers, zonder meerprijs op het basisabonnement” (BHO VAF/Mediafonds, 2018-2021).
- **Over-the-top (OTT):** mediadistributie via internet (rechtstreeks naar de eindgebruikers) / OTT tv diensten experimenteren met verschillende verdienmodellen (SVOD, TVOD, AVOD).
- **PVOD:** premium-video-on-demand, een versie van TVOD waarmee de consument sneller toegang heeft tot VOD content dan anders mogelijk zou zijn geweest; vaak gaat dit gepaard met een bioscooprelease, of is in plaats van een traditionele release in de bioscoop, maar tegen een veel hogere prijs.
- **Straight-to-VOD:** een distributiestrategie waarbij audiovisuele werken rechtstreeks op VOD uitgebracht worden en de stap van bioscoopvertoning overgeslagen wordt.
- **SVOD:** subscription-video-on-demand, verwijst naar op abonnement-gebaseerde streamingdiensten zoals Netflix.
- **Sweat equity:** werk zonder dat dit monetair vergoed wordt door inspanningen te leveren in tijd en arbeid.
- **Telecom operatoren:** aanbieders van connectiviteitsdiensten.
- **Televisiedienst:** “een audiovisuele omroepdienst” (Mediadecreet, Art. 2, °43).
- **TSV:** Time Shifted Viewing of uitgesteld kijken; dit betreft het kijken naar televisiecontent via het televisiescherm op een ander moment dan waarop deze programma’s werden uitgezonden. Dit kan op verschillende manieren. Het begrip ‘TSV’ werd in 2010 ingevoerd in de CIM TV-studie. Het CIM rekende vanaf dan het tv-bereik mee tot zes dagen na de uitzending van het programma. In 2016 wordt het begrip ‘Live +7’ ingevoerd en dat wordt dan de basis voor alle analyses van de kijkcijfers.
- **TVOD:** transactionele-video-on-demand, verwijst naar diensten waarmee gebruikers kunnen betalen voor losse films of series, ook wel pay-per-view genoemd. Dit kan op twee manieren: DTR: download-to-rent, verwijst naar het lenen van het product voor een bepaalde tijd (bv. 48 uur); EST: electronic sell-through, verwijst naar het aankopen van het product voor onbepaalde tijd (downloaden en bewaren op de harde schijf).

- **Video sharing platforms (VSP's):** online platformen die het delen van videocontent aanbieden, zoals Youtube en Facebook. In het Mediadecreet vertaald als videoplatformdiensten.
- **Videoplatformdienst:** de Nederlandstalige vertaling van video sharing platforms, zoals opgenomen in het Mediadecreet: *“een dienst als vermeld in artikel 56 en 57 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie, waarbij het hoofddoel van de dienst, een daarvan losstaand gedeelte of een essentiële functie daarvan bestaat in het aanbieden van programma's, door gebruikers gegenereerde inhoud, of beide, aan het algemene publiek, waarvoor de aanbieder van het videoplatform geen redactionele verantwoordelijkheid draagt, ter informatie, vermaak of educatie via elektronische communicatienetwerken en waarvan de organisatie wordt bepaald door de aanbieder van het videoplatform, onder meer met automatische middelen of algoritmen, namelijk door weergeven, taggen en rangschikken;”* (Mediadecreet, Art. 2, °45)
- **VOD:** video-on-demand, verwijst naar elke video waartoe het publiek via het internet of een televisiedienst toegang heeft en daarbij niet beperkt is door programmatieschema's
- **Webserie:** *“een audiovisuele reeks die specifiek is geconcipieerd voor het online bekijken en niet per definitie ook in open net wordt uitgezonden op televisie.”* (BHO VAF/Mediafonds, 2018-2021)

Lijst met tabellen

Tabel 1: Box Office België 2019	41
Tabel 2: Benchmark vrouwelijke regisseurs	43
Tabel 3: Highlights Hoofdstuk 1	44
Tabel 4: Relatief gewicht van twee dominante verdienmodellen in Belgische audiovisuele markt	48
Tabel 5: Beschrijving beroepscode zelfstandigen audiovisuele sector (RSZV)	49
Tabel 6: Lijst VOFTP-leden incl. financiële informatie (Bel-first)	54
Tabel 7: Brutomarge/omzet VOFTP-leden (Balanscentrale/NBB)	56
Tabel 8: Voorbeelden geselecteerde Vlaamse reeksen buitenlandse verkoop (imec-SMIT-VUB)	62
Tabel 9: COVID-19 impact doorheen de waardeketen	69
Tabel 10: % vrouwelijke inschrijvingen generatiestudenten, inschrijvingen master en behaalde diploma's (Dataloep).....	73
Tabel 11: Highlights Hoofdstuk 2.....	83
Tabel 12: Overzicht VAF/Filmfonds 2019 (VAF)	88
Tabel 13: Budgetverdeling van het VAF/Filmfonds 2019 (VAF)	88
Tabel 14: Benchmark budgetverdeling van gelijkaardige filmfondsen (totaal).....	88
Tabel 15: Toegekende steun DFI 2019 feature film	89
Tabel 16: Benchmark Belgische regionale economische fondsen voor audiovisuele werken (2019) ..	91
Tabel 17: Overzicht VAF/Mediafonds (2019) (VAF)	92
Tabel 18: Budgetverdeling VAF/Mediafonds (per categorie) (2019) (VAF)	92
Tabel 19: Benchmark budgetten van gelijkaardige (media)fondsen	92
Tabel 20: Danish public service fund documentaire toegekend in 2019.....	93
Tabel 21: Danish public service fund fictie toegekend in 2019	93
Tabel 22: Benchmark shelter constructies van gelijkaardige lidstaten.....	95
Tabel 23: Overzicht fiscale voordelen van Europese lidstaten	95
Tabel 24: Overzicht van de criteria investeringsverplichtingen voor niet-lineaire televisieomroeporganisaties EU-lidstaten.....	99
Tabel 25: Overzicht financiering audioproducties (dotatie en ondersteunde audiowerken volgens podcast en radio).....	102
Tabel 26: Overzicht overige steunmaatregelen (leningen en subsidies)	103
Tabel 27: Totale som publieke middelen in audiovisuele productie	104
Tabel 28: Benchmark type publieke steunmaatregelen van gelijkaardige markten.....	105
Tabel 29: Overzicht diversiteit maatregelen van verschillende fondsen m.b.t. gendergelijkheid.....	105
Tabel 30: COVID-19 steunmaatregelen Vlaanderen.....	106
Tabel 31: COVID-19 steunmaatregelen Ierland	107
Tabel 32: COVID-19 steunmaatregelen Nederland.....	108
Tabel 33: Highlights Hoofdstuk 3.....	108
Tabel 34: VAF/Filmfonds – Verdeling totale aanvragen vs goedgekeurde aanvragen (2016-2020) (VAF)	114
Tabel 35: VAF/Filmfonds – Goedgekeurde aanvragen (maj/min, excl. NFF en CCA, lang) (VAF)	115
Tabel 36: VAF/Filmfonds – Totaal toegekende steun - Fictie (maj/min, excl. NFF en CCA, lang) (2016-2020) (VAF).....	115
Tabel 37: VAF/Filmfonds – Totaal toegekende steun – Documentaire (maj/min, excl. NFF en CCA, lang) (2016-2020) (VAF)	116
Tabel 38: VAF/Filmfonds – Totaal toegekende steun – Animatie (maj/min, excl. NFF en CCA, lang) (2016-2020) (VAF)	116
Tabel 39: VAF/Filmfonds – Totaal toegekende steun – FilmLab (maj/min, excl. NFF en CCA, lang) (2016-2020) (VAF)	116
Tabel 40: VAF/Filmfonds – Toegekende productiesteun per titel (Fictie) (2016-2020) (VAF).....	118
Tabel 41: VAF/Filmfonds – Spreiding filmproducenten (2016-2020) (VAF).....	119
Tabel 42: VAF/Filmfonds – Spreiding documentaireproducenten (2016-2020) (VAF)	119

Tabel 43: VAF/Filmfonds – Spreiding animatieproducenten (2016-2020) (VAF).....	120
Tabel 44: VAF/Filmfonds – Spreiding FilmLab (2016-2020) (VAF).....	121
Tabel 45: Bevindingen interviews met stakeholders: VAF als organisatie (taken en goed bestuur) ..	121
Tabel 46: Bevindingen interviews: domeinen VAF	123
Tabel 47: VAF/Mediafonds – totaal aantal goedgekeurde steunaanvragen per categorie (maj/min) (VAF)	127
Tabel 48: VAF/Mediafonds – Totaal toegekende productiesteun (majoritair) (in €) per categorie (2016- 2020) (VAF).....	129
Tabel 49: VAF/Mediafonds – Gemiddelde productiesteun per project (majoritair) (in €) per categorie (2016-2020) (VAF)	130
Tabel 50: VAF/Mediafonds – Totaal toegekende scenariosteun (majoritair) (in €) per categorie (2016- 2020) (VAF).....	131
Tabel 51: VAF/Mediafonds – Gemiddelde scenariosteun (majoritair) (in €) per categorie (2016-2020) (VAF)	131
Tabel 52: VAF/Mediafonds – Productiehuizen fictie (2016-2020) (VAF)	133
Tabel 53: VAF/Mediafonds – Productiehuizen documentaire (2016-2020) (VAF).....	133
Tabel 54: VAF/Mediafonds – Productiehuizen animatie (2016-2020) (VAF)	134
Tabel 55: Bevindingen interviews VAF/Mediafonds	135
Tabel 56: Screen Flanders – Totaal toegekende steun (in €) (2016-2020) (VAF).....	137
Tabel 57: Screen Flanders – Gemiddelde steun per jaar (2016-2020) (VAF)	138
Tabel 58: Screen Flanders – Totaal toegekende steun per categorie (2016-2020) (VAF).....	138
Tabel 59: Screen Flanders – Gemiddelde toegekende steun per categorie (2016-2020) (VAF)	139
Tabel 60: Screen Flanders – Aantal premies per productiehuis (fictie film/serie) (2016-2020) (VAF)	141
Tabel 61: Screen Flanders – Aantal premies per productiehuis (animatie film/serie) (2016-2020) (VAF)	141
Tabel 62: Screen Flanders –Premies per productiehuis (documentaire film/serie) (2016-2020) (VAF)	142
Tabel 63: Screen Flanders – Bevindingen uit de interviews met stakeholders.....	142
Tabel 64: Investeringsverplichting doorstortingen naar VAF (VAF jaarverslag 2020)	144
Tabel 65: Coproductieprojecten investeringsverplichtingen (VRM)	144
Tabel 66: Stimuleringsregeling voor dienstenverdelers – Bevindingen uit interviews met stakeholders	145
Tabel 67: Investeringsverplichting voor niet-lineaire televisieomroepdiensten – Bevindingen uit interviews met stakeholders.....	145
Tabel 68: Eurimages – Overzicht majoritair Vlaams (2016-2020) (Eurimages).....	147
Tabel 69: Eurimages – Bevindingen uit interviews met stakeholders	148
Tabel 70: MEDIA – Overzicht aantal MEDIA producties (Creative Europe Desk Vlaanderen)	148
Tabel 71: Creative Europe Desk Vlaanderen - Overzicht single gesteunde producties Creative Europe (2014-2019) (Creative Europe Desk Vlaanderen)	150
Tabel 72: Creative Europe Desk Vlaanderen - Vlaamse slate steun (2014-2020) (Creative Europe Desk Vlaanderen).....	151
Tabel 73: Creative Europe Desk Vlaanderen - Vlaamse tv-producties MEDIA (2014-2019) (Creative Europe Desk Vlaanderen).....	151
Tabel 74: Creative Europe Desk Vlaanderen – Bevindingen uit interviews met stakeholders	151
Tabel 75: Tax Shelter – Bevindingen uit interviews met stakeholders.....	152
Tabel 76: Simulaties totale kost audiodescriptie	153
Tabel 77: Highlights Hoofdstuk 4.....	153
Tabel 78: VAF/Gamefonds – Toegekende steun (in €) (2016-2020) (VAF)	172
Tabel 79: VAF/Gamefonds – Gemiddelde toegekende steun (in €) (2016-2020) (VAF)	172
Tabel 80: VAF/Gamefonds – Toegekende steun per categorie (in €) (2016-2020) (VAF)	172
Tabel 81: VAF/Gamefonds – Gemiddelde toegekende steun per project (in €) (2016-2020) (VAF) ..	173
Tabel 82: Lessons learned VAF/Gamefonds.....	173

Tabel 83: Highlights Hoofdstuk 5.....	176
Tabel 84: Adviezen – Scenario's	188
Tabel 85: Adviezen – Budgetscenario's VAF (minimum en ideaal scenario)	194

Lijst met figuren

Figuur 1: Waardenetwerk video content (Auteurs).....	23
Figuur 2: Vier hefboomen van platformdominantie (Gebaseerd op Gawer en Cusumano, 2002).....	24
Figuur 3: Soorten verkoopmodellen en release windows (Auteurs).....	25
Figuur 4: Exploitatierechten voorbeeld (PCMag.com).....	26
Figuur 5: Netflix inkomsten groei 2013-2021	27
Figuur 6: Directe en indirecte verdienmodellen (Auteurs)	28
Figuur 7: Stagnerende omzet betaal-TV in selectie van landen (Advanced-Television, 2020)	29
Figuur 8: Relatieve groei video streaming apps februari-mei 2020 (Comscore, 2020)	30
Figuur 9: Aantal over-the-top-streaming klanten versus betaal-TV klanten (FT.com)	31
Figuur 10: Dominantie van Amerikaanse streaming diensten in West-Europa (FT.com)	31
Figuur 11: Populariteit van streaming diensten in 6 Europese landen (FT.com)	32
Figuur 12: Gemiddelde mediaan aantal films in multinationale en nationale TVOD en platformen (EAO, 2020, p. 18)	32
Figuur 13: Soorten VOD catalogi volgens sector (EAO, 2020, p. 35)	33
Figuur 14: Oorsprong van films in EU VOD catalogi (EAO, 2020, p. 27).....	33
Figuur 15: Aandeel films volgens land van oorsprong in TVOD catalogi (EAO, 2020, p. 45).....	34
Figuur 16: Vlaams aandeel Live TV, Time Shifted Viewing (TSV), en Other Screen Usage (OSU) (CIM)	36
Figuur 17: Aandeel Time Shifted Viewing bij Vlaamse zenders (CIM).....	37
Figuur 18: SVOD-adoptie binnen de EU28 (EAO, 2021)	37
Figuur 19: Betalende abonnementen (Digimeter, 2020, p. 63)	38
Figuur 20: Maandelijks consumptie van video via online kanalen (Digimeter, 2020, p. 66)	38
Figuur 21: Adoptiepotentieel Disney+ (Digimeter, 2020, p. 69)	39
Figuur 22: Adoptiepotentieel Streamz (Digimeter, 2020, p. 69)	39
Figuur 23: Adoptiepotentieel gratis model (Digimeter, 2020, p. 69).....	39
Figuur 24: Uitgestelde releasedata van Hollywood producties (FT 2020)	42
Figuur 25: Bruto omzet advertenties audiovisuele sector België, in miljoen (PWC, 2020)	47
Figuur 26: Bruto omzet directe audiovisuele verkoop België, in miljoen € (PWC, 2020).....	48
Figuur 27: Aantal werkgevers (België, 2015-2020) voor PC227 en PsC303.01 (RSZ)	50
Figuur 28: Aantal werkgevers (Vlaanderen, 2015-2020) voor PC227 en PsC303.01 (RSZ).....	50
Figuur 29: Aantal voltijds equivalenten (België, 2015-2020) PC227 en PsC303.01 (RSZ)	51
Figuur 30: Aantal voltijds equivalenten (Vlaanderen, 2015-2020) PC227 en PsC303.01 (RSZ).....	52
Figuur 31: Aantal zelfstandigen audiovisuele sector (m/v en totaal) (RSZV).....	53
Figuur 32: Eerste indicatie winstgevendheid VOFTP-leden (Bron: Bel-first)	55
Figuur 33: Som brutomarge/omzet VOFTP-leden (Balanscentrale/NBB).....	57
Figuur 34: Volume tv-fictie in titels 2009-2020 (imec-SMIT-VUB).....	58
Figuur 35: Volume tv-fictie in minuten 2009-2020 (imec-SMIT-VUB)	58
Figuur 36: Spreiding productiehuisen Vlaamse tv-fictie (2016-2020)	59
Figuur 37: Aantal titels top 20 (CIM Noord TV)	60
Figuur 38: Kijkcijfer beste reeks van dat jaar (CIM Noord TV)	60
Figuur 39: Reeksen in top 50 best bekeken (2019; diverse bronnen)	61
Figuur 40: Spreiding Europese Netflix originals (2009-2020) (imec-SMIT-VUB).....	63
Figuur 41: Bioscoopreleases majoritair Vlaamse films (fictie, lang, 2009-2019) (VAF)	64
Figuur 42: Bioscoopreleases minoritair Vlaamse films (fictie, lang, 2009-2019) (VAF)	64
Figuur 43: Bioscoopreleases majoritair en minoritair Vlaamse films (fictie, documentaire, animatie, FilmLab, lang, 2009-2019) (VAF).....	65

Figuur 44: Aantal documentaires (maj/min, lang, 2019-2019) (VAF)	65
Figuur 45: Bezoekers Vlaamse film (fictie, maj, lang, 2009-2019) (VAF)	66
Figuur 46: Bezoekers best scorende Vlaamse titel (fictie, maj, lang, 2009-2019) (VAF)	66
Figuur 47: Bezoekers Vlaamse film <100.000 (fictie, maj, lang, 2009-2019) (VAF)	67
Figuur 48: Bezoekers Vlaamse film (documentaire, maj, lang, 2009-2019) (VAF).....	67
Figuur 49: Gemiddeld aantal bezoekers documentaire (maj, lang, 2009-2019) (VAF).....	68
Figuur 50: Top bioscooprelease documentaire volgens aantal bezoekers (maj, lang, 2009-2019) (VAF)	69
Figuur 51: Evolutie % inschrijvingen generatiestudenten, inschrijvingen master en behaalde diploma's (Dataloep).....	73
Figuur 52: Evolutie % vrouwelijke inschrijvingen generatiestudenten, inschrijvingen master en behaalde diploma's (Dataloep)	74
Figuur 53: Evolutie behaalde diploma's per gender (M/V) (Dataloep)	74
Figuur 54: Evolutie 10 jaar ingeschreven vrouwen masterfilmopleidingen (Dataloep)	75
Figuur 55: Evolutie aantal M/V winnaars bij Wildcards VAF (VAF)	75
Figuur 56: Evolutie % vrouwelijke winnaars Wildcards VAF (VAF).....	76
Figuur 57: Evolutie % M/V/M&V atelierwinnaars VAF (VAF)	76
Figuur 58: Evolutie kortfilm M/V indieningen (VAF).....	77
Figuur 59: Evolutie kortfilm M/V goedgekeurde projecten (VAF)	77
Figuur 60: Evolutie % vrouwen in kernfuncties bij ingediende en toegekende steun (scenariosteun) (VAF)	78
Figuur 61: Evolutie % vrouwen in kernfuncties bij ingediende en toegekende steun (alle steunaanvragen) (VAF).....	79
Figuur 62: Evolutie % vrouwen in functies regisseur, scenarist en producent bij toegekende projecten VAF/Filmfonds (VAF)	79
Figuur 63: Evolutie % vrouwen in kernfuncties per genre (VAF/Filmfonds).....	80
Figuur 64: Verhouding VAF versus andere bioscoopfilms	80
Figuur 65: Aandeel vrouwen goedgekeurde steunaanvragen VAF/Mediafonds (productie, regie, scenario) (VAF)	81
Figuur 66: % vrouwen goedgekeurde steunaanvragen per categorie voor kernberoepen (VAF/Mediafonds) (VAF).....	82
Figuur 67: Commissieleden genderverdeling VAF/(Filmfonds en Mediafonds) (VAF)	82
Figuur 68: VAF/Filmfonds – Verdeling goedgekeurde vs totale aanvragen (2016-2020) (VAF)	113
Figuur 69: VAF/Filmfonds – Verhouding totale aanvragen vs goedgekeurde aanvragen (2016-2020) (VAF)	114
Figuur 70: VAF/Filmfonds – Goedgekeurde aanvragen per categorie (2016-2020) (VAF)	115
Figuur 71: VAF/Filmfonds – Totaal toegekende productiesteun per jaar (2016-2020) (VAF)	117
Figuur 72: VAF/Filmfonds – Gemiddelde toegekende productiesteun per project, per categorie (2016- 2020) (VAF).....	117
Figuur 73: VAF/Mediafonds – Totaal aantal aanvragen vs aantal goedgekeurde aanvragen (2016-2020) (VAF)	126
Figuur 74: VAF/Mediafonds – % goedgekeurde aanvragen van het totaal aantal aanvragen (2016-2020) (VAF)	126
Figuur 75: VAF/Mediafonds – Aantal unieke projecten die gesteund werden (2016-2020) (VAF)	127
Figuur 76: VAF/Mediafonds – Totaal toegekende steun per jaar (in €) (2016-2020) (VAF)	127
Figuur 77: VAF/Mediafonds – Totaal aantal goedgekeurde steunaanvragen per categorie (2016-2020) (VAF)	128
Figuur 78: VAF/Mediafonds – Totaal aantal steunaanvragen vs goedgekeurde steunaanvragen (scenariosteun, fictie) (2016-2020) (VAF).....	128
Figuur 79: VAF/Mediafonds – Totaal aantal goedgekeurde aanvragen per type steun, fictie (2016-2020) (VAF)	129

Figuur 80: VAF/Mediafonds – Totaal toegekende productiesteun (in €) (majoritair, alle categorieën) (2016-2020) (VAF)	130
Figuur 81: VAF/Mediafonds – Aantal aanvragen productiesteun (majoritair, alle categorieën) (2016-2020) (VAF).....	130
Figuur 82: VAF/Mediafonds – Aantal goedgekeurde aanvragen per omroep (2016-2020) (VAF)	132
Figuur 83: VAF/Mediafonds – % omroep van totaal toegekende steun per jaar (alle typen steun, alle categorieën) (maj/min) (2016-2020) (VAF).....	132
Figuur 84: VAF/Mediafonds – Aantal unieke productiehuizen (alle typen steun, alle categorieën) (2016-2020) (VAF).....	134
Figuur 85: Screen Flanders – Totaal aantal gesteunde projecten opgesplitst majoritair en minoritair Vlaams (2016-2020) (VAF)	136
Figuur 86: Screen Flanders – Aantal titels per categorie (2016-2020) (VAF).....	136
Figuur 87: Screen Flanders – Totaal toegekende steun (in €) (2016-2020) (VAF).....	137
Figuur 88: Screen Flanders – Gemiddeld steunbedrag per project (in €) (2016-2020) (VAF).....	138
Figuur 89: Screen Flanders – Som toegekende steun per categorie per jaar (2016-2020) (VAF).....	139
Figuur 90: Screen Flanders - Aantal premies per productiehuis (2016-2020) (VAF).....	140
Figuur 91: Screen Flanders - Coproducerende landen (2016-2020) (Screen Flanders)	142
Figuur 92: Coproductieprojecten investeringsverplichting per distributiespeler (imec-SMIT-VUB)	143
Figuur 93: Coproductieprojecten stimuleringsregelingen per omroep (imec-SMIT-VUB).....	144
Figuur 94: Eurimages – Totaal toegekende steun (in €) (Eurimages)	147
Figuur 95: Creative Europe Desk Vlaanderen - BE-middelen breakdown volgens type steun (Creative Europe Desk Vlaanderen).....	149
Figuur 96: Overzicht beschikbare steunmaatregelen	163
Figuur 98: Benchmark subsidies van andere landen	163
Figuur 97: Omgevingsanalyse game sectoren	164
Figuur 99: Overzicht fiscale voordelen	165
Figuur 100: Overzicht investeringsmogelijkheden.....	166
Figuur 101: Overzicht game hubs.....	166
Figuur 102: VAF/Gamefonds – Aantal niet goedgekeurde vs aantal goedgekeurde steunaanvragen (2016-2020) (VAF)	169
Figuur 103: VAF/Gamefonds – % goedgekeurde projecten van het totaal aantal indienen (slagpercentage) (2016-2020) (VAF)	170
Figuur 104: VAF/Gamefonds – Aantal goedgekeurde steunaanvragen per categorie (2016-2020) (VAF)	171
Figuur 105: VAF/Gamefonds – % per categorie goedgekeurde steunaanvragen (2016-2020) (VAF).....	171

Samenvatting

Deze studie omvat een doorlichting van het gehele Vlaamse audiovisuele beleid (incl. gamebeleid), met een focus op de centrale rol, werking en impact van het Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF)/ Filmfonds, Mediafonds en Gamefonds, alsook een studie naar aanvullende beleidsinitiatieven inzake audiovisueel beleid, uitgevoerd in opdracht van het departement Cultuur, Jeugd en Media van de Vlaamse overheid. In overleg met de opdrachtgever, wordt de nadruk gelegd op de analyse en evaluatie van het VAF, de stimuleringsregeling voor dienstenverdelers en investeringsverplichting voor niet-lineaire omroeporganisaties, en de analyse van belangrijke trends en behoeften in de sector. Analyses van internationale en lokale evoluties die invloed hebben op productie, distributie en consumptie van audiovisuele content in Vlaanderen, zijn de basis voor aanbevelingen in aanloop naar de VAF-beheersovereenkomst en voor een coherent audiovisueel beleid.

De studie is gebaseerd op analyse en triangulatie van informatie uit **45 stakeholderinterviews**, beleidsdocumenten, data met betrekking tot de Vlaamse en internationale audiovisuele markt uit diverse industrie/academische en overheidsbronnen, rapporten en datasets ontwikkeld binnen imec-SMIT-VUB. Samen met benchmarkoefeningen en scenario-building vormen ze de basis voor **74 aanbevelingen**.

Hoofdstuk 1 schetst algemene trends in de audiovisuele sector. Dit omvat de evolutie van een waardeketen naar een waardenetwerk; de groei van relatief nieuwe dienstenmodellen (TVOD, SVOD, AVOD), de compressie van meer traditionele (lineaire TV, bioscoop) release windows en het verband met exploitatierechten, de toename van beschikbare content en de nood aan productiebudgetten, de impact van COVID-19, en een korte analyse van de gender ongelijkheid in de sector. Het evalueert de mate waarin al deze factoren spelen in de Vlaamse markt.

Hoofdstuk 2 presenteert een zo volledig mogelijk beeld van de belangrijkste evoluties en uitdagingen voor de Vlaamse audiovisuele sector. Het analyseert de sterktes en zwaktes van de sector, de beschikbare productiemiddelen en hun evolutie door verschuivingen in kijkgedrag, de impact van COVID-19 en evoluerende inkomstenstromen.

Hoofdstuk 3 contextualiseert het bestaande overheidsbeleid en de overheidsfinanciering in de Vlaamse audiovisuele sector. Het vertrekt van een beknopt overzicht van bestaande en theoretisch mogelijke beleidsinstrumenten om vervolgens de steunmaatregelen in de Vlaamse audiovisuele sector te bespreken. Hierbij wordt de Vlaamse situatie (inclusief het VAF) telkens gerelateerd aan relevante buitenlandse cases – en fondsen - die zijn geselecteerd op basis van (i) beschikbaarheid van bronnen, (ii) relevantie van de vergelijking (incl. marktkenmerken) en (iii) vergelijkbare behoeften voor de sector. Er wordt een overzicht gegeven van maatregelen genomen ter bevordering van gender en inclusie, en omwille van COVID-19.

Hoofdstuk 4 omvat een evaluatie van de belangrijkste steunmaatregelen in de audiovisuele sector in Vlaanderen aan de hand van analyse van de bij VAF ingediende en goedgekeurde projecten enerzijds, en gesprekken met diverse stakeholders anderzijds. De klemtoon ligt op het VAF algemeen, VAF/Filmfonds en VAF/Mediafonds, en op een evaluatie van de stimuleringsregeling voor dienstenverdelers en investeringsverplichting voor niet-lineaire omroeporganisaties. Analyse van overige maatregelen blijft, noodgedwongen, beperkter. Evenwel worden ook de VAF publiekswerking en andere maatregelen (Tax Shelter Audiovisuele Productie, Screen Flanders, Creative Europe, Eurimages) geëvalueerd. Dit deel is een beknopte weergave van een uitgebreide ronde semi-gestructureerde, vertrouwelijke interviews.

Hoofdstuk 5 presenteert een analyse van de behoeften en noden van de videogamesector. Deze analyse is gebaseerd op een mapping van beleidsmaatregelen, een evaluatie van het VAF/Gamefonds en een bevraging van de sector. Het biedt inzicht in de huidige omvang van de Vlaamse gamesector, de noden en behoeften van de actoren, het potentieel van de Vlaamse gamesector, een benchmark met vergelijkbare markten en initiatieven, en een evaluatie van de impact van het VAF/Gamefonds en het Actieplan Gaming.

Hoofdstuk 6 presenteert aanbevelingen voor de nieuwe VAF beheersovereenkomst en duurzaam beleid:

VAF algemeen:

- Focus op de regels van het goed bestuur: onafhankelijkheid, transparantie, duidelijke positionering, zekerheid en flexibiliteit, inclusie en diversiteit;
- Rollen: financiële motor, innovator, standaard voor kwaliteit en fair practice, bruggenbouwer met het publiek, kenniscentrum;
- Beleidsprioriteiten: *'making the popular good and the good popular'*: ondersteunen van relevante, sterke, toegankelijke en inclusieve verhalen, projecten die verschillende publieken aanspreken en bereiken, voldoende volume, en output afrekenen op kwaliteit én publiekspotentieel;
- Werking commissies: behoud commissiesysteem, interne en externe onafhankelijkheid, oog voor kwaliteit project, voor beginnend en gevestigd talent, voor criteria van financiering, commissie als leermoment, met billijke vergoeding van commissieleden;
- Talentontwikkeling: profilering ateliers, regelmatig overleg met de sector, nadruk op verhalen.

VAF/Filmfonds:

- Waken over de kwaliteit en diversiteit van geselecteerde projecten, over het garanderen van een publiek voor de gesteunde projecten, prioriteit geven aan cross-projecten;
- Voldoende volume aan films (8-10 features/jaar), in beoordeling ook aandacht voor faire verloning;
- Behoud bestaande categorieën, opbouw scenario pool, transparantie en feedback over pitch.

VAF/Mediafonds:

- Niet langer financieren vervolgrekken, flexibiliteit m.b.t. nieuwe formats, fasering scenariefase, aandacht voor doorlooptijd van projecten;
- Ongelijk aandeel VRT compenseren via verhoging excedent/aandeel VRT aan VAF;
- Toelaten niet-lineaire omroeporganisaties tot VAF/Mediafonds in vier mogelijke scenario's.

VAF verdere werking:

- Flanders Image: uitbreiden internationale promotie naar games en naar niet-VAF gefinancierde projecten, aandacht voor binnenlandse promotie Vlaamse producties, specifiek post-COVID-19;
- Publiekswerking: aandacht voor Vlaamse producties en inclusie in publiekswerking; voor vertoning, filmeducatie en mediawijsheid voor alle leeftijd- en doelgroepen; samenwerking i.p.v. versnippering, steun aan hoogwaardige Vlaamse filmkritiek;
- Kennisopbouw: data en analyse over impact eigen werking, kennisopbouw relevant voor sector;
- Nieuwe formats: financieringslijn voor podcasts;
- Audiodescriptie: volledige dekking of minstens conform bestaande regels (cf. BHO VRT)

Herziening stimuleringsregeling en investeringsverplichting:

- Advies in de vorm van vijf mogelijke scenario's, gebaseerd op analyse van alle data;
- Uitgangspunten voor mogelijke scenario's zijn: 1) gelijkschakeling van de stimuleringsregeling en investeringsverplichting (level-playing field); 2) proportionele bijdrage; 3) investeringsverplichting zonder belemmering van andere mogelijke vormen van exploitatie; 4) focus op kwaliteitsvolle inhoud en creatieve makers; 5) waakzaamheid voor perverse effecten waarbij bepaalde spelers disproportioneel bevoor- of benadeeld worden; 6) rekening houden met de impact van COVID-19;
- Vijf scenario's variërend in mate van herziening van bestaande regels en van betrokken actoren.

Gamebeleid:

- Advies op basis van belangrijkste noden: vinden van kapitaal, zakelijke skills, zichtbaarheid
- Een financieel driesporenbeleid: 1) subsidies: centrale rol van VAF/Gamefonds met verhoogd budget; 2) leninglijn op maat van de sector en met een fast lane; 3) fiscale voordelen: Tax shelter;
- Nood aan een financieringslijn voor vertical slice projecten via VAF of PMV;
- Nood aan een stedelijke game hub en uitbreiding opleidingsaanbod naar masteropleiding;
- Doorstart herwerkt Actieplan Gaming.

Ruimer mediabeleid:

- Meer investeren in Screen Flanders, behoud participatie in Eurimages;
- Aandacht voor zicht- en vindbaarheid Vlaamse content (due prominence);
- Opvolging COVID-19 maatregelen, post-COVID-19 inzetten op: promotie Vlaamse audiovisuele content, ondersteuning distributie, innovatie en restauratie vertoningsplekken;
- Voor de ganse sector: aandacht voor diversiteit en inclusie en voor het naleven van het Sociaal charter, arbeidsomstandigheden en regels van het goed bestuur;
- Aandacht voor definitie en naleving van 'onafhankelijke producent' en van auteurswetgeving die billijke vergoedingen garandeert;
- Overleg met het beleidsdomein onderwijs omtrent betere afstemming eindtermen opleidingen op professionele realiteit en verwachtingen sector.

Inleiding

Het Departement Cultuur, Jeugd en Media van de Vlaamse overheid wenst een doorlichting van het Vlaams audiovisueel beleid met inbegrip van een analyse van het gamebeleid. De opdrachtgever verwacht een brede analyse van het audiovisueel beleid. Concreet omvat dit een analyse en evaluatie van het Vlaams Audiovisueel Fonds, de stimuleringsregeling voor dienstenverdelers en de investeringsverplichting voor niet-lineaire omroeporganisaties, alsook een analyse van belangrijke trends en behoeften in de sector. Het doel is aanbevelingen te voorzien voor de beheersovereenkomst van het VAF (in te gaan vanaf 2022) en voor een versterkt beleidskader voor audiovisuele en videogame-productie en -distributie. De opdrachtgever vraagt daarom ook expliciet analyses van huidige verschuivingen in het internationale en lokale landschap die een invloed hebben op de productie, distributie en consumptie van audiovisuele content in Vlaanderen, en hoe dit vertaald moet worden naar een coherent audiovisueel beleid.

Kernvragen die in de studie aan bod komen zijn:

- Hoe wenselijk en nodig is het om bestaande investeringsverplichtingen uit te breiden?
- Hoeveel middelen zijn nodig voor het in standhouden van lokale film- en televisieproductie? Welk aandeel moeten de audiovisuele fondsen daarin innemen? Leveren bestaande financieringskanalen voldoende middelen om een sector op de kaart te zetten en duurzaam te houden, of ontbreken belangrijke hefboomen?
- In welke mate dienen steunfondsen zich aan te passen aan de komst van nieuwe spelers? Moeten spelers als Streamz en Netflix rechtstreeks kunnen indienen bij het VAF/Mediafonds of VAF/Filmfonds voor ondersteuning? Moet ondersteuning gekoppeld worden aan regels om in open net – free-to-air – uit te zenden?
- Welke accenten moeten steunmaatregelen krijgen om tegemoet te komen aan een hertekende context? Hoe kunnen reglementen en aanvraagprocedures rekening houden met criteria zoals kwaliteit en marktpotentieel?
- Hoe kunnen audiovisuele fondsen en beleidsmakers stappen nemen op het vlak van gendergelijkheid binnen representatie en werken in de audiovisuele sector? Welke rol dient het VAF hierin te spelen en in hoeverre kan ook meer kansen geboden worden voor het versterken van etnisch-culturele inclusie. Welke stappen moeten audiovisuele spelers nemen voor het versterken van de toegankelijkheid van het aanbod?
- In hoeverre vormt de bestaande financiering en invulling van het VAF/Gamefonds een antwoord op de noden van de sector? Vinden de instrumenten van het VAF/Gamefonds voldoende hun weg naar de sector, heeft het VAF/Gamefonds gezorgd voor een wezenlijke ondersteuning, of groei van de sector en in hoeverre is de uitbreiding van het bestaande portfolio voor ondersteuning van games, wenselijk en noodzakelijk?

Het onderzoek schrijft zich in binnen de disciplines van mediabeleid en media-economie. De studie berust op een combinatie van methoden:

1. Deskresearch van secundaire data (rapporten European Audiovisual Observatory, MEDIA, consultancy-studies), actueel academisch onderzoek en data afkomstig uit *trade industry press*;
2. Analyse van cijfergegevens en financiële data (analyse volumes fictie, budgetten, gender gap) van binnen- en buitenlandse bronnen;
3. *Close reading* van beleidsdocumenten, jaarverslagen van Vlaanderen en vergelijkbare of relevante andere markten;
4. Casestudies waar wenselijk en noodzakelijk om buitenlandse best practices te duiden;
5. Benchmarking van cijfergegevens en buitenlandse procedures, bv. vergelijking premies buitenlandse fondsen; omschrijving definities investeringsverplichtingen en berekeningswijzen
6. Scenario building oefeningen met oog op uitwerken van de aanbevelingen;

7. 45 expertinterviews met vertegenwoordigers van omroepen, bioscopen, dienstenverdelers, distributeurs, producenten, auteurs, game-industrie en de diverse steunmaatregelen.

Gezien de omvang van het audiovisueel beleid, de reikwijdte van de trends en de mate waarin maatregelen verspreid zijn over diverse niveaus (Vlaanderen, federaal, Europees) en diverse bevoegdheden (media, cultuur, innovatie, onderwijs, economie, fiscaal beleid), biedt de studie geen volledige evaluatie van alle aspecten van het audiovisueel beleid. Er werden keuzes gemaakt, bepaald door de opdrachtgever en op basis van het goedgekeurde onderzoeksvoorstel van VUB en UA. Waar nodig en wenselijk, worden ook aanbevelingen gedaan voor bredere onderdelen van het audiovisueel beleid.

De studie sluit aan bij, en bouwt voort op, eerder onderzoek naar het Vlaamse audiovisueel en gamebeleid in opdracht van de Minister van Media en het Departement CJM: de analyse van fictiefinanciering in 2014 (imec-SMIT-VUB in samenwerking met imec-MICT-UGent), de analyse van het VAF/Gamefonds in 2016 (imec-SMIT-VUB in samenwerking met imec-MICT-UGent), de studie 'Doorlichting audiovisueel beleid' (Econopolis in samenwerking met imec-SMIT-VUB), de Econopolis/imec-SMIT-VUB studie uit 2018 naar uitgesteld kijken en platformisering, en de vergelijkende studie verplichtingen on-demand audiovisuele diensten uit 2018 (imec-SMIT-VUB).

Imec-SMIT-VUB, in samenwerking met de Universiteit Antwerpen, voerde deze studie uit. Promotoren van het onderzoek zijn Pieter Ballon (VUB), Simon Delaere (VUB) en Hilde Van den Bulck (UA). De studie liep van midden november 2020 tot eind april 2021. De interviews vonden plaats tussen januari en maart 2021.

De onderzoekers wensen de opdrachtgever te bedanken voor het vertrouwen en de aangename samenwerking en dankt de diverse experts en stakeholders die bereid waren data ter beschikking te stellen en/of de onderzoekers te woord te staan voor een interview. Speciale dank gaat uit naar het Vlaams Audiovisueel Fonds voor de medewerking en het verstrekken van toegang tot alle relevante data voor het uitvoeren van deze studie. Het onderzoeksteam dankt ook Eline Livémont, Vicky Vanbellingen en Marlen Komorowski voor hun belangrijke bijdragen in deze studie.

Dit rapport bestaat uit 6 hoofdstukken:

1. Hoofdstuk 1 schetst de belangrijkste trends en marktcontext voor de Vlaamse audiovisuele sector;
2. Hoofdstuk 2 presenteert een analyse van de Vlaamse audiovisuele sector, zowel voor film als televisie, met een klemtoon op scripted tv;
3. Hoofdstuk 3 presenteert een overzicht van de belangrijkste steunmaatregelen voor de audiovisuele sector, en maakt daarbij de vergelijking met andere relevante cases;
4. Hoofdstuk 4 omvat een evaluatie van die verschillende steunmaatregelen, aan de hand van een analyse van de output enerzijds, en gesprekken met diverse stakeholders anderzijds;
5. Hoofdstuk 5 presenteert een analyse van de behoeften en noden van de videogamesector, op basis van een analyse van mapping van beleidsmaatregelen, een evaluatie van het VAF VAF/Gamefonds en bevraging van de sector;
6. Hoofdstuk 6 ten slotte presenteert de aanbevelingen voor een duurzaam audiovisueel beleid.

Hoofdstuk 1

Trends en uitdagingen voor de audiovisuele sector

1. Hoofdstuk 1: Trends en uitdagingen voor audiovisuele markten

Inleiding

Dit hoofdstuk beschrijft een reeks belangrijke transformaties in de manieren waarop audiovisuele content wordt verdeeld naar en geconsumeerd door het brede publiek. Deze transformaties zijn rechtstreeks gerelateerd met veranderingen in de distributiemodellen en het onderliggende waardenetwerk tussen de betrokken bedrijven. De nieuwe distributievormen maken nieuwe release-windows mogelijk naar de consument toe, wat een impact heeft op de manier waarop rechten gevaloriseerd worden. Zo verhoogt de groeiende populariteit van het SVOD-window waar tv-series steeds vaker het eerst in verschijnen de waarde van de exploitatierechten van deze window. Deze factoren veroorzaken een relatieve verschuiving van de geldstromen naar nieuwe exploitatievormen die relatief meer gedomineerd worden door internationale spelers, ten koste van de verdienmodellen van lokale spelers.

De komst van Subscription video-on-demand-diensten (SVOD) zoals Netflix, Disney+ of Amazon Prime Video zorgen ook in Vlaanderen voor een sterke verschuiving in het media-ecosysteem. Nieuwe vormen van kijkgedrag drukken nog meer op lineair kijken, en de concurrentie met SVOD-platformen zet druk op de financiering van lokale originele audiovisuele content.¹ Lineaire omroepen, traditioneel de belangrijkste financiers van audiovisuele content, zien het aandeel lokale content langzaam terugdringen in de totale tijdsbesteding van de Vlaamse kijker, terwijl het nét die lokale content is die hen onderscheidt van buitenlandse, hoofdzakelijk Amerikaanse spelers^{2,3,4}.

Dit hoofdstuk behandelt een reeks marktfactoren en trends kenmerkend voor de competitie binnen het audiovisuele landschap, die een impact hebben op de Vlaamse audiovisuele sector.

- De transformatie van de waardeketen in een waardenetwerk, vaak met meezijdige platformen,
- De mate waarin nieuwe diensten een complement of een substituut zijn,
 - (I) De groei van relatief nieuwe release windows (TVOD, SVOD, AVOD) en de compressie van de bestaande windows (lineaire tv, bioscoop),
 - (II) Het verband tussen nieuwe windows en exploitatierechten,
 - (III) Toename van de kwantiteit van beschikbare content, en de gerelateerde groei van benodigde productiebudgetten,
 - (IV) De specifieke druk op het bioscoopwindow,
 - (V) De impact van COVID-19 op de audiovisuele sector,
- Genderongelijkheid in de audiovisuele sector.

Strategische context van het audiovisuele landschap

De belangrijkste transformaties in het audiovisuele landschap betreffen verschuivingen in de waardeketens en de opkomst van nieuwe actoren, die aanleiding geven tot het ontstaan van relatief

¹ Lobato, R. (2019). Netflix nations: the geography of digital distribution. NYUPress, New York.

² Econopolis. 2017. Doorlichting Vlaams audiovisueel beleid. [Evaluation of the Flemish audiovisual policy] Wilrijk: Econopolis/imec-SMIT-VUB.

³ Econopolis. 2018. Leefbaarheid van productie, aggregatie en distributie van audiovisuele content in Vlaanderen. [Sustainability of production, aggregation and distribution of audiovisual content in Flanders]. Wilrijk: Econopolis/imec-SMIT-VUB.

⁴ European Audiovisual Observatory. 2018. Online video sharing: offerings, audiences, economic aspects. Strassbourg: EAO. <https://rm.coe.int/online-video-sharing/16808b2e16>

nieuwe release windows. Rond de controle van deze release windows is een strijd ontsponnen om de exploitatierechten die exclusieve controle verlenen aan de rechten- of licentiehouders. Tegelijk observeren we de opkomst van meerzijdige platformspelers als YouTube die buiten de traditionele distributievormen om audiovisuele content vergaren die is geproduceerd door eindgebruikers.

De waardeketen van het traditionele distributiemodel van de TV-industrie ondergaat momenteel een forse metamorfose door de opkomst van niet-lineaire diensten die de commerciële link tussen netwerkdienstenleverancier en omroep kunnen ontbundelen.^{5,6}

Bij lineaire TV bestaat er een symbiotische, commerciële relatie tussen (private en openbare) omroepen enerzijds en distributiespelers anderzijds. De vrijheid waarmee een distributiespeler haar standaard TV-boeket samenstelt en de kanalen binnen dat boeket ordent wordt beperkt door de populariteit van bepaalde kanalen. Enkel voor de must-carry kanalen vermeld in artikel 186 § 1 van het Mediadecreet bestaat een doorgifteverplichting voor distributiespelers wat betreft een korte lijst van openbare omroepen.⁷ Deze commerciële evenwichtsoefening is afwezig bij OTT-spelers die niet afhankelijk zijn van de samenstelling van de lineaire tv-boeketten, en kunnen rekenen op de Europese net neutraliteitswetgeving om de telecomoperatoren ervan te weerhouden hun bereikbaarheid via het open internet af te snijden.⁸

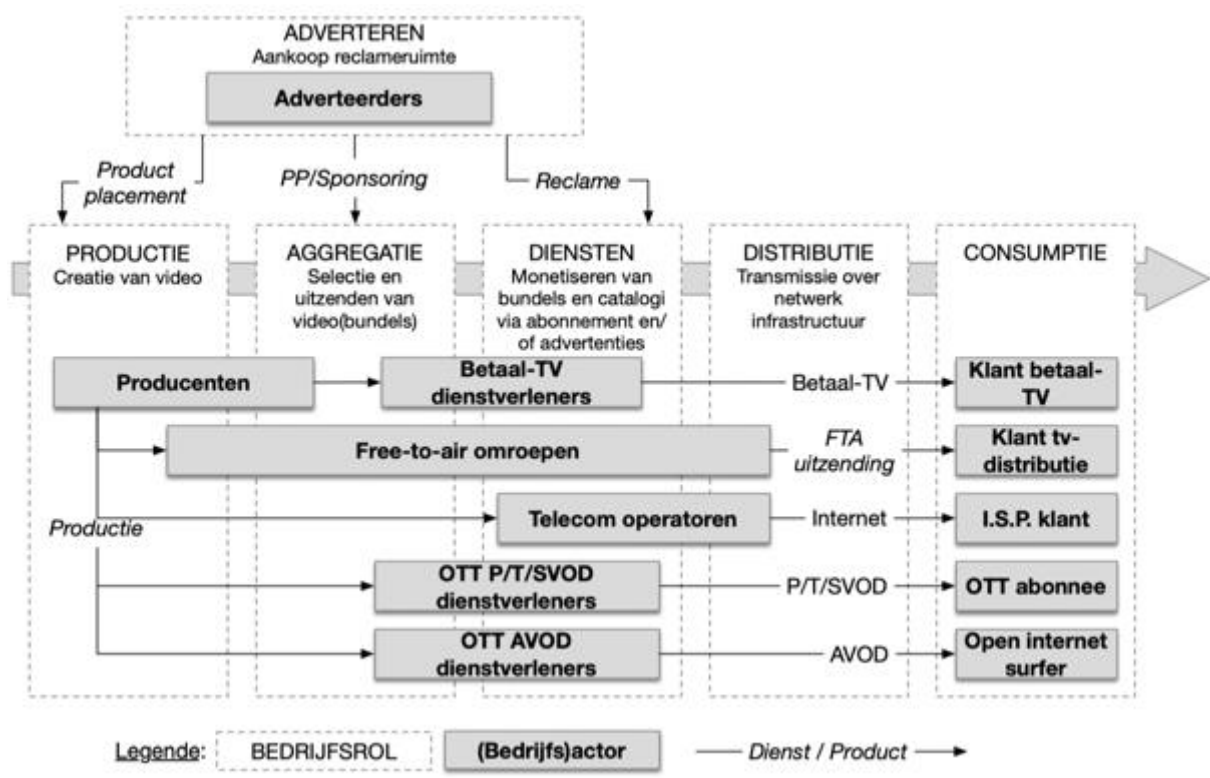
De traditioneel lineaire waardeketens van productiehuis, via omroep en distributiespeler tot de kijker zijn door deze transformatie getransformeerd tot waardenetwerken, waar steeds vaker platformeffecten optreden.

⁵ Lotz, A. D. (2014). *The television will be revolutionized*. New York: New York University Press.

⁶ Strangelove, M. (2015). *Post-TV: Piracy, cord-cutting, and the future of television*. Toronto: University of Toronto Press.

⁷ Radio- en TV-omroepen van de Franse en Duitstalige Gemeenschap, en de openbare omroepen van Nederland. VRM (2021) 4.2.1 Must-carryverplichting, must-offerverplichting en evenementenregeling. <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/4-stimulering-van-diversiteit-mogelijke-remediering-en-beleidsaanbevelingen/42-tegengewicht/421-must>

⁸ Net neutraliteit wordt gegarandeerd in Art. 23 in Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL laying down measures concerning the European single market for electronic communications and to achieve a Connected Continent, and amending Directives 2002/20/EC, 2002/21/EC and 2002/22/EC and Regulations (EC) No 1211/2009 and (EU) No 531/2012. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52013PC0627>



Figuur 1: Waardenetwerk video content (Auteurs)

Gawer en Cusumano (2002)⁹ identificeren vier hefboomen aan de aanbodzijde waarmee een onderneming haar competitieve positie kan versterken, en elke hefboom is relevant voor een begrip van de strategische krachten die spelen in dit audiovisuele landschap.

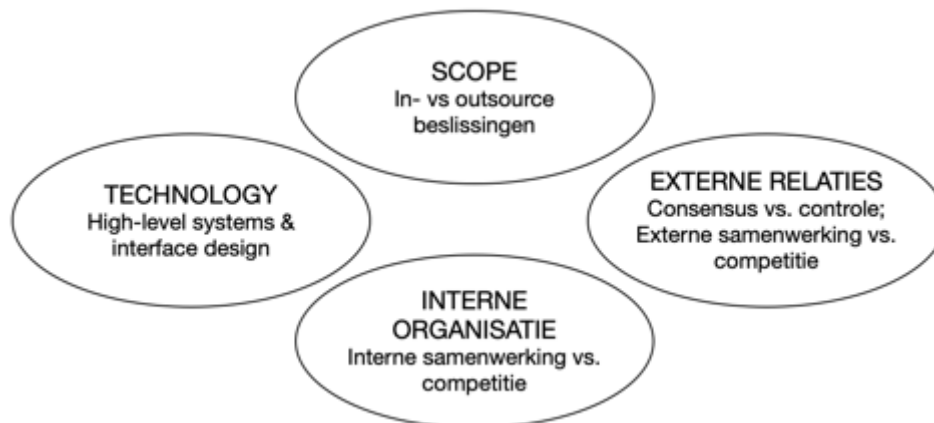
De eerste hefboom is de *scope* van de onderneming, waarbij ze beslist welke complementen zij binnen de onderneming zal produceren en wat zij aan externe ondernemingen overlaat. Dit is relevant voor de beslissing tussen het zelf produceren of het extern aankopen van content.

Ten tweede moeten ondernemingen een besluit nemen over hun *producttechnologie*, wat zich in de audiovisuele sector vertaalt naar keuzes over op welke technische kanalen men zijn diensten zal beschikbaar maken (kabel, xDSL, vast internet, mobiel internet).

Ten derde moeten de *externe relaties* worden beheerd, en meer in het bijzonder moet een evenwicht worden gevonden tussen consensus- en controlestrategieën, en tussen samenwerkings- en concurrentiestrategieën.

Ten vierde moeten *binnen de organisatie* beslissingen worden genomen over de vraag of interne afdelingen al dan niet onderling concurrerende diensten mogen uitrollen, dan wel op elkaar moeten afstemmen.

⁹ Gawer, A., and Cusumano, M.A. (2002) *Platform Leadership: How Intel, Microsoft and Cisco Drive Industry Innovation*. Boston: Harvard Business Press.



Figuur 2: Vier hefboomen van platformdominantie (Gebaseerd op Gawer en Cusumano, 2002)

De keuze voor het soort verdienmodel is van invloed op de marktopportunititeit van mediabedrijven die in deze consumentenmarkt opereren. Een cruciale keuze is dan ook of men advertentie-gesponsorde toegang wil bieden aan eindgebruikers, of dat men een rechtstreekse betaling wil vragen aan de eindgebruikers (of een mengvorm van deze twee inkomstenstromen). Bij de keuze voor het advertentie-gebaseerde verdienmodel, kan men bereik verkopen aan een bepaald publiek, en/of kan men investeren in het verzamelen van persoonlijke informatie om gepersonaliseerde reclame mogelijk te maken. Wanneer men kiest voor een direct verdienmodel, kan men de consument een forfaitair bedrag voorstellen (een licentie of abonnement) of gebruik maken van op transacties gebaseerde vergoedingen (betalen per artikel).

Evans en Schmalensee (2013)¹⁰ wijzen erop dat een op reclame gebaseerd platform niet alleen rechtstreeks concurreert met platformen die gelijkaardige advertentie-gebaseerde diensten leveren aan de consument, maar ook indirect met alle initiatieven die reclame-inkomsten trachten te onttrekken aan de algemene economie. De hoeveelheid beschikbare reclamegelden in een bepaalde markt (lokaal, nationaal of mondiaal) is eindig, en reclame-uitgaven voor een bepaald soort mediagoederen kan immers snijden in de beschikbare reclame-uitgaven langsheen andere mediagoederen.

In meerzijdige markten moet een platform ook kiezen of het zich al dan niet op een productniche wil richten.¹¹ De strategieën van de mondiale, op advertenties gebaseerde platformen zijn gericht op een breed/difffuus content-aanbod, maar op niches gefocuste mediaplatformen kunnen de concurrentie met deze mondiale schaal vermijden door een meer precieze productdifferentiatie. Merk op dat deze strategische afweging betrekking heeft op de waardepropositie zoals die door de consument wordt ervaren. De wereldwijde spelers kunnen identiek dezelfde content ergens op hun enorme platformen hebben staan, maar als de gefocuste spelers worden gezien als degenen die gespecialiseerd zijn in bepaalde content, kunnen zij toch de favoriete bestemming zijn voor de consumenten van deze content.

YouTube, bijvoorbeeld, richt zich niet op een specifieke niche van video-inhoud. Aan de andere kant van het spectrum bevinden zich kanalen die zich richten op een zeer specifieke niche, zoals *Crunchyroll.com*, *Rooster Teeth*, of *Acorn.tv*. *Crunchyroll.com* richt zich op anime en heeft een miljoen abonnees die gemiddeld 7 dollar per maand betalen voor reclamevrije toegang. *Crunchyroll* is een dochteronderneming van Ellation, de video-abonnementstak van Otter Media Holdings, die op zich een joint venture is van telecommunicatiebedrijf AT&T met de Chernin Groep (een mediaholding van Peter Chernin). *RoosterTeeth.com* behoort ook tot Otter Media Holdings en produceert originele inhoud voor fans van video-games en heeft 200.000 betalende abonnees vanaf \$2,99/maand. *Acorn.tv* biedt alleen

¹⁰ Evans, D. S. and Schmalensee, R., (2013) The Antitrust Analysis of Multi-Sided Platform Businesses', *NBER Working paper*, February 2013. <http://www.nber.org/papers/w18783>

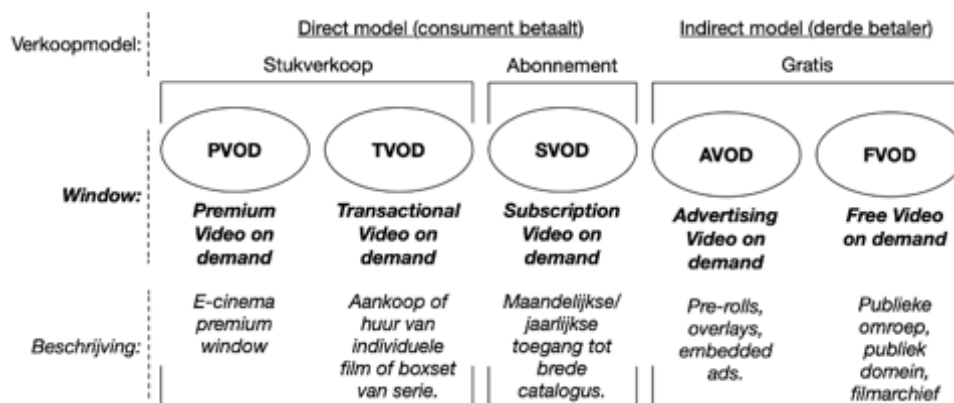
¹¹ Cennamo, C. and Santalo, J. (2013) Platform competition: Strategic trade-offs in platform markets. *Strategic Management Journal*, Vol. 34, pp. 1331-1350.

Britse inhoud aan voor \$4,99 per maand of \$49,99 per jaar, en is eigendom van RLJ Entertainment, een van de eigendommen van de holding RLJ Companies. Cennamo en Santalo (2013) benadrukken dat een platform zich door deze niche-productdifferentiaties als verschillend van de generalistische platformen kan positioneren, de concurrentie met deze andere platformen kan vermijden, en zo sneller kan groeien dan wanneer zij zich zouden richten op een globale “winner-takes-most” strategie.

Deze transformaties van de waardenketens hebben een directe impact op de release windows van tv-programma's en langspeelfilms. Traditioneel genoten tv-fictie reeksen eerst een lineaire uitzending (al dan niet op een gratis of een betaalkanaal), en werden daarna te koop aangeboden in de retail verkoop (DVD, BluRay) in een stukverkoopmodel. Films werden traditioneel eerst vertoond in de bioscoop, verschenen vervolgens in de retail als stukverkoop (DVD, BluRay), en werden tenslotte soms in licentie aan tv-kanalen verkocht.

De opkomst van niet-lineaire distributieplatformen in een SVOD formule (*Netflix, Disney+, Amazon Prime Video*) of een AVOD formule (*YouTube*) heeft de concurrentie om de kijker de afgelopen jaren verhevigd door een proliferatie van de exploitatievormen. Onderstaande figuur toont de verscheidene VOD windows die momenteel beschikbaar zijn naar de consument toe. De duurste verkoopmodellen zijn PVOD (Premium Video On Demand) en TVOD (Transactional Video On Demand), waar de consument tegen betaling toegang krijgt tot 1 film, tv-aflevering of tv-reeks (stukverkoop). Steeds vaker verschijnen films of tv-reeksen in dit exclusief betalend preview window voor of gelijktijdig met de live vertoning in de bioscoop of de lineaire tv. In de PVOD formule bracht Disney+ de film *Mulan* uit in september 2020 als een exclusieve “pay-to-stream” optie voor \$29,99 en verdiende hiermee naar schatting 33,5 miljoen dollar aan extra inkomsten tijdens het openingsweekend.¹²

De SVOD formule is relatief goedkoper dan TVOD, aangezien de gebruiker gedurende een specifieke periode onbeperkte toegang heeft tot een ganse catalogus van films, reeksen, animatie of documentaires in ruil voor een abonnementsprijs.



Figuur 3: Soorten verkoopmodellen en release windows (Auteurs)

De aanwezigheid van mediagoederen op bepaalde platformen en in bepaalde windows hangt af van de wijze waarop de exploitatierechten onderhandeld zijn, en deze exploitatierechten zijn bijgevolg het voorwerp van een verhevigde concurrentie tussen traditionele omroepen, telecomoperatoren en OTT-spelers. Terwijl Hollywood vroeger films en tv-series standaard aan Europese omroepen verkocht na eerste vertoning in hun thuisland, hamsteren Amerikaanse toeleveranciers steeds vaker hun beste content om rechtstreekse relaties op te bouwen met hun Europese consumenten.

¹² Wang, Tiffany (2020) *Mulan Made \$33.5 Million In First Weekend On Disney+*. *Screenrant.com*, 9 September 2020. URL: <https://screenrant.com/mulan-movie-opening-weekend-box-office-disney-plus-profit/>

Onderstaande figuur toont de exploitatierechtcareousel van Netflix naar Hulu, HBO Max, Peacock (van NBC), terug naar HBO Max en uiteindelijk terug bij Netflix van twee films uit Christopher Nolan's batmantrilogie, *Batman Begins* en *The Dark Knight*. Gelijkaardige rechtenverschuivingen gebeurden ook met populaire sitcoms zoals *The Office* (de VS variant), *Friends* of *Seinfeld*.

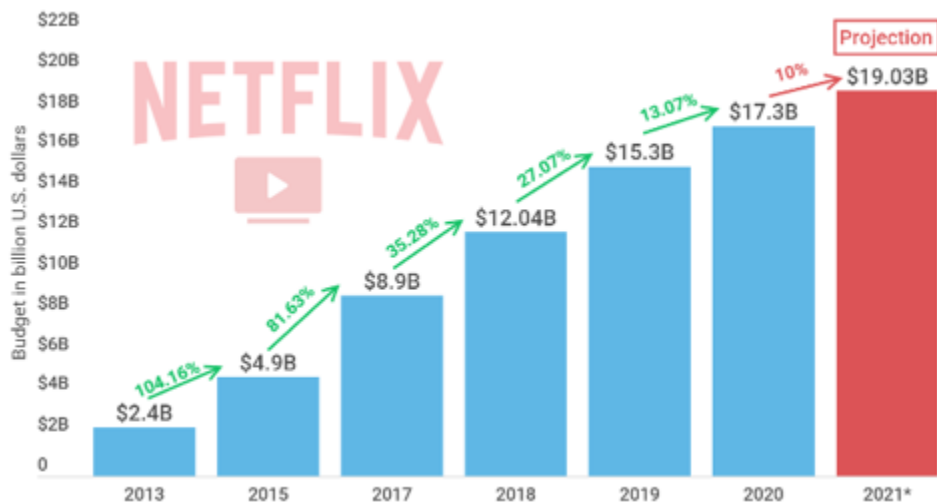


Figuur 4: Exploitatierechten voorbeeld (PCMag.com)

Investerings in lokale producties moeten in het licht van de strijd om controle op exploitatierechten gezien worden. Kijkers abonneren zich op OTT-streamingdiensten om toegang te hebben tot een mix van verse, editoriaal geselecteerde en exclusieve content.

Onder andere om de reden van exclusiviteit breidt Netflix haar lokale producties uit, zoals *Dark* in Duitsland of *Lupin* in Frankrijk. Netflix heeft de afgelopen jaren haar productiebudget stelselmatig verhoogd om aan deze vraag te voldoen. De onderneming zal naar verwachting in 2021 19 miljard dollar uitgeven aan content (bijna acht keer het totale tv-budget van BBC), een stijging ten opzichte van \$15,3 miljard in 2019.¹³

¹³ Griffith, Eric (2021) Netflix Will (Probably) Spend \$19 Billion on Video in 2021. PCMag.com, 11 January 2021. <https://www.pcmag.com/news/netflix-will-probably-spend-19-billion-on-video-in-2021>



Figuur 5: Netflix inkomsten groei 2013-2021

Traditionele lokale dienstenverdelers dreigen hierdoor steeds minder toegang te hebben tot aantrekkelijke content. Zo kondigde Disney in 2017 aan dat ze haar overeenkomst met Netflix voor de verspreiding van haar content zou beëindigen vanaf 2019, om haar eigen *Disney+* dienst te kunnen lanceren.¹⁴ HBO kondigde aan haar overeenkomsten met telecomoperatoren uit te faseren in die landen waar ze hopen een hogere opbrengst te halen uit hun *HBO Max* SVOD dienst. Telenet communiceerde dat HBO tot nader order hun contract niet wil beëindigen, dus dit aanbod in de lokale *Streamz* catalogus beschikbaar zal blijven.¹⁵ De dreiging van verwijdering geeft HBO wel een bijkomend onderhandelingsvoordeel in de gesprekken over de verlenging van de licentievergoeding. Tegelijk toont dit de afweging die een laatkomer in een SVOD-markt moet maken (zoals HBO Now in de Vlaamse markt) tussen gegarandeerde licentie-inkomsten van een telecomoperator versus het moeten investeren in lokale content, marketing van die content, en ondersteunende diensten (helpdesk, individuele facturatie) om te kunnen marktaandeel inpalm van de reeds gevestigde spelers zoals Netflix, Streamz of Disney+.

Complement of substituu?

Alhoewel OTT-diensten zoals PVOD, SVOD of TVOD de traditionele distributiespelers zien als neutrale tussenpartijen die geen inspraak hebben in de samenstelling van hun content, betekent dit niet dat telecomoperatoren deze diensten in principe altijd als een rechtstreekse bedreiging zien.

Veel telecomoperatoren kiezen ervoor om OTT-diensten te integreren in hun interface in de hoop dat ze hiermee minstens de consument kunnen verleiden tot behoud van een internet-, telefonie- en tv-bundel. Zo bieden Vlaamse telecomoperatoren de Netflix functionaliteit vaak aan via hun set-top-box om zich te positioneren als een gebruiksvriendelijke aggregator van het eigen kanalenboek met de externe content van OTT-spelers in één interface naar de eindgebruiker. Men rekent erop dat de klant het externe SVOD-abonnement als een complementaire dienst ziet en geen substituu. Het is wel opvallend dat in de meeste landen waar Amazon actief is met haar *Amazon Prime Video* dienst, telecomoperatoren minder geneigd zijn om *Amazon Prime Video* op dezelfde wijze in hun interface te integreren. Dit wijst er mogelijk op dat ze het bredere e-commerce aanbod van *Amazon Prime* dat SVOD

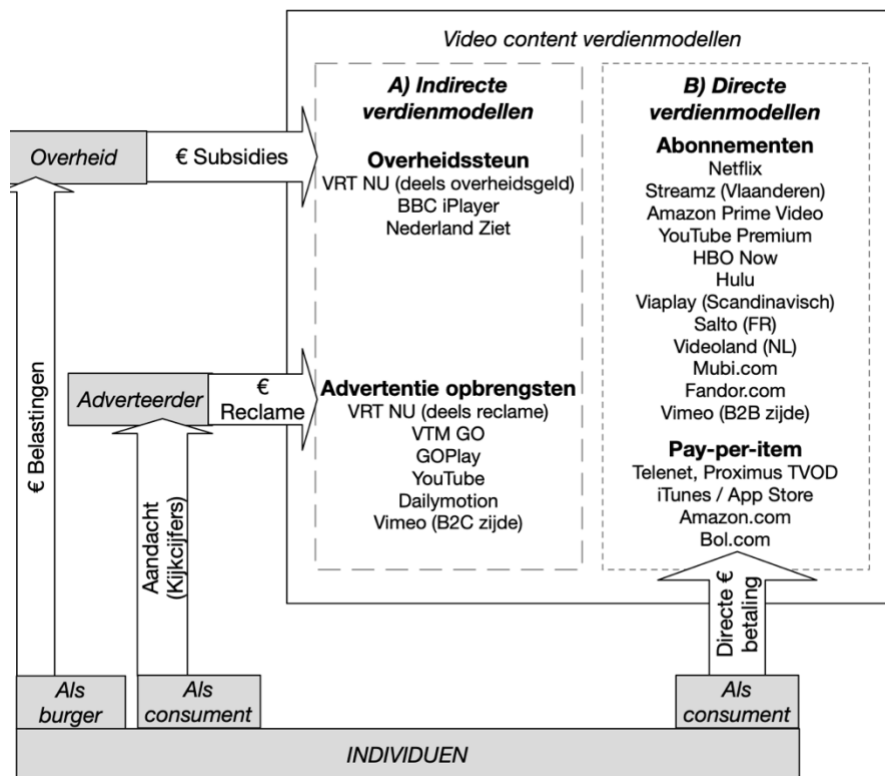
¹⁴ McAlone, Nathan (2017) Disney will dump its exclusive Netflix deal in 2019, and launch its own streaming service. *Business Insider*, 8 Aug. 2017. <https://www.businessinsider.nl/disney-ending-exclusive-netflix-deal-in-2019-launching-rival-streaming-service-2017-8?international=true&r=US>

¹⁵ Vangelder, Jozef (2021) John Porter (CEO Telenet): 'HBO zal zijn contract met Streamz niet opzeggen'. *Trends*, 29 Jan. 2021. <https://trends.knack.be/economie/bedrijven/john-porter-ceo-telenet-hbo-zal-zijn-contract-met-streamz-niet-opzeggen-video/article-longread-1694115.html>

en TVOD functionaliteit combineert met een crossmediaal aanbod (video, muziek, boeken, Washington Post) als bedreigender ervaren voor hun eigen aanbod dan de zuivere SVOD-diensten.

Naast complementariteit met telecomdiensten is SVOD ook deels complementair met lineaire TV, aangezien de laatste het blijvend voordeel heeft van gratis te zijn op het punt van eindconsumptie (weliswaar met reclame of mits overheidssteun). Tegelijk mag deze complementariteit niet overroepen worden. Zowel de betalingsbereidheid als de spendeerbare tijden van de consument voor video bezitten hun bovengrens, en aangezien SVOD en TVOD vissen in de vijver van directe verdienmodellen, en AVOD vist in de vijver van indirecte verdienmodellen, is het onrealistisch om te denken dat de marktintrede van nieuwe spelers in deze velden altijd boven op de inkomsten van de gevestigde spelers zou komen.

Een beter raamwerk om de mate van complementariteit versus substitutie van de sector te vatten, is door 'gratis' traditionele modellen (e.g. traditionele lineaire TV met reclame) te vergelijken met nieuwe gratis alternatieven (e.g. AVOD zoals YouTube of Dailymotion), en traditionele betalende modellen (e.g. betaal-TV) te vergelijken met nieuwe betalende modellen (e.g. SVOD zoals Netflix, Disney+, Streamz).



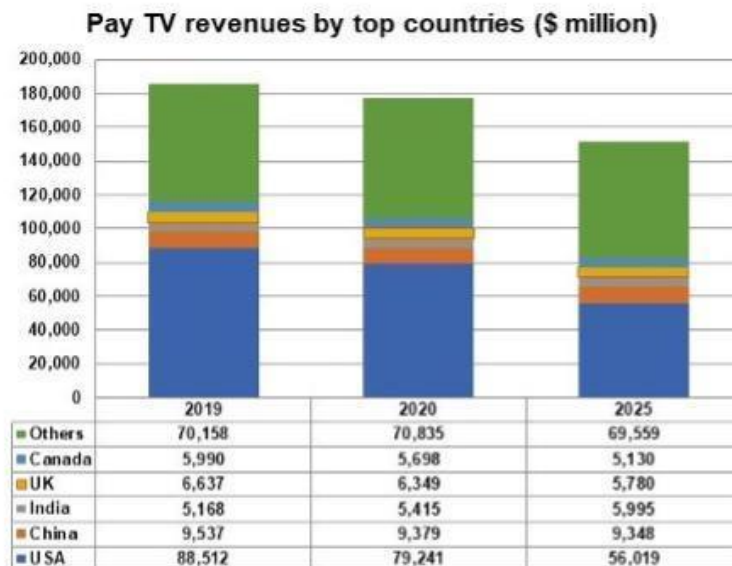
Figuur 6: Directe en indirecte verdienmodellen (Auteurs)

Vanuit die invalshoek bekeken, vormen Video Sharing Platformen (zoals YouTube, Instagram Video of TikTok) de meest rechtstreekse bedreiging voor het bereik van lineaire TV aangezien het een deel van de spendeerbare tijd opgebruikt, en vormen SVOD-spelers als Netflix of Disney+ een rechtstreekse bedreiging voor de inkomsten uit lokale betaal-tv of SVOD-initiatieven, aangezien het aanspraak maakt op een deel van directe betalingsbereidheid van consumenten.

Internationale trends betalende en advertentiegebaseerde platformen

Deze sectie beschrijft eerst de internationale trends qua betalende en advertentie-gebaseerde platformen. Sectie 1.5. zal van deze dienstenvormen de beschikbare Vlaamse cijfers geven.

Internationale markten verschillen vanzelfsprekend sterk van de lokale Vlaamse markt, maar tonen wel de bredere context waar de grote spelers zich in bewegen. De concurrentiestrijd tussen verscheidene platformen en windows blijkt duidelijk uit internationale cijfers. De wereldwijde markt voor betaaltelevisie piekte reeds in 2016 op 202 miljard dollar en zal naar verwachting dalen tot 152 miljard dollar in 2025.¹⁶ In de VS-markt wordt verwacht dat tussen 2019 en 2025 de betaal-tv markt met 23 miljard dollar zal krimpen. Aangezien inkomsten uit betaaltelevisie in de VS nog 105 miljard dollar bedroegen in 2015, betekent dit dat de inkomsten in 2025 zullen gehalveerd zijn in tien jaar tijd.



Figuur 7: Stagnerende omzet betaal-TV in selectie van landen (Advanced-Television, 2020)

Hoewel de marktintrede van *Netflix* en *Disney+* (en op termijn *Amazon Prime Video* en *HBO Max*) het totale volume van het rechtstreekse verdienmodel laat groeien, kan verwacht worden dat dit minstens een stagnatie en mogelijks een daling van het relatieve aandeel van inkomsten uit traditionele betaal-tv diensten zal veroorzaken in Vlaanderen.

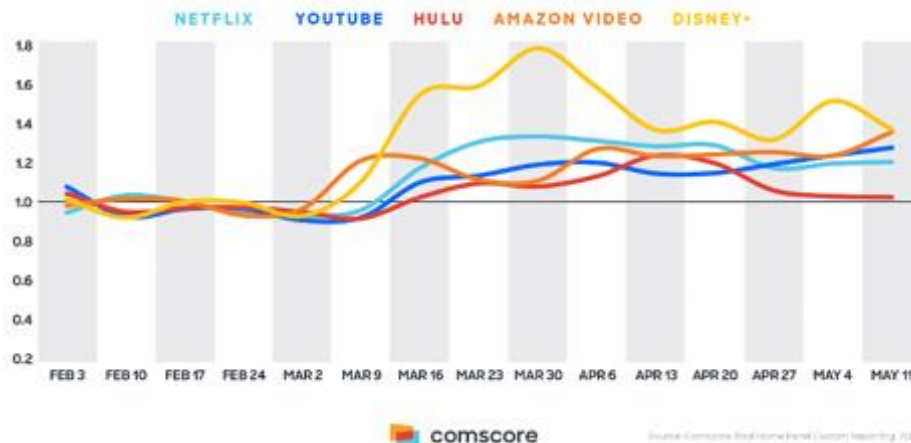
De digitale over-the-top videodiensten groeiden het afgelopen jaar fors dankzij de pandemie en de daarmee gepaard gaande lock-in maatregelen. *Netflix* overtrof de verwachtingen in haar eerste kwartaal van 2020 door 15,8 miljoen nieuwe abonnees binnen te halen wereldwijd, hun sterkste kwartaalgroei ooit.¹⁷ In de VS genoten alle streaming video platformen tijdens de piek van de pandemie een sterke groei (behalve *Hulu*), in het bijzonder de nieuwe *Disney+* dienst.

¹⁶ Advanced-Television (2020) Digital TV Research: Global pay-TV subs up, but revenues down. *Advanced-Television.com*, 9 October 2020. <https://advanced-television.com/2020/10/09/research-global-pay-tv-subs-up-but-revenues-down/>

¹⁷ Benes, Ross (2020) Q2 2020 Digital Video Trends. *eMarketer*, May 28, 2020. <https://www.emarketer.com/content/q2-2020-digital-video-trends>

Top Streaming Apps by Total Hours (Across all Streaming Platforms)

INDEXED AGAINST THE FEBRUARY WEEKLY AVERAGE FOR EACH STREAMING APP



Figuur 8: Relatieve groei video streaming apps februari-mei 2020 (Comscore, 2020) ¹⁸

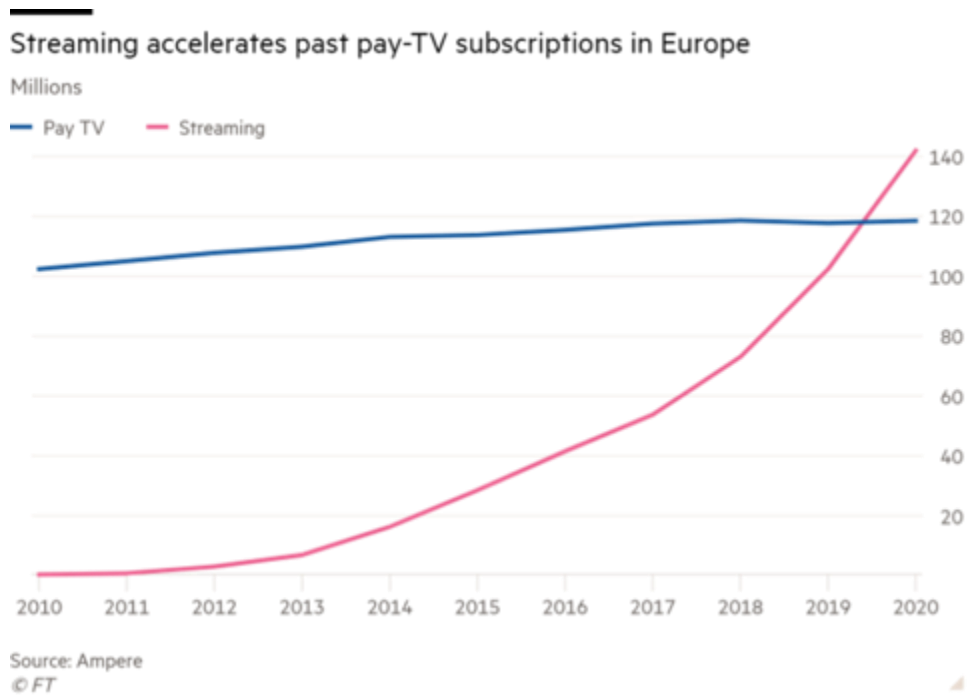
Meer dan de helft van de Amerikaanse huishoudens (53 procent) is geabonneerd op Netflix, gevolgd door Amazon Prime Video (43 procent) en Hulu (29 procent). Digital TV Research verwacht dat tegen 2025 SVOD-diensten wereldwijd \$100 miljard bruto omzet zullen realiseren, een verdubbeling ten opzichte van 2019.¹⁹

Sinds *Disney+* in november 2019 van start ging met 10 miljoen aanmeldingen op de eerste dag, kende de dienst een forse groei. Disney meldde dat in februari 2021 het aantal *Disney+* abonnees was gestegen tot 94,9 miljoen wereldwijd. *Disney+* heeft volgens schattingen van Ampere Analysis al minstens 13 miljoen abonnees in West-Europa. Hun model is gebouwd op hun exclusieve controle over de *Disney*, *Marvel*, *Star Wars* en verscheidene Fox series (*Simpsons*, *Family Guy*).

In Europa hebben de over-the-top streaming diensten dit jaar de traditionele betaal-tv-kanalen (aangeboden door telecomoperatoren) ingehaald wat betreft totaal aantal klanten.

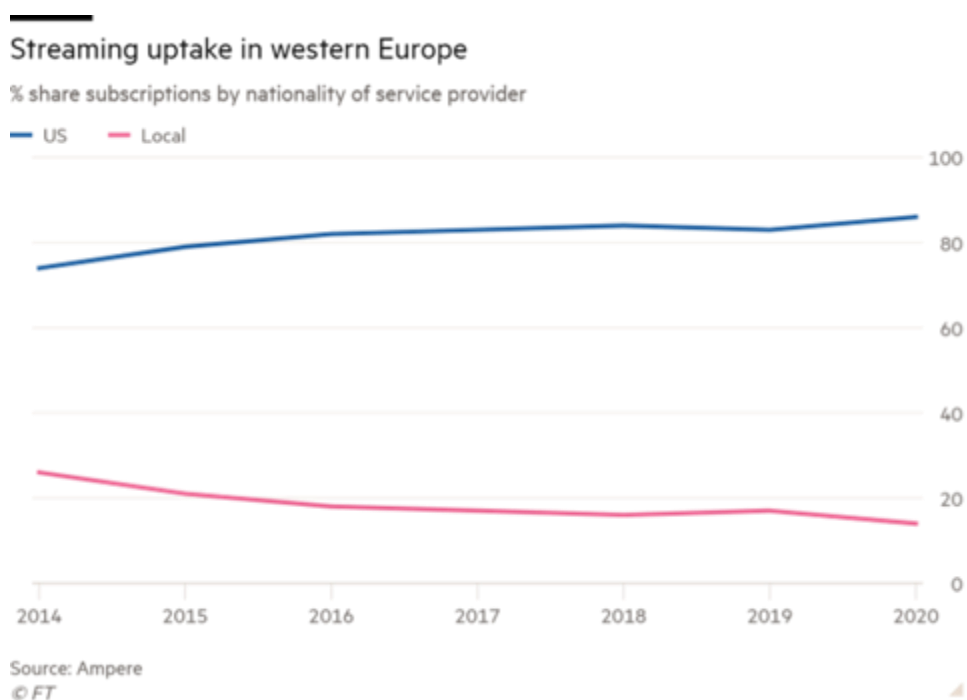
¹⁸ Comscore (2020) Streaming Services Continue to See Shifts in Viewing Behaviors During the COVID-19 Pandemic. Comscore, May 26, 2020. <https://www.comscore.com/Insights/Press-Releases/2020/5/Streaming-Services-Continue-to-See-Shifts-in-Viewing-Behaviors-During-the-COVID-19-Pandemic>

¹⁹ Balderston, Michael (2020) Streaming Industry to Cross \$100B in Revenue by 2025. *TVTech*, September 28 2020. <https://www.tvtechnology.com/news/streaming-industry-to-cross-dollar100b-in-revenue-by-2025-report>



Figuur 9: Aantal over-the-top-streaming klanten versus betaal-TV klanten (FT.com)

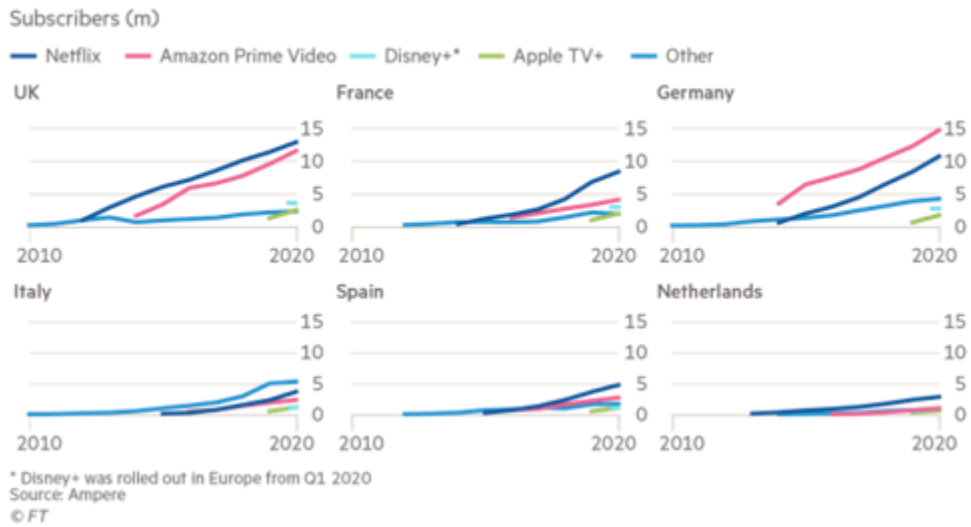
De Amerikaanse initiatieven zijn momenteel al heel populair in West-Europa. Ampere Analysis meldt dat Amerikaanse diensten als *Netflix*, *Amazon Prime Video*, *Disney+* of *Apple TV* samen een marktaandeel hebben van 85% van de 141 miljoen video-on-demand-abonnementen in West-Europa, terwijl nationale diensten een langzaam krimpend marktaandeel van iets meer dan 15% hebben.



Figuur 10: Dominantie van Amerikaanse streaming diensten in West-Europa (FT.com)

In Europa nemen vooral *Netflix* in alle en *Amazon Prime Video* in sommige landen het grootste marktaandeel in, met *Disney+* en *Apple TV* als volgers.

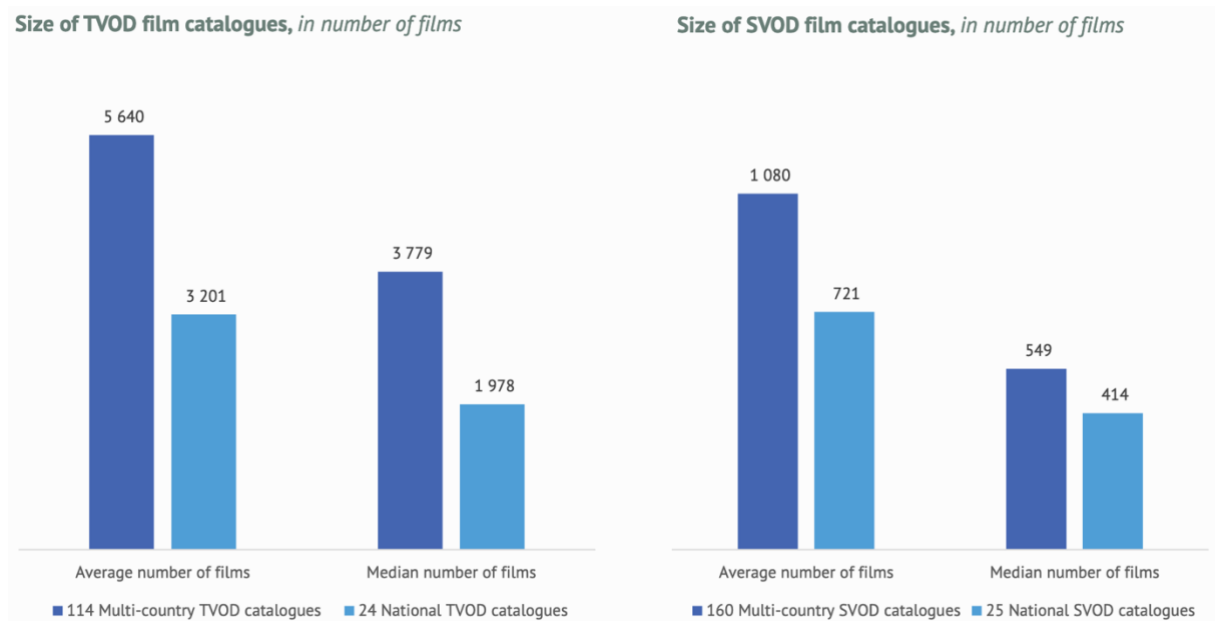
Streaming services in Europe are overwhelmingly American



Figuur 11: Populariteit van streaming diensten in 6 Europese landen (FT.com)

In de EU bevatten de TVOD-catalogi in 2019 gemiddeld 5.216 films versus 1.031 op SVOD, of 5 maal meer films op TVOD dan SVOD-catalogi.²⁰ Zowel de TVOD als SVOD-catalogi van multinationale spelers bevatten beduidend meer films dan nationale spelers.

Er staan gemiddeld 5.640 films op multinationale TVOD versus 3.210 op nationale TVOD, en gemiddeld 1.080 op multinationale SVOD versus 721 op nationale initiatieven. De illustratie hieronder vermeldt ook de mediaan aantallen, naast de rekenkundige gemiddelden.

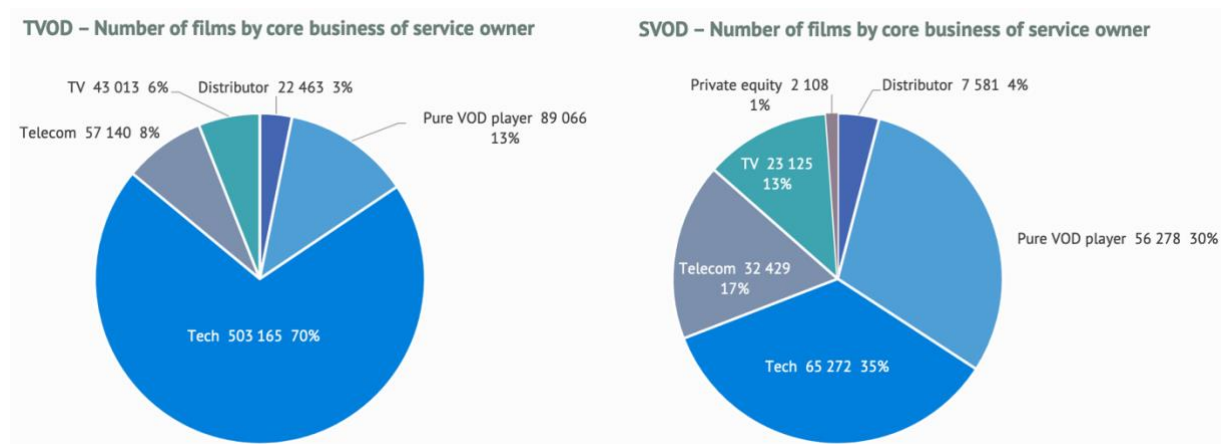


Figuur 12: Gemiddelde mediaan aantal films in multinationale en nationale TVOD en platformen (EAO, 2020, p. 18)

70% van alle films die via TVOD beschikbaar zijn, worden aangeboden door de grote technologiebedrijven Apple, Microsoft, Google en Amazon, en 13% door zuivere VOD spelers (figuur

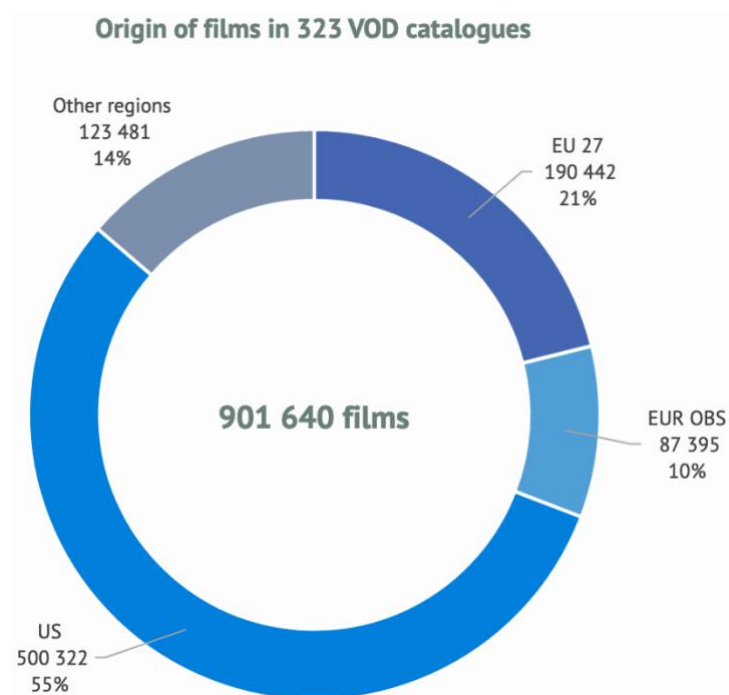
²⁰ European Audiovisual Observatory. (2020). Film and TV content in VOD catalogues. <https://rm.coe.int/film-and-tv-content-in-vod-catalogues-2020-edition-final/1680a13537>

onder, links). Bij SVOD is de dominantie van technologiespelers (vnl. Amazon en Apple) iets lager (35% van alle films via SVOD), en die van zuivere VOD spelers als Netflix, MUBI, Filmin of FilmoTV iets hoger dan bij TVOD het geval is (30%). In alle gevallen spelen actoren uit de TV, telecom- of distributiesector de rol van marktvolgers.



Figuur 13: Soorten VOD catalogi volgens sector (EAO, 2020, p. 35)

Niet alleen zijn Amerikaanse ondernemingen populair als eigenaar van de platformen, ook Amerikaanse content domineert de VOD-platformen met een aandeel van 55% tegen een 20% aandeel van Europese content in de EU. Ook moeten we verduidelijken dat het Europees marktaandeel voor de meerderheid wordt voorzien door vooral Franse (28%), Duitse (27%) en Italiaanse (10%) producties.²¹

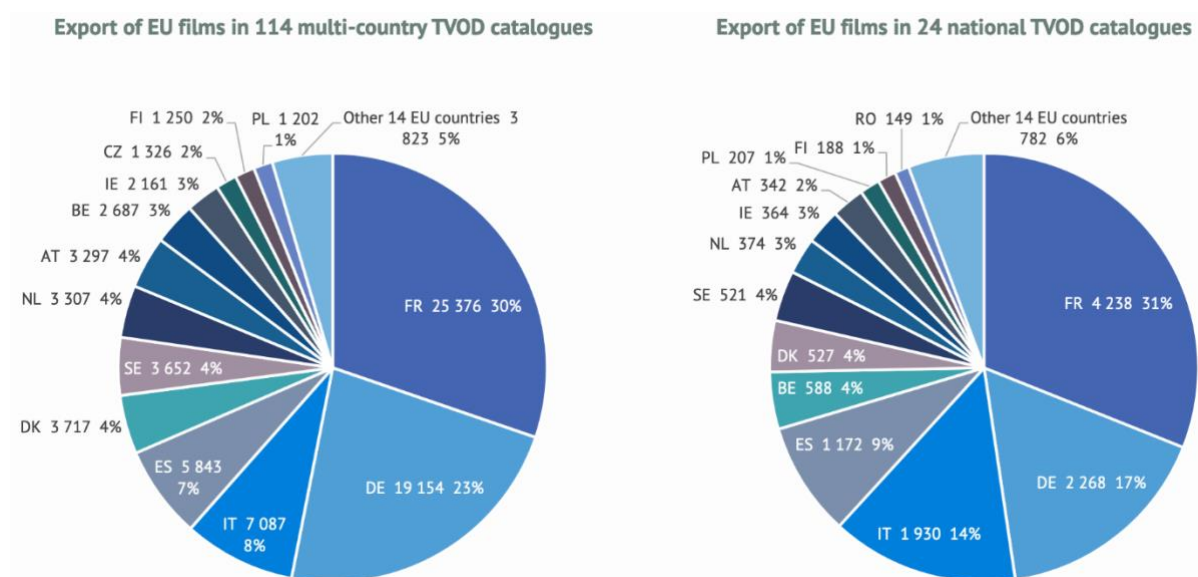


Figuur 14: Oorsprong van films in EU VOD catalogi (EAO, 2020, p. 27)

Het aandeel van Belgische films (dus: van de drie Gewesten) is volkomen in overeenstemming met het procentueel aandeel van het Belgisch BBP binnen het EU BBP, namelijk 3% (figuur hieronder). Vooral

²¹ European Audiovisual Observatory. (2020). Film and TV content in VOD catalogues. <https://rm.coe.int/film-and-tv-content-in-vod-catalogues-2020-edition-final/1680a13537>

Franse films zijn prominenter aanwezig in catalogi dan hun procentueel gewicht in de EU zouden laten veronderstellen.



Figuur 15: Aandeel films volgens land van oorsprong in TVOD catalogi (EAO, 2020, p. 45)

Een belangrijke internationale nieuwkomer is *Discovery*, die in januari 2021 de *Discovery Plus* dienst uitrolde in 12 Europese landen (V.K., Duitsland, Turkije, Italië, Spanje, Roemenië, Portugal, Griekenland, Tsjechië, Hongarije, Ierland en IJsland)²² in een partnerschap met telecomoperator Vodafone. De dienst zal ook het *Eurosport*-netwerk bevatten, dat de rechten heeft binnen het Europese vasteland op de komende (en door de Corona-pandemie uitgestelde) Olympische Spelen in Tokyo 2021. De voorwaarden van hun Olympische deal verschillen wel van land tot land omdat veel Europese landen uitzendregels hebben die voorschrijven dat de Spelen ook door free-to-air kanalen moeten worden uitgezonden.

Netflix, *Disney* of *Apple* nemen tot nader order niet deel aan biedingsoorlogen met traditionele tv-netwerken op het verkrijgen van exclusieve sportrechten. *Amazon* heeft zich wel al in deze strijd geworpen en heeft de rechten verworven op enkele wedstrijden van de *National Football League* (NFL) in de VS en de Engelse *Premier League* in het VK. Maar zelfs een reus als *Amazon* vermijdt tot nader order de grote contracten voor volledige topsportevenementen (wereldbikers voetbal, olympische spelen) of volledige competities.

Een belangrijke Europese nieuwkomer is *Viaplay*, gelanceerd door het Scandinavische *Nent* (Nordic Entertainment Group). De dienst is momenteel beschikbaar in Zweden, Noorwegen, Denemarken, Finland en IJsland. In deze landen is ze de tweede meest populaire OTT-dienst na *Netflix*, met 3 miljoen abonnees in de vier landen samen, in vergelijking met 4,2 miljoen *Netflix* abonnees in dezelfde regio. Geen enkele andere lokale abonnementsdienst in West-Europa kan de tweede plaats van *Nent* ten opzichte van *Netflix* op de lokale markt evenaren--niet de grote betaaltelevisieconcerns zoals *Sky* (*NowTV*) of Vivendi's *Canal+*, noch commerciële omroepen zoals het Luxemburgse *RTL* (met *TV Now*), het Franse *TF1*, of het Italiaanse *Mediaset*. *Viaplay* plant naar verluidt ook een uitbreiding naar andere landen dan enkel de Scandinavische.²³

²² Ramachandran, Raman (2021) Discovery Plus Set to Debut in 12 European Markets With Vodafone Deal. *Variety*, 4 Januari 2021. <https://variety.com/2021/streaming/global/discovery-plus-vodafone-europe-deal-1234878081/>

²³ Thomson, Stuart (2020) NENT's Viaplay to expand to 10 international markets, including Poland and US. Digital TV Europe, 10 Nov. 2020. <https://www.digitaltveurope.com/2020/11/10/nents-viaplay-to-expand-to-10-international-markets-including-poland-and-us/>

Nent kon focussen op het uitbouwen van een eigen OTT-dienst omdat haar lineaire business relatief klein was, en ze dus minder traditionele inkomstenstromen te verliezen had dan gevestigde mediaspelers. In andere Europese landen wordt meer ingezet op partnerships zoals Streamz in Vlaanderen (Telenet en DPG Media), Salto in Frankrijk (private omroepen TF1 en M6 met openbare omroep France Televisions); Britbox in het VK (BBC en ITV) of Joyn in Duitsland (ProSiebenSat.1 en Discovery). *Viaplay* varieert haar aanbod per land door de dienst via aparte nationale domeinnamen aan te bieden (*viaplay.se*, *viaplay.no*, *viaplay.dk*). *Viaplay* bevat live sport zoals de lokale rechten op England's Premier League in Scandinavië, nieuwe internationale tv-releases, eigen origineel drama, filmklassiekers, filmpremières, en kinderseries.

Groeiende betalingsbereidheid SVOD

Betalingsbereidheid kan zowel per individuele dienst als voor de som van gelijkaardige diensten bekeken worden. Op dienstenniveau is er een bovengrens die consumenten bereid zijn te betalen voor eender welke dienst. We merken op dat de meeste diensten tussen de €10 en €20 per maand in de markt gezet worden. Daarnaast moet rekening worden gehouden met het totaalbedrag dat consumenten aan alle gelijkaardige diensten samen bereid zijn te betalen. Hier blijkt uit een internationale survey²⁴ dat de maandelijkse limiet rond de €30 ligt.

De Amerikaanse markt staat verder wat penetratie van OTT-diensten betreft, en kan inspiratie leveren voor de toekomst van deze diensten in Vlaanderen. Hierbij moet wel vermeld worden dat de reclamedruk bij Amerikaanse lineaire omroepen veel hoger ligt dan bij de Vlaamse omroepen. Hierdoor kan de reclamemoetheid hoger liggen, en zijn meer mensen bereid om reclame te ontvluchten door een abonnement op lineaire betaalt-tv of betalende OTT-diensten.

Hoe hoog beide vormen van betalingsbereidheid zouden liggen, werd in de beginjaren van deze diensten nog onderschat. Zo rapporteerde in 2018 nog bijna 50% van een steekproef van Amerikaanse consumenten dat ze niet bereid waren om te betalen voor een streaming tv-dienst. Meer recent onderzoek bij 2.600 Amerikaanse consumenten toont dat ondertussen meer dan de helft van de Amerikaanse huishoudens (53%) een abonnement heeft op *Netflix*, gevolgd door *Amazon Prime Video* (4%) en *Hulu* (29%).²⁵ In dit onderzoek rapporteert slechts 24% niets te willen betalen voor een streaming tv-abonnement. 60% is bereid om tussen \$10 en \$20 per maand te betalen. Indien de prijs boven de \$20 stijgt is een meerderheid van Amerikanen (59%) niet meer bereid dit bedrag per maand te betalen. 75% van de consumenten is niet bereid om meer dan 30 dollar per maand betalen.

De optie van een dienst die gratis of goedkoper is mits het bekijken van reclameboodschappen geniet momenteel nog geen groot marktaandeel, maar naarmate de markt tegen de muur van betalingsmoeheid loopt, kan er een opportuniteit ontstaan bij deze alternatieven om toch een deel van de consumenten te overtuigen. Uit hetzelfde bovenvermelde onderzoek meldt 53% van de Amerikaanse consumenten bereid te zijn om af en toe een reclameboodschap te bekijken in ruil voor een lagere abonnementsprijs. 40% zou de voorkeur geven aan advertenties die zijn afgestemd op hun persoonlijke interesses en voorkeuren. Dat aandeel stijgt naar 68% als gepersonaliseerde advertenties ook betekent dat ze minder advertenties te zien zouden krijgen. 46% zegt wel dat ze steeds terugkerende reclames moe zijn.

Uit een recenter Brits onderzoek blijkt dat 83% van de Britse consumenten bereid is naar advertenties te kijken om toegang te krijgen tot gratis streaminginhoud, terwijl 56% van plan is de komende 12 maanden gratis door advertenties ondersteunde streamingdiensten te gaan bekijken.²⁶

²⁴ TheTradeDesk (2020) New survey points to streaming subscription fatigue among U.S. consumers. <https://www.thetradedesk.com/us/news-room/new-survey-points-to-streaming-subscription-fatigue-among-u-s-consumers>

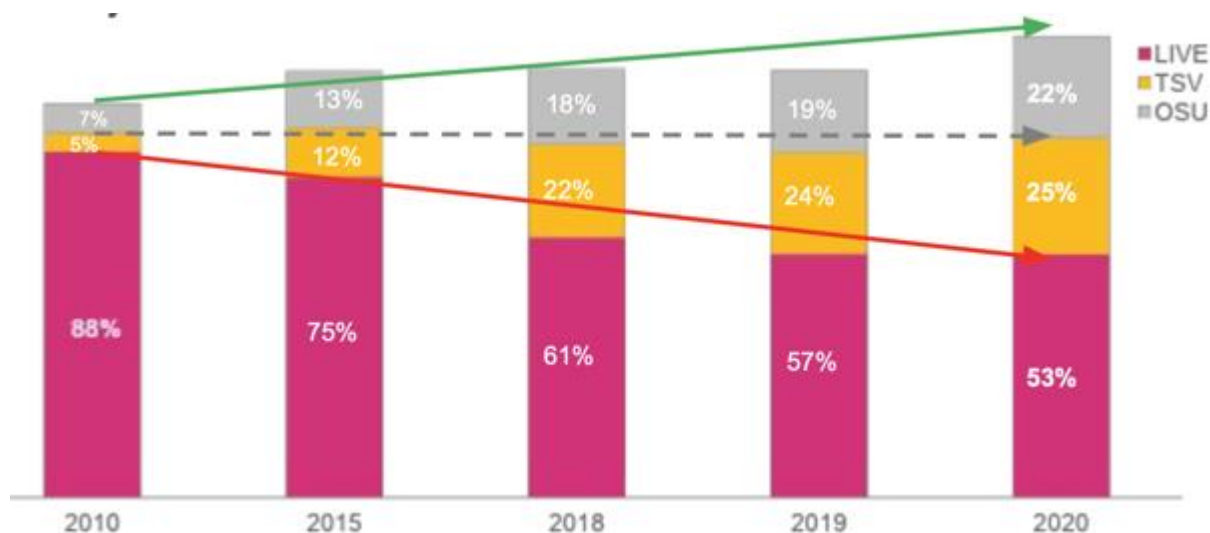
²⁵ Ibid.

²⁶ Thomson, Stuart (2021) UK consumers switching on to ad-supported streaming. Digital TV Europe, 27 Jan 2021. <https://www.digitaltveurope.com/2021/01/27/uk-consumers-switching-on-to-ad-supported-streaming/>

Veranderend kijkgedrag: Uitgesteld kijken en streaming diensten in Vlaanderen

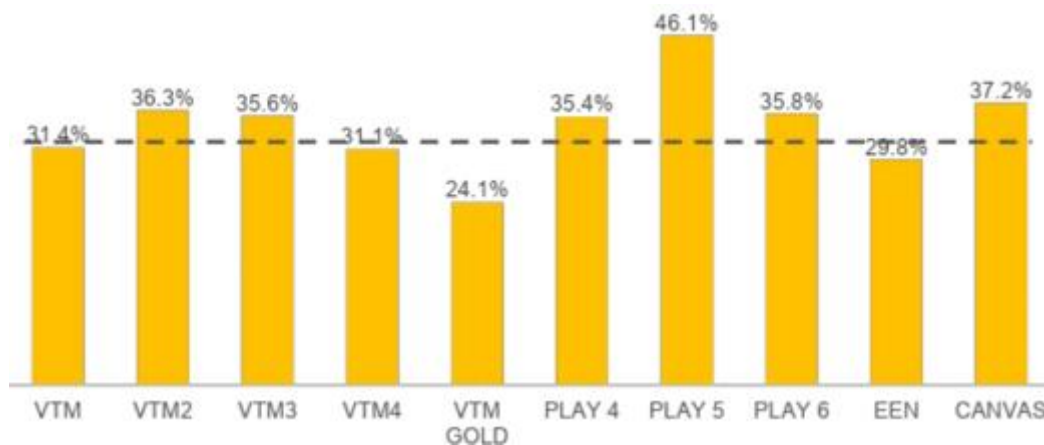
De belangrijkste veranderingen wat betreft het kijkgedrag van de Vlamingen zijn een stabiele lineaire-tv-markt – weliswaar met getemperde reclame-inkomsten door uitgesteld kijken – gecombineerd met een fors groeiende populariteit van SVOD-diensten bij alle leeftijdsgroepen en een sterke groei van AVOD en mobiele consumptie bij de jongste leeftijdsgroepen.

De lineaire omroepen melden dat alhoewel het bereik van lineaire TV stabiel is gebleven, een deel van dit bereik plaatsvindt in “Time Shifted Viewing” (TSV). Waar 88% van het kijkvolume nog werd ingenomen door Live TV in 2010 versus 5% in TSV, is dit gekrompen tot 53% in 2020. Een derde van de kijktijd wordt geconsumeerd in een uitgestelde vorm. De stelling dat alle uitgesteld bekeken content helemaal geen reclame-inkomsten meer geniet moet genuanceerd worden—tenzij omroepen kunnen aantonen dat de advertentie-inkomsten van een uitgesteld bekeken uitzending tot 0 terugvallen—maar TSV zet in ieder geval neerwaartse druk op de reclame-inkomsten die de zenders kunnen verwerven op de adverteerdersmarkt.



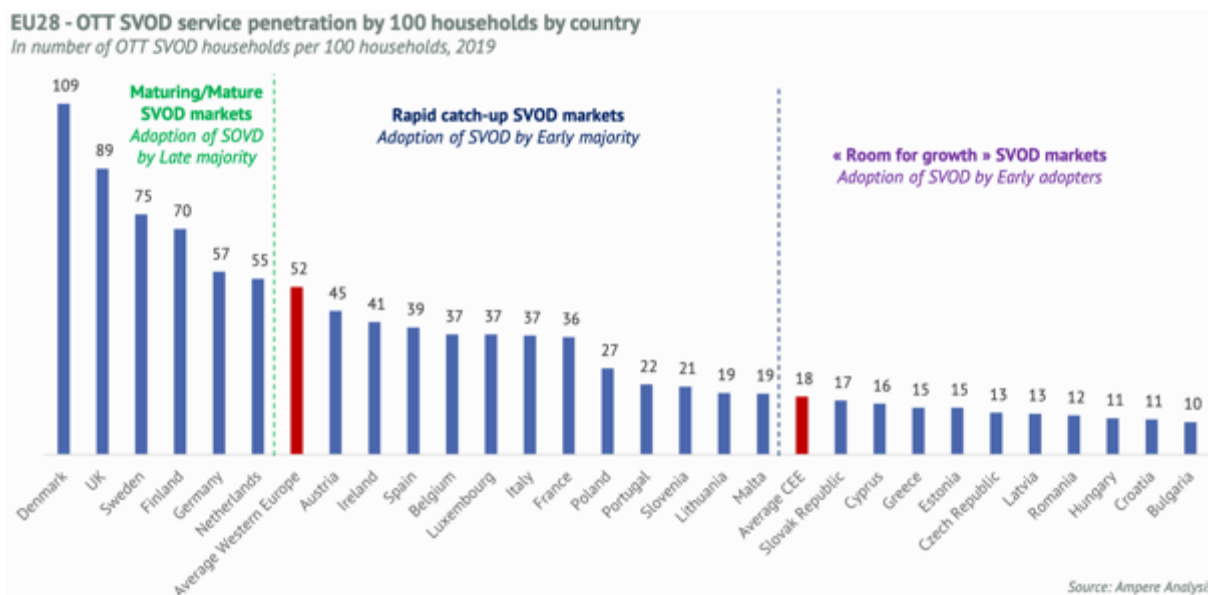
Figuur 16: Vlaams aandeel Live TV, Time Shifted Viewing (TSV), en Other Screen Usage (OSU) (CIM)

Volgens CIM is TSV het hoogst bij zenders als Play5 (46,1%), Canvas (37,2%) en VTM2 (36,3%), maar ook bij de brede populaire kanalen ligt het aandeel TSV rond een derde van het bereik. Traditioneel werd fictie meer uitgesteld bekeken, maar nu leiden ook populaire reality- en spelformaten onder dit fenomeen. Programma's als Blind Getrouwd (VTM) of De Mol (Play4) worden nu ook druk uitgesteld bekeken. Aangezien zelfs deze relatief minder dure (maar nog niet goedkope) genres ook nadeel ondervinden van uitgesteld kijken, zet dit de investeringen in kwaliteitsfictie nog meer onder druk.



Figuur 17: Aandeel Time Shifted Viewing bij Vlaamse zenders (CIM)

Aangezien het bereik van lineaire TV (Live plus Time Shifted) stabiel blijft, kan men concluderen dat de groei van andere diensten zoals TVOD of SVOD grotendeels bovenop de lineaire diensten komen, en dus eerder complementaire dan substitutieve diensten zijn. Op Europees niveau wordt de Belgische markt gezien als een “rapid catch-up SVOD market”.²⁷ Dit zijn markten gekenmerkt door een gemiddelde SVOD penetratie met een hoog aantal concurrerende lokale en internationale diensten, waar men nog een forse groei verwacht. Volgens het European Audiovisual Observatory had 37% van de Belgische huishoudens een SVOD abonnement eind 2019.



Figuur 18: SVOD-adoptie binnen de EU28 (EAO, 2021)

We kregen van de geïnterviewde stakeholders geen inzage in de confidentiële cijfers van SVOD-initiatieven zoals Netflix of Streamz. We beschikken wel over cijfers uit de recentste Digimeter-studie (2020) wat betreft de geschatte populariteit van de belangrijkste SVOD-diensten in het Vlaamse landschap.²⁸ Globaal gezien is het aantal abonnees op digitale tv 84%, wat stabiel is met de voorgaande jaren, terwijl analoge TV langzaam is afgekalfd tot 11%. Netflix is met 45% marktleider op het vlak van SVOD, met Disney+ en Streamz als belangrijkste volgers. Amazon Prime Video of YouTube Premium zijn (nog) kleine spelers in onze markt.

²⁷ European Audiovisual Observatory (2021) Trends in the VOD market in EU28. EAO January 2021. <https://rm.coe.int/trends-in-the-vod-market-in-eu28-final-version/1680a1511a>

²⁸ imec Digimeter (2020) Digitale trends in Vlaanderen. <https://www.imec.be/nl/expertises/techtrends/imecdigimeter/digimeter-2020#rapport>

BEZIT ABONNEMENTEN

	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Digitale TV	85%	74%	81%	91%	89%	83%	84%
Analoge TV	18%	11%	12%	9%	9%	8%	11%
Extra pakket films en series	19%	9%	12%	14%	10%	7%	11%
Extra pakket sport	12%	6%	8%	11%	10%	10%	9%
Netflix	72%	69%	63%	49%	30%	13%	45%
YouTube (premium)	3%	3%	2%	1%	1%	1%	2%
Amazon Prime	3%	7%	6%	3%	2%	1%	3%
Apple TV+	6%	6%	6%	3%	4%	2%	4%
Disney+	14%	18%	13%	5%	3%	1%	8%
Streamz	9%	8%	10%	8%	7%	6%	8%

Figuur 19: Betalende abonnementen (Digimeter, 2020, p. 63)

Wat betreft maandelijks gebruik bevestigt het Digimeter-rapport de marktleiderspositie van Netflix onder de betalende SVOD-diensten (43% bekijkt maandelijks Netflix). De platformen VTM GO (25%) en VRT NU (41%) van respectievelijk de private en publieke mediaspelers nemen de tweede en derde plaats in wat betreft maandelijks consumptie.

MAANDELIJKS VIDEO VIA ONLINE KANALEN

		16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Website of app van een tv-zender of provider	2017	47%	40%	42%	37%	32%	18%	34%
	2018	42%	37%	39%	35%	27%	24%	33%
	2019	60%	57%	60%	58%	46%	44%	53%
	2020	66%	60%	62%	52%	49%	43%	54%
Website of app van een provider	2019	29%	23%	23%	30%	21%	16%	23%
	2020	22%	18%	19%	19%	14%	10%	17%
Website of app van een tv-zender	2019	56%	54%	54%	50%	43%	43%	49%
	2020	62%	55%	58%	48%	45%	40%	50%
VTM.GO	2020	41%	32%	32%	23%	19%	14%	25%
VRT.NU	2020	45%	44%	46%	40%	38%	35%	41%
Websites of apps van een tv-zender (niet VRT.NU of VTM.GO)	2020	35%	28%	24%	17%	15%	12%	20%
Videostreaming platform (bv. Netflix, ...)	2017	42%	36%	31%	19%	7%	2%	20%
	2018	59%	63%	40%	29%	16%	8%	33%
	2019	68%	73%	50%	42%	19%	7%	39%
	2020	72%	70%	64%	45%	29%	15%	46%
Netflix	2020	70%	66%	60%	43%	27%	12%	43%
Disney+	2020	12%	17%	12%	4%	3%	1%	7%
Streamz	2020	5%	7%	9%	6%	5%	5%	6%
Amazon Prime Video	2020	2%	6%	5%	3%	1%	1%	3%
YouTube Premium	2020	2%	2%	2%	1%	1%	0%	1%

Figuur 20: Maandelijks consumptie van video via online kanalen (Digimeter, 2020, p. 66)

Digimeter bevat ook een inschatting van het marktpotentieel van Disney+, Streamz, naast een mogelijke gratis en advertentie-gebaseerde optie. Hieruit blijkt dat Disney+ 14% van de bevroegden zou kunnen bekoren (bij 7% ten koste van opzeggen van ander abonnement), Streamz 8% aanspreekt, en 30% van de bevroegde populatie een volledig gratis streamingdienst met 12 minuten reclame per uur aantrekkelijk zou vinden.

POTENTIEEL DISNEY+

	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal	2019
Nee	47%	53%	58%	76%	81%	85%	69%	64%
Ja, maar ik zou een ander abonnement opzeggen	6%	7%	6%	2%	2%	1%	4%	7%
Ja, en ik hou al mijn andere abonnementen	16%	7%	6%	4%	3%	2%	6%	7%
Ik weet het niet	16%	15%	17%	12%	11%	11%	13%	22%
Heb ik al	14%	18%	13%	5%	3%	1%	8%	-

Figuur 21: Adoptiepotentieel Disney+ (Digimeter, 2020, p. 69)

POTENTIEEL STREAMZ

	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Nee	65%	63%	62%	70%	74%	80%	70%
Ja, maar ik zou een ander abonnement opzeggen	8%	7%	9%	5%	4%	1%	5%
Ja, en ik hou al mijn andere abonnementen	3%	3%	2%	4%	2%	1%	3%
Ik weet het niet	16%	18%	17%	12%	13%	12%	14%
Heb ik al	9%	8%	10%	8%	7%	6%	8%

Figuur 22: Adoptiepotentieel Streamz (Digimeter, 2020, p. 69)

POTENTIEEL VOOR RECLAME OPTIES BIJ BETALENDE STREAMINGDIENSTEN

	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65+	Totaal
Een streamingdienst met 12 minuten reclame per uur zonder maandelijkse kosten	28%	21%	26%	30%	31%	39%	30%
Een streamingdienst met 6 minuten reclame per uur en 5 euro maandelijkse kosten	12%	11%	13%	14%	16%	16%	14%
Een streamingdienst zonder reclame en 10 euro maandelijkse kosten	60%	69%	62%	56%	53%	45%	56%

Figuur 23: Adoptiepotentieel gratis model (Digimeter, 2020, p. 69)

De fragiliteit, maar ook weerbaarheid van kleine ecosystemen

De impact van al deze trends laat zich sterker voelen in kleine audiovisuele ecosystemen, die traditioneel gekenmerkt zijn door een grotere afhankelijkheid van publieke middelen, een beperkte afzetmarkt, lagere budgetten en beperktere middelen voor *recoupment*.

De Europese audiovisuele sector heeft het daardoor moeilijk met het ontwikkelen van een rendabel financieringsmodel voor audiovisuele content. De verschillende landen met elk hun eigen taal en cultuur maken de Europese markt enorm gefragmenteerd. Het gevolg is dat Europa niet de budgetgroottes kan bereiken om te kunnen concurreren met de budgetten in de VS. Spelers uit de VS genieten sterkere *economies of scale* dan de EU-spelers, en in het bijzonder spelers uit relatief kleinere taalgebieden. Dit heeft als gevolg dat zeker de Europese audiovisuele industrie in die kleinere taalregio's in grote mate afhankelijk is van publieke steun voor filmproductie- en distributie.

De meeste markten hebben als gevolg daarvan nationale en/of regionale fondsen ontwikkeld.²⁹ 249 fondsen oftewel €2,53 miljard afkomstig van de staat, regionale of lokale budgetten enerzijds, en diverse taken en heffingen anderzijds, moeten jaarlijks de Europese audiovisuele sector ondersteunen. Interessant is dat de omroepen vaak nog steeds de grootste bijdragen leveren, niet enkel door

²⁹ Morawetz, N., Hardy, J., Haslam, C., & Randle, K. (2007). Finance, policy and industrial dynamics—the rise of co-productions in the film industry. *Industry and Innovation*, 14(4), 421-443.

financiering van content, maar ook door het spijzen van de fondsen via indirecte heffingen (bv. bijdrage voor investering in film).³⁰

Modellen als het Scandinavische fictiemodel, het Waalse fictiemodel, gestuwd door het Fonds FWB-RTBF en de stappen gezet in Vlaanderen sinds 2004, tonen dat deze beperkingen ook overstegen kunnen worden. Het commerciële en culturele belang van lokale content is groot, gezien de enorme populariteit van lokale content.³¹ Lokale omroepen lijken zich intussen ook te wapenen. Na jaren stilte zetten omroepen in op een online aanbod waar kijkers niet-lineaire toegang hebben tot audiovisuele content, soms gratis met advertenties, of tegen betaling in een *premium*-aanbod. Omroepen breiden tegelijk hun aanbod aan kanalen verder uit in de hoop een deel van de teruglopende advertentie-inkomsten op korte termijn op te vangen. Zowel bij ons als in grote markten als de VS is de verschuiving van lineair als belangrijkste window richting online duidelijk zichtbaar.

Voor producenten van kleine landen bieden nieuwe diensten en platformen ook nieuwe kansen om content te verkopen en dus inkomsten te halen uit de exploitatie van hun producties. Dit effende de laatste jaren het pad voor nieuwe samenwerkingen in de vorm van coproducties en cofinanciering waarbij lokale omroepen in zee gingen met spelers zoals Netflix. De trend om buitenlandse financiering aan te trekken voor Vlaamse producties is echter niet nieuw. Sinds het succes van reeksen als *Salamander* en *Professor T.* groeide niet alleen het aandeel export van Vlaamse fictie, het opende ook deuren tot coproducties met o.a. ARTE en ZDF, wat ten goede komt van het budget, en dus ook de schaalbaarheid van audiovisuele producties; een model waar ook al de meerwaarde van aangetoond werd door het succes van o.m. de Nordic Noir wereldwijd.³²

Tegelijk groeit ook de ongerustheid: het tempo waarin reeksen vandaag besteld, gekocht en gedraaid worden is sterk gestegen; andere markten zetten eveneens meer in op fictieproductie, wat zorgt voor een explosie aan geproduceerde content, die het moeilijk maakt voor Vlaamse content om zich binnen dat aanbod te onderscheiden.

SVOD-diensten als Netflix mogen zich de laatste jaren duidelijker als bondgenoot van de Europese spelers getoond hebben, tegelijkertijd stellen we vast dat de grote investeringen in fictieproductie beperkt blijven tot de grote landen (Frankrijk, UK, Italië, Spanje, Duitsland). Met andere woorden: voor kleine markten als Vlaanderen is de impact op het businessmodel van spelers veel groter dan de potentiële opbrengsten uit investeringen van Netflix.

Verschuivingen in het bioscoopmodel

Tussen 1999 en 2019 kende het bioscoopmodel een stijging van +39% in cinemabezoekers in Europa. In 2019 behaalde het model een recordaantal bezoekers (1,36 miljard bezoekers, wat goed is voor €8,8 miljard aan box office). De crisis die we nu doormaken, staat dus in sterk contrast met de opmerkelijke cijfers behaald door de cinemasector in Europa. De Europese bioscopen behaalden in 2019 hun beste resultaten in 15 jaar. Echter: deze resultaten werden grotendeels behaald dankzij een beperkte lijst van blockbusters, in het bijzonder van de Disney-groep die na de acquisitie van Marvel en Lucasfilms de exclusieve rechten verkreeg op de Marvel en Star Wars merken, en met *Avengers: Endgame*, *The Lion King*, *Frozen II*, *Captain Marvel*, *Star Wars: Episode IX - The Rise of Skywalker*, *Toy Story 4* en *Aladdin* zeven van de top tien films wereldwijd bezetten.³³ In 2019 domineerde VS-content (68,7%) dus duidelijk

³⁰ European Audiovisual Observatory. (2019). Mapping of film and audiovisual public funding criteria in the EU. (pp. 18-19). <https://rm.coe.int/mapping-of-film-and-audiovisual-public-funding-criteria-in-the-eu/1680947b6c>

³¹ Econopolis. 2017. Doorlichting Vlaams audiovisueel beleid. [Evaluation of the Flemish audiovisual policy] Wilrijk: Econopolis/imec-SMIT-VUB.

³² Jensen, Pia Majbritt, Nielsen, Jakon Isak and Waade, Anne Marit. 2016. "When Public Service Drama Travels: The internationalization of Danish Television Drama and the Associated Production Funding Models". *Journal of Popular Television* 4(1): 91-108.

³³ BoxOfficeMojo (2019) Worldwide Box Office 2019. <https://www.boxofficemojo.com/year/world/2019/>

de bioscoopmarkt in de EU. Deze cijfers benadrukken het blijvende en adaptieve karakter van de filmsector en het bioscoopbezoek als release window, maar tonen de blijvende en zelfs nog groeiende dominantie van Hollywood als hofleverancier voor Europese bioscopen. Ter illustratie hieronder de box office van de 10 meest bekeken films in België in 2019, die duidelijk de dominantie tonen van een beperkt aantal spelers op de bioscoopmarkt. De cijfers voor 2020 zijn fors vertekend door de COVID-19 pandemie, maar tonen een gelijkaardig overwicht van een beperkt aantal Amerikaanse producenten.³⁴

Tabel 1: Box Office België 2019³⁵

	Titel	Box office	Distributeur
1	The Lion King	\$15,635,833	Walt Disney Pictures
2	Avengers: Endgame	\$8,682,740	Walt Disney Pictures
3	Frozen II	\$11,047,636	Walt Disney Pictures
4	Aladdin	\$5,256,248	Walt Disney Pictures
5	Star Wars: Episode IX - The Rise of Skywalker	\$7,269,018	Walt Disney Pictures
6	Dumbo	\$4,229,053	Walt Disney Pictures
7	Toy Story 4	\$4,327,789	Walt Disney Pictures
8	Fast & Furious Presents: Hobbs & Shaw	\$4,198,695	Universal Pictures International (UPI)
9	Once Upon a Time... In Hollywood	\$3,632,714	Sony Pictures Releasing
10	Captain Marvel	\$3,594,772	Walt Disney Pictures

Waar de traditionele modellen van de bioscoopconsumptie en releasestrategie van distributeurs en studio's al enkele jaren onder druk staan, heeft de COVID-19 pandemie een aantal trends duidelijk versterkt. Tijdens de eerste lockdown moesten bioscopen onherroepelijk hun deuren sluiten. Aankomende releases werden noodgedwongen uitgesteld en producties van de film- en televisiesector werden stilgelegd.³⁶ De bioscopen mochten eventjes hun deuren openen tijdens de zomermaanden, maar dit was van korte duur en niet rendabel.

Het traditioneel distributiemodel staat al ettelijke jaren onder druk, maar de pandemie zorgde voor een stroomversnelling.³⁷ Door de COVID-19 pandemie werden de productie en de release van de meeste grote Hollywood producties uitgesteld. Onderstaande figuur toont de verschuivingen die in oktober 2020 bekend waren, maar nadien zullen nog meer producties uitstel gekend hebben.

³⁴ Box Office Mojo (2021) Belgian Box Office For 2020.

<https://www.boxofficemojo.com/year/2020/?area=BE&grossesOption=calendarGrosses>

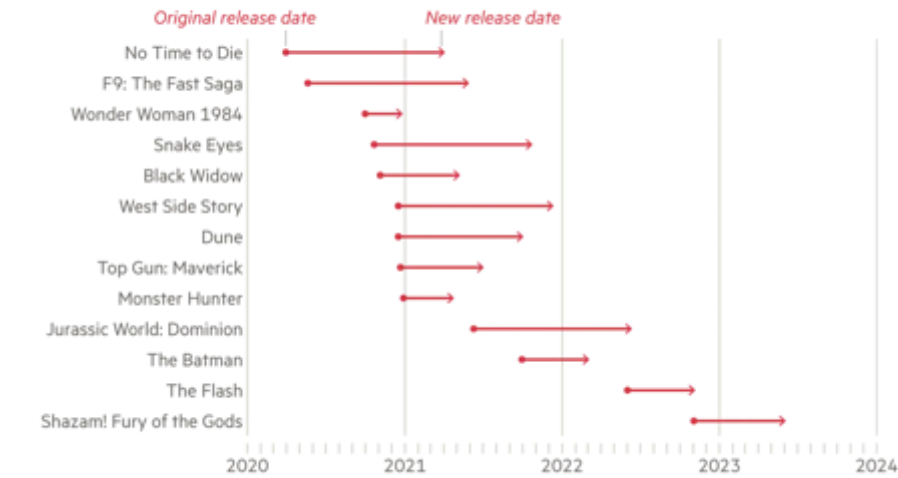
³⁵ BoxOfficeMojo.com

³⁶ European Audiovisual Observatory. (2020). The European audiovisual industry in the time of COVID-19. <https://rm.coe.int/iris-plus-2020-2-the-european-audiovisual-industry-in-the-time-of-covi/16809f9a46>

³⁷ European Audiovisual Observatory. (2020, december). Film and TV content in VOD catalogues 2020 Edition. <https://rm.coe.int/film-and-tv-content-in-vod-catalogues-2020-edition-/1680a08b8b>

Hollywood delays release of big titles

Selected movies



Source: The Numbers
© FT

Figuur 24: Uitgestelde releasedata van Hollywood producties (FT 2020)³⁸

Streamingdiensten experimenteren met directe releases via hun platformen waardoor het premium window verschuift. Het straight-to-vod model is niet nieuw, maar het aanbod was voordien beperkt. De pandemie, in combinatie met het stijgend aantal SVOD-abonnees was een unieke opportuniteit voor de streamingdiensten om hun positie te versterken. Warner Bros zei dat het in 2021 zijn films in de VS gelijktijdig in de bioscopen en op haar eigen HBO MAX SVOD platform zal laten debuten.³⁹ De studio vermeldde wel dat dit een eenmalige ingreep zou zijn tijdens 2021, wat ze als een hersteljaar na de COVID-19 pandemie zien. Dit speelt in het nadeel van de bioscopen die vrezen dat ook post-COVID-19 het traditioneel premium window zal vervagen.

Voor lokale film is de situatie nog een stuk precairder. Inkomsten uit de exploitatie van film, ook lokale producties, zijn grotendeels afkomstig uit bioscoopvertoning. Als multiplex-bioscopen steeds meer richting een beperkt aantal grote blockbusters verschuiven, verdwijnt de zichtbaarheid van lokale, vaak kleinere films, ondanks het feit dat er meer films worden geproduceerd in de EU (2.346 in 2018)⁴⁰ dan in de US (808 in 2018).⁴¹

Dit drukt ook op de tijd en ruimte die lokale releases krijgen in de Vlaamse bioscopen. Cinemabezoek lijkt over de jaren geleidelijk aan terug te lopen, wat voor een stuk toegeschreven wordt aan de opkomst van streaming-platformen, en de dalende bereidheid van voornamelijk jonge consumenten voor het betalend consumeren van film. Distributeurs nemen bovendien niet steeds meer het risico om lokale films aan te kopen door de onzekere inkomsten, wat ervoor gezorgd heeft dat bepaalde Vlaamse films zelfs geen distributeur vonden tegen het eind van de productie. De COVID-19 pandemie lijkt deze evoluties nog in een stroomversnelling te brengen. Experimenten als day-and-date-releases (simultane release in bioscoop en andere platformen), straight-to-VOD en de VOD als premium window vinden steeds meer ingang bij de majors als gevolg van COVID-19.

³⁸ Nicolaou, A.; Fontanella-Khan, J. (2020) Why Hollywood studios pulled the plug on cinemas. Financial Times, 8 oktober 2020. <https://www.ft.com/content/656d7a3e-2aab-48b1-8950-0473fa06acc6>

³⁹ Ahiza García-Hodges (2020) Warner Bros. will simultaneously release 2021 movies on HBO Max and in theaters. NBC News. <https://www.nbcnews.com/business/business-news/warner-bros-will-simultaneously-release-2021-movies-hbo-max-theaters-n1249896>

⁴⁰ Statista. (2021). Feature film production in Europe 2010–2018. <https://www.statista.com/statistics/429038/feature-film-production-europe/>

⁴¹ MPA. (2019). Theme Report 2019. <https://www.motionpictures.org/wp-content/uploads/2020/03/MPA-THEME-2019.pdf>

Elk ondersteuningsbeleid voor film zal rekening moeten houden met deze nieuwe realiteit van comprimerende release windows en blijvende dominantie van Amerikaanse producties.

Inclusie in de audiovisuele sector

Aandacht voor gendergelijkheid en inclusie binnen de audiovisuele sector is de laatste jaren wereldwijd sterk toegenomen. Zowel wie voor als achter de camera staat en welke positie deze mensen innemen binnen de audiovisuele sector, worden in vraag gesteld. In Vlaanderen bleef deze problematiek relatief onderbelicht tot twee jaar geleden, nadat als gevolg van buitenlandse trends - de #metoo en #time's up of Franse #balancetonporc bewegingen- de aandacht voor gendergelijkheid op het vlak van representatie, verloning en werk, en het aanpakken van grensoverschrijdend gedrag, op de voorgrond traden.

Waar aanvankelijk de klemtoon vooral kwam te liggen in Vlaanderen op aandacht voor gendergelijkheid, werd recenter de discussie opengetrokken ten voordele van etnisch-culturele inclusie en diversiteit. Bezorgdheden worden geuit door diverse stemmen in de sector, velen daarvan verenigd binnen collectieven als *Wanda*, *Represent of WIFTM Belgium*. Voor het Vlaams Audiovisueel Fonds kwamen inclusie en diversiteit, sterker op de strategische agenda te staan. Minister Dalle heeft in 2020 een subsidie gegeven aan Represent voor de opmaak van een checklist. Het VAF kondigde aan in 2021 een inclusieplan voor te stellen.

Steeds terugkomend in de discussie is de nood aan duidelijke gegevens en onderzoek om de situatie te kunnen monitoren. Buitenlands onderzoek en rapporten wijzen allemaal eenduidig uit: binnen de filmindustrie is er een genderongelijkheid op verschillende niveaus.⁴² Nog steeds zien we dat werkgelegenheid van vrouwen 11,5% lager ligt dan mannen en dat vrouwen gemiddeld 16% minder verdienen.⁴³ Er zijn verschillende initiatieven die streven naar een gendergelijk Europa waar mannen en vrouwen beschikken over dezelfde mogelijkheden in de sector. Het onevenwicht is eveneens zichtbaar binnen de Europese audiovisuele industrie. Tussen de periode 2012-2016 werden gemiddeld 19,6% van Europese filmproducties geregisseerd door vrouwen. Echter, de verhouding tussen de lidstaten is uiteenlopend. Zo wordt 30% van de Zweedse producties geregisseerd door vrouwen en is dit slechts 5% in Letland. De representatie problematiek is zichtbaar doorheen de audiovisuele sector van productie tot het gezicht op je scherm.⁴⁴ In de onderstaande tabel wordt een benchmark van verschillende lidstaten weergegeven.⁴⁵

Tabel 2: Benchmark vrouwelijke regisseurs

Land	% vrouwelijke regisseurs
Italië	9%
Verenigd Koninkrijk	13,6%
Duitsland	24%
Denemarken	24%
Noorwegen	29%

⁴² De meeste studies geven vooralsnog een binaire genderverdeling weer in de resultaten. Deels is dit omdat sommige fondsen niet toelaten andere genders aan te duiden, of omdat er in aanvragen niet gevraagd wordt naar gender en de analyse gebeurt op basis van de naam, of omdat niemand van de indieners de categorie niet aanduidde.

⁴³ European Commission. (2020). Achieving gender equality and promoting diversity in the European Audiovisual sector. <https://www.equalitydiversityinavsector.eu/>

⁴⁴ EFARN. (2018). RESEARCH HIGHLIGHTS 2018. <https://rm.coe.int/efarn-research-highlights-2018/16808ee5c7>

⁴⁵ Van Bellingen, V., & Raats, T. (2019). Vrouwen in de Vlaamse filmsector: gezocht. . en gevonden? SMIT. <https://files.mediarte.be/www.mediarte.be/production/attachment/policybrief31-q2lcrj.pdf>

Zweden	31%
Nederland	33%
Europees gemiddelde	21%

Uit onderzoek blijkt dat vrouwen over-gerepresenteerd zijn in *vrouwelijke beroepen* zoals kostuum ontwikkeling en montage, maar onder-gerepresenteerd zijn in technische sectoren gericht op audio- en beeldbewerking. Ook in de verhouding van het aantal leidinggevende posities zien we een onevenwicht. Wel is belangrijk te melden dat het aantal vrouwelijke CEO-posities is verdubbeld van 15% naar 31%.⁴⁶

Samenvatting en lessons learned

Tabel 3: Highlights Hoofdstuk 1

Highlights Hoofdstuk 1

- De traditionele audiovisuele diensten zoals lineaire TV, de traditionele videoverkoop en -verhuur, en de bioscoop ondervinden forse concurrentie van nieuwe betalende diensten en de daarmee gerelateerde 'release windows' zoals Premium-Video on Demand, Transaction-VOD of Subscription-VOD en nieuwe reclamegebaseerde 'release windows' zoals Advertising-VOD. Vooral de SVOD formule van internationale spelers als Netflix en Disney+ kennen een sterke groei in Vlaanderen. Deze consumptie gebeurt langzaam aan ten koste van het bereik van lineaire TV, en vormt rechtstreekse concurrentie voor lokale betalende diensten. Internationale SVOD-diensten komen met andere woorden bovenop de lokale lineaire TV qua tijdsbesteding, maar is een substituut voor lokale SVOD qua betalingsbereidheid van de consument die gemiddeld een limiet van 3 abonnementen voor een totaal kost van bij benadering €30/maand zal hebben. Indien men niet in de top 3 van SVOD valt daalt de marktopportunititeit van de dienst zienderogen. Enkel het Scandinavische Viaplay is er in de EU in geslaagd om de tweede meest populaire dienst te zijn (na Netflix) in hun thuismarkten (Zweden, Noorwegen, Denemarken, Finland en IJsland).
- Aangezien een regelmatig hernieuwde catalogus van aantrekkelijke content aan een betaalbare prijs de centrale waardepropositie vormt naar de consument toe, is de strijd om het verkrijgen van exclusieve exploitatierechten voor specifieke populaire reeksen en films fors verhevigd. Internationale spelers genieten schaafeffecten in hun thuismarkten (lees: VS) waardoor hun business case sneller positief is eens ze hun internationale producties op de lokale Vlaamse markt introduceren. Naast de strijd om exploitatierechten is er internationaal ook een explosie aan nieuwe tv-producties voor de nieuwe betalende windows PVOD, TVOD en SVOD. Vooral het Premium VOD-window legt druk op de waarde en duurtijd van het bioscoop window. COVID-19 heeft de experimenten met het gelijktijdig uitbrengen van een film in de bioscoop en PVOD nog laten toenemen. In de VS bestaan wel al afspraken die bioscopen een percentage van de PVOD inkomsten beloven.
- Qua man/vrouwgelijkheid scoort de audiovisuele sector nog ondermaats. Zowel de werkgelegenheid als de verloning van vrouwen liggen beduidend lager dan mannen in alle schakels van de waardeketen.

⁴⁶ European Commission. (2020). Achieving gender equality and promoting diversity in the European Audiovisual sector. <https://www.equalitydiversityinavsector.eu/>

Hoofdstuk 2

Analyse Vlaamse audiovisuele markt

2. Hoofdstuk 2: Omgevingsanalyse Vlaamse audiovisuele markt

Inleiding

Dit hoofdstuk heeft tot doel een zo volledig mogelijk zicht te krijgen op de verschillende trends en uitdagingen voor de Vlaamse audiovisuele sector, de huidige sterktes en zwaktes ervan, de huidige middelen ervan en hoe verschuivingen door kijkgedrag, COVID-19 en verschuivende inkomstenstromen zich geuit hebben in de middelen beschikbaar voor de productie van audiovisuele content.

We doen dit aan de hand van literatuuronderzoek van diverse industrie/academische bronnen, secundaire data afkomstig van rapporten en vooral, data afkomstig van Vlaamse spelers (bv. Over verschuivingen kijkgedrag) en eigen datasets ontwikkeld binnen imec-SMIT-VUB (bv. mapping volumes audiovisuele content). Gegevens over de tewerkstelling en de grootte van de audiovisuele- en filmproductie-sector werden opgevraagd aan de RSZ, RSZV en uit de Bel-first database. We verkregen hiervoor ook data van een aantal spelers uit de sector.

Algemene consumptiepatronen Vlaamse audiovisuele markt

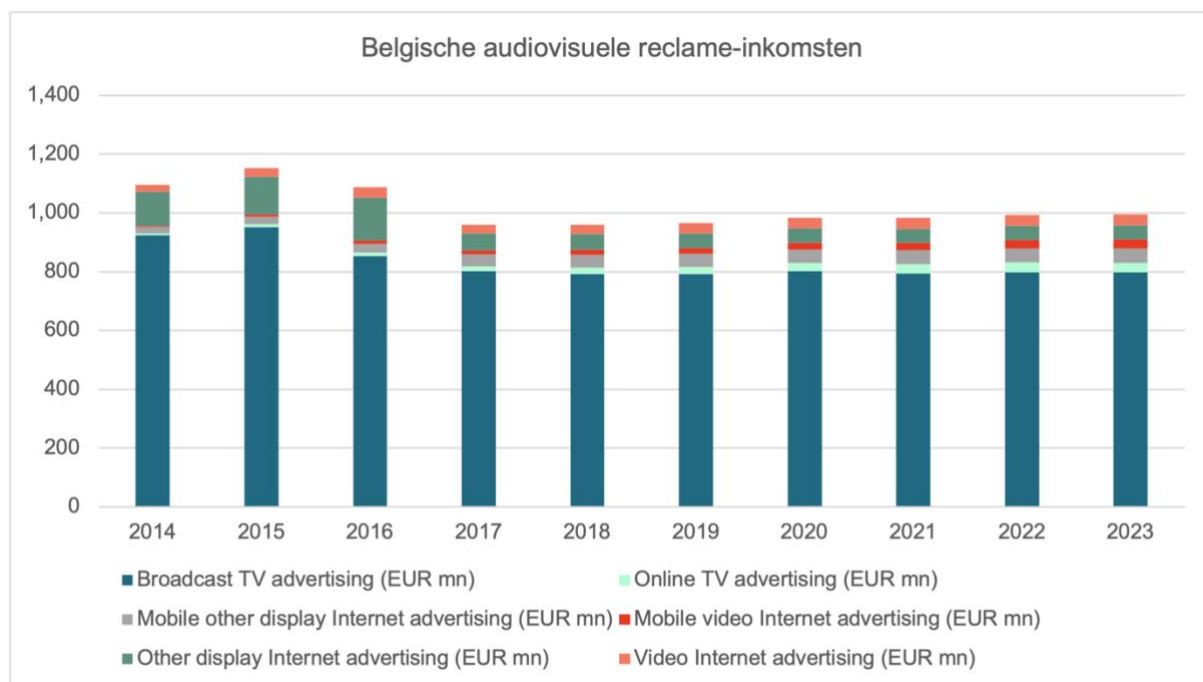
Vlaanderen kent een sterk gesatureerde televisiemarkt met een penetratiegraad van meer dan 97% wat betreft het standaard kabelabonnement onder de huishoudens en quasi geen ruimte voor organische groei. Telecomoperatoren verkopen TV-diensten met het basisaanbod van standaard tv-kanalen, eventueel aangevuld met een premium aanbod van sport-, film- of nieuwskanalen. Dit aanbod wordt verder aangevuld met VOD catalogi en pay-per-view diensten. Bij telecomoperatoren ligt de nadruk op het behouden van hun bestaande abonnees terwijl ze de concurrentie van de OTT-sector aangaan, en op het verleiden van kijkers naar meer lucratieve telecom-bundels (vast en mobiel internet), premium tv-pakketten, of on-demand diensten.

Gelijkaardig aan de verhevigde concurrentie in de rechtstreekse inkomstenmodellen (stukverkoop, abonnement), is er ook een verhevigde concurrentie in de onrechtstreekse verdienmodellen (i.e. met reclame). De Vlaamse TV advertentiemarkt staat onder druk door een verschuiving in het mediaconsumptiepatroon (voornamelijk van jongeren) van klassieke naar online consumptievormen. Net als SVOD is AVOD definitief doorgebroken bij bijna alle leeftijdssegmenten. Jongeren zijn intensieve gebruikers van diensten als *YouTube*, IGTV (*Instagram's* platform voor langere videos), *Twitch* (eigendom van *Amazon*) of *TikTok*.

Het bereik van digitale advertentieplatformen groeide fors, en het segment van de online advertentieomzet groeit gestaag—voornamelijk gerealiseerd op internationale platformen zoals *Facebook* en haar dochterbedrijf *Instagram*, of *Google* en haar dochterbedrijf *YouTube*. Deze ondernemingen beloven aan adverteerders om, op basis van gedetailleerde gebruikersdata en grote bezoekersvolumes, op een meer efficiënte wijze meer mensen met het gewenste profiel op een kortere tijd en aan een lagere prijs te kunnen bereiken.

Als reactie op deze concurrentie investeren tv-omroepen in “adressable advertising”, wat hun aanbod meer doelgroepgericht (“targeted”) moet maken, met een sterkere ROI (return on investment) van TV-reclame als einddoel. Tegelijk investeren vele traditionele omroepen in eigen OTT-diensten (websites of apps) die beter moeten aansluiten bij de consumptiepatronen van jongeren.

Onderstaande figuur toont de evolutie van alle Belgische audiovisuele reclame-inkomsten uit zowel traditionele lineaire TV als online videodiensten, met geobserveerde cijfers tot en met 2019, en toekomstprojecties tot 2023.⁴⁷



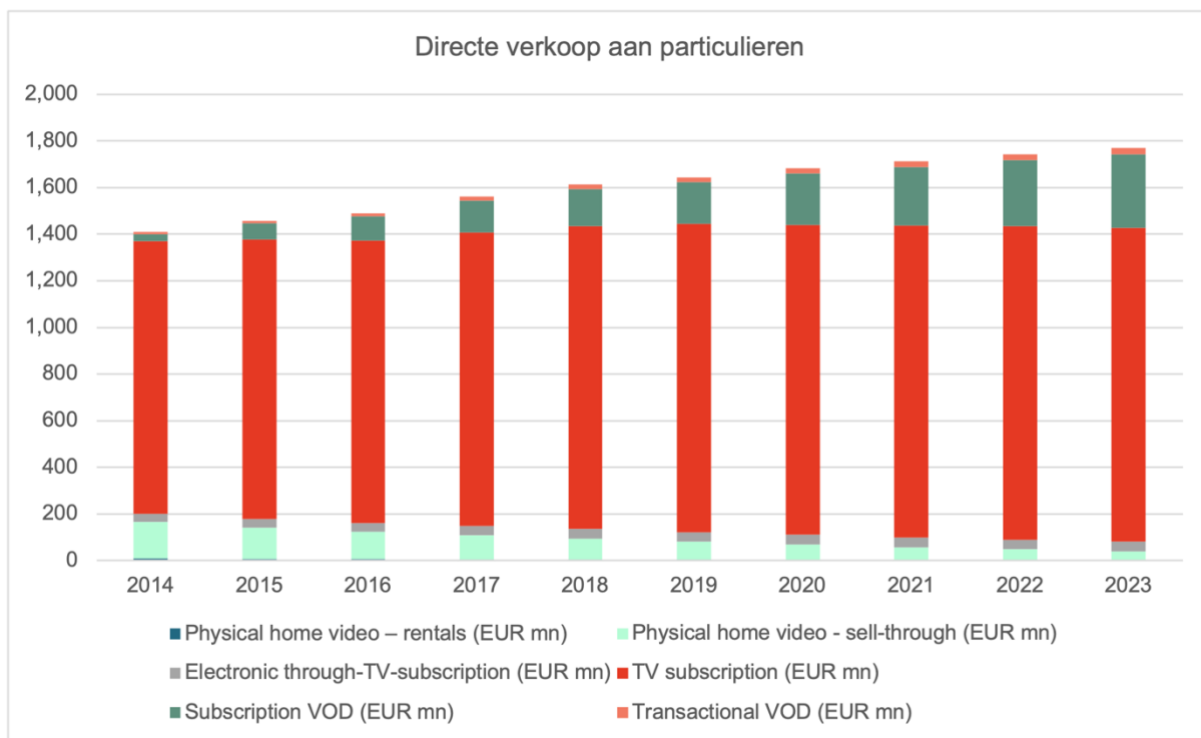
Figuur 25: Bruto omzet advertenties audiovisuele sector België, in miljoen (PWC, 2020)

De figuur toont het blijvende grote relatieve belang van de reclame-inkomsten uit lineaire tv (broadcast TV advertising), en het nog relatief kleine belang van online TV advertenties bij zowel internetspelers (video internet advertising) als traditionele media (online TV advertising).

In absolute cijfers stagneert de Belgische advertentiemarkt onder 1 miljard Euro, in tegenstelling tot de directe verkoop van audiovisuele mediagoederen en -diensten (cf. infra). 'Online TV advertising' betreft inkomsten uit reclameboodschappen in video-streams (vnl. pre-rolls) gepubliceerd door de traditionele omroepen op hun online videoplatformen. Deze inkomstenstroom groeide van bijna €7 miljoen in 2014 naar bijna €25 miljoen in 2019. 'Other display internet advertising' omvat de inkomsten uit reclamebanners op websites van audiovisuele spelers. Deze inkomstenstroom stagneert rond de €50 miljoen. 'Mobile video internet advertising' en 'Video internet advertising' slaat op inkomsten uit advertenties door internetspelers zoals YouTube. Beide verdienmodellen groeien elk jaar in belang, maar zijn nog verrassend klein in vergelijking met de traditionele markten. We dienen wel te vermelden dat deze omzet exclusief de zoekmachine markt is, die we om methodologische redenen buiten de analyse houden (cf. infra).

In tegenstelling tot de stagnerende advertentiemarkt groeide de directe verkoop aan particulieren (Lineaire TV pakketten, VOD, PPV) van €1,4 miljard in 2014 naar €1,65 miljard in 2019, met een verwachte verdere groei tot €1,77 miljard in 2023. Het gros van deze omzet wordt nog steeds gerealiseerd binnen het segment van betalende TV-abonnementen door distributiespelers, in de vorm van zogenaamde TV-boeketten. De rechtstreekse verkoop groeit jaar op jaar vooral dankzij de sterke groei van SVOD van €28 miljoen in 2014 tot een verwachte €315 miljoen in 2023 (in België).

⁴⁷ Een opdeling in de verschillende Belgische gewesten wordt niet gemaakt. Sommigen nemen 60% van deze Belgische cijfers als basis voor beschrijvingen van de Vlaamse markt. Los van het debat welk deel van de door PWC verzamelde Belgische cijfers enkel de Vlaamse mediasector toekomt, kan er wel gesteld worden dat een groter deel van de Franstalige audiovisuele mediemarkt gerealiseerd wordt door spelers met Frans eigenaarschap (TF1 van Bouygues) of van Luxemburg (RTL Group), terwijl de omzet van de traditionele Vlaamse Tv-markt grotendeels door lokale mediaspelers wordt gecapteerd.



Figuur 26: Bruto omzet directe audiovisuele verkoop België, in miljoen € (PWC, 2020)

Ten gevolge van de stagnatie van de advertentiezijde van de markt en de groei van de directe verkoopzijde, neemt het relatief gewicht van directe verkoop in het ganse ecosysteem van audiovisuele content langzaam toe. Onderstaande tabel toont de krimp van het relatieve gewicht van de advertentiemarkt van 43,73% in 2014 tot net geen 36% vanaf 2019.

Tabel 4: Relatief gewicht van twee dominante verdienmodellen in Belgische audiovisuele markt

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Advertentiemarkt	43,73%	44,15%	42,18%	38,07%	37,30%	36,99%	36,87%	36,46%	36,31%	35,99%
Directe verkoop	56,27%	55,85%	57,82%	61,93%	62,70%	63,01%	63,13%	63,54%	63,69%	64,01%

De omvang van de Vlaamse audiovisuele sector

Tewerkstelling

In dit deel proberen we een zo volledig mogelijke weergave van de tewerkstelling in de audiovisuele sector in Vlaanderen weer te geven. We doen dit aan de hand van cijfers van de RSZ (Rijksdienst voor Sociale Zekerheid),⁴⁸ RSZV (Sociale Zekerheid Zelfstandige Ondernemers)⁴⁹ en Bel-first.

De audiovisuele sector is speciaal in die zin dat het veel accordeon-bedrijven telt. Dit zijn kleine bedrijven die een relatief klein kernbestand van personeel hebben. Dergelijke bedrijven zijn flexibel, maar trekken 'project'-werkers aan (tijdelijke werkrachten) die worden aangesteld door een uitzendbureau (bv. Amplo). Project- of tijdelijke werkers brengen een meerkost (percentage bovenop brutoloon dat naar uitzendkantoor gaat) en inwerktijd met zich mee.⁵⁰ Er zijn ook (kleine) bedrijven die geen vaste

⁴⁸ RSZ. (2021). Rijksdienst voor Sociale Zekerheid. <https://www.rsz.be/>

⁴⁹ RSZV. (2021). Sociale Zekerheid Zelfstandige Ondernemers. <https://www.rsvz.be/nl>

⁵⁰ Mediarte. (2021). Sectorfoto. <https://www.mediarte.be/nl/dossiers/mediarte-en-de-sector/mediarte/sectorfoto>

werknemers in dienst hebben en met als gevolg niet aangesloten zijn bij een paritair comité (i.e. het overlegorgaan tussen werkgevers en werknemers in functie van het onderhandelen van de collectieve arbeidsovereenkomst).⁵¹ Over het aantal bedrijven en project- of tijdelijke werkers in dergelijke situatie (zonder paritair comité) hebben we geen beeld en kunnen hier niet over rapporteren in deze studie. Over het aantal bedrijven dat wel aangesloten is bij een paritair comité (of zelfstandige zijn) rapporteren we in dit hoofdstuk, in termen van aantal werkgevers en aantal voltijds equivalenten (VTE) voor België en Vlaanderen (data: RSZ). Naast de werkgevers en VTE (RSZ), rapporteren we in deze studie ook over het aantal zelfstandigen in de audiovisuele sector (data: RSZV).

Paritair Comité ('PC') 227 (audiovisuele sector) en Paritair sub Comité ('PsC') 303.01 (filmproductie) omvatten de werkgevers en werknemers van de audiovisuele en filmproductiesector.⁵² Binnen deze paritaire comités worden alleen de private bedrijven opgenomen (bv. de tewerkstelling van VRT is hier niet in opgenomen). We kunnen echter wel aannemen dat VRT de belangrijkste speler is in de tewerkstelling van de Vlaamse audiovisuele sector. Eind 2019 telde de VRT 2.046.1 VTE, wat goed is voor 2.171 actieve personeelsleden.⁵³

De privésector telde 2019/Q4 3.949 voltijds equivalenten (PC227) en 131 voltijds equivalenten (PsC303.01). Opgeteld komt dit neer op 5.995 voltijds equivalenten, waarvan 34% VTE van VRT. Verder zijn ook de tijdelijke contractuelen in theorie meegerekend onder deze PC's, want zij vallen onder het PC van de opdrachtgever (indien de opdrachtgever aangesloten is bij een PC).⁵⁴ De zelfstandigen zijn niet meegerekend in de data van de paritaire comités (als bekomen van de RSZ), maar zijn opgenomen in het bestand van de RSZV. De zelfstandigen in de audiovisuele- en filmproductiesector zitten voornamelijk omvat in de beroepscode codes 510401 tot en met 510418:⁵⁵

Tabel 5: Beschrijving beroepscode zelfstandigen audiovisuele sector (RSZV)

Beroepscode (RSZV)	Beschrijving
510.401	Costumier - ontwerper theaterkleding - kleder
510.402	Cutter (beeld - en geluidsmontage)
510.403	Decorbouwer - rekwisiteur
510.404	Geluidstechnicus
510.405	Grimeur
510.406	Lichttechnicus
510.407	Model, mannequin
510.408	Operator op evenementen
510.409	Presentator
510.410	Producer
510.411	Regie
510.412	Researchmedewerker radio, televisie
510.413	Helper evenementen
510.414	Artistiek manager
510.415	Beeldtechnicus - cameraman
510.416	DJ
510.417	Location hunter
510.418	Andere (souffleur, orkestrator, orkestleider, realisator,...)

⁵¹ Persoonlijke communicatie met Amplo (mei 2021)

⁵² Mediarte. (2021). Over ons. <https://www.mediarte.be/nl/dossiers/mediarte-en-de-sector/mediarte/over-ons>

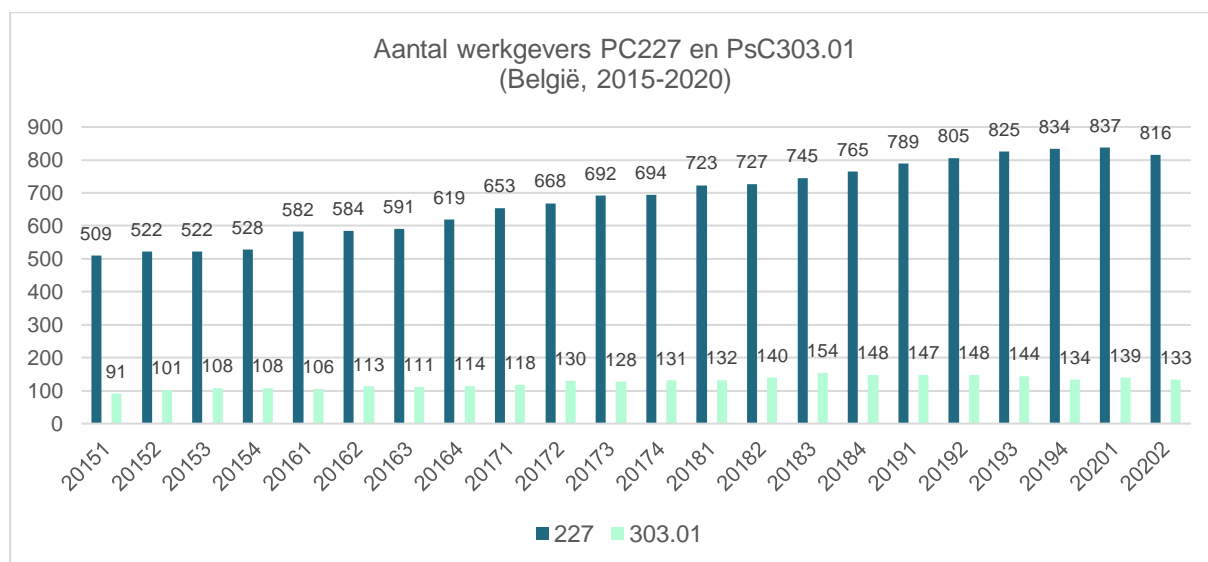
⁵³ VRT. (2020). Jaarverslag 2019, p.117. <https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/prestaties/jaarverslag/>

⁵⁴ Persoonlijke communicatie met Amplo (mei 2021)

⁵⁵ Persoonlijke communicatie met RSZV (mei 2021)

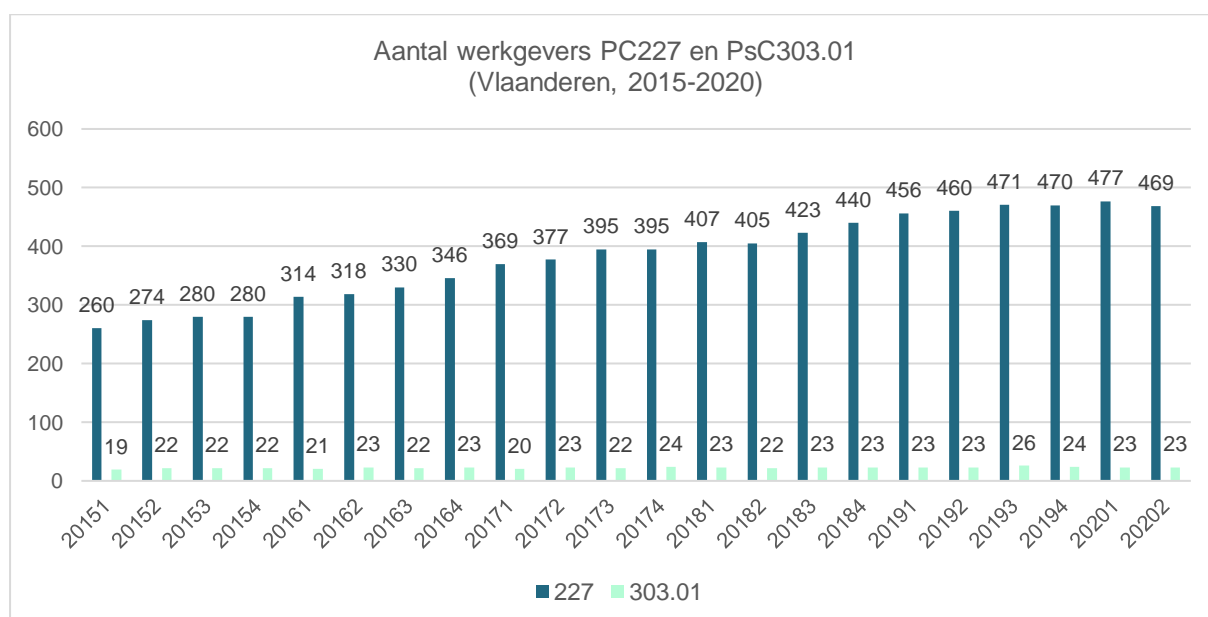
Aantal werkgevers (RSZ)

Onderstaande figuur geeft de evolutie (2019/Q1 t.e.m. 2020/Q2) weer van het **aantal werkgevers** voor PC 227 en het PsC303.01 voor **België**. Het totaal aantal werkgevers is tussen 2015/1 en 2020/2 met **60% gestegen** voor het PC227. Het totaal aantal werkgevers voor het PsC 303.01 is met **46% gestegen** tussen 2015/1 en 2020/2. We zien een daling van 2% voor PC227 tussen 2019/4 en 2020/2 wat kan duiden op een licht negatief effect van COVID-19. Bij PsC303.01 zien we een daling van één werkgever tussen 2019/*4 en 2020/2.



Figuur 27: Aantal werkgevers (België, 2015-2020) voor PC227 en PsC303.01 (RSZ)

Onderstaande figuur toont de evolutie (2015/Q1 t.e.m. 2020/Q2) van het **aantal werkgevers** voor PC227 en PsC303.01 voor **Vlaanderen**. Het totaal aantal werkgevers is tussen 2015/1 en 2020/2 met **80% gestegen voor het PC227**, maar voor PsC303.01 slechts met **21%**. We zien een daling van 1 werkgever zowel bij het PC227 als bij het PsC303.01 tussen 2019/4 en 2020/2 wat duidt dat er geen effect was van COVID-19 in die periode (voor de werkgevers).

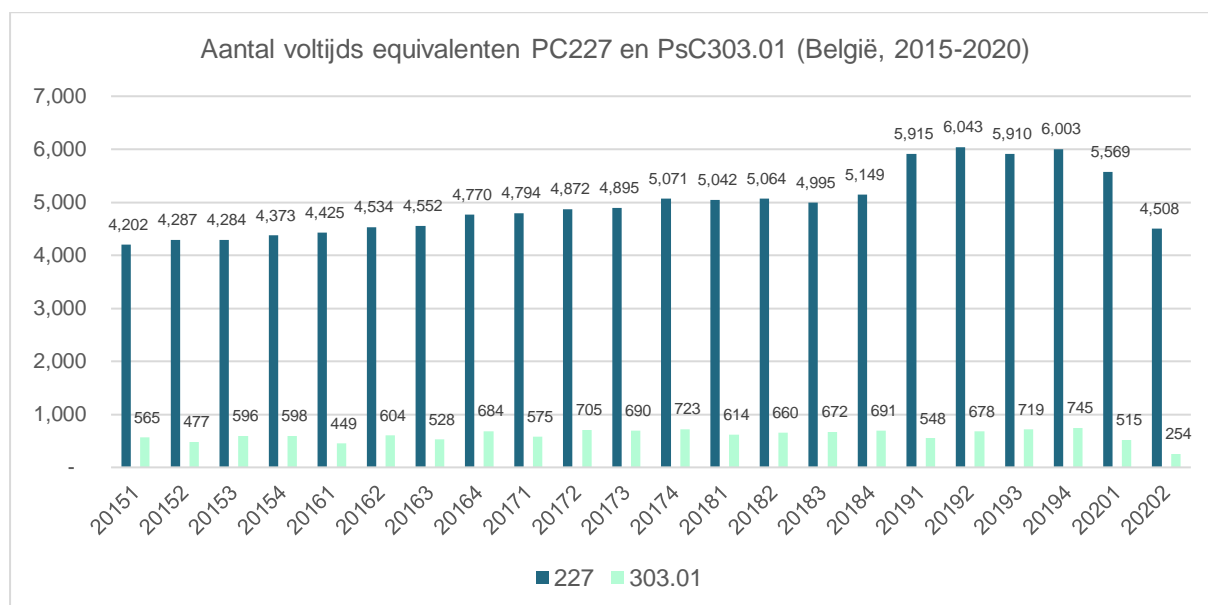


Figuur 28: Aantal werkgevers (Vlaanderen, 2015-2020) voor PC227 en PsC303.01 (RSZ)

Hieruit concluderen we dat het aantal werkgevers voor PC227 op Vlaams niveau (+80%) sterker gestegen is dan op Belgisch niveau (+60%) tussen 2015/1 en 2020/2. Het aantal werkgevers voor PsC303.01 is ook sterker gestegen op Vlaams niveau (+46%) dan op Belgisch niveau (+21%), maar is minder sterk gestegen in vergelijking met PC227. We zien geen negatief effect van COVID-19 tussen 2019/4 en 2020/2 voor beide PC's (tenzij lichtjes, met 2%, voor PC227 op Belgisch niveau). Binnen PC227 situeert 57,5% van de werkgevers zich in het Vlaams Gewest. Binnen PsC303.01 situeert slechts 17,3% van de werkgevers zich in het Vlaams Gewest.

Aantal voltijds equivalenten (VTE's) (RSZ)

Onderstaande figuur toont de evolutie (2015/Q1 t.e.m. 2020/Q2) van het **aantal voltijds equivalenten** voor PC227 en PsC303.01 voor **België**. Het totaal aantal VTE is tussen 2015/1 en 2020/2 slechts met **7% gestegen** voor het PC227. Het totaal aantal VTE is met **55% gedaald** voor het PsC303.01. De dalende cijfers zijn vooral op te merken vanaf 2020 eerste kwartaal, het begin van de COVID-19 crisis.

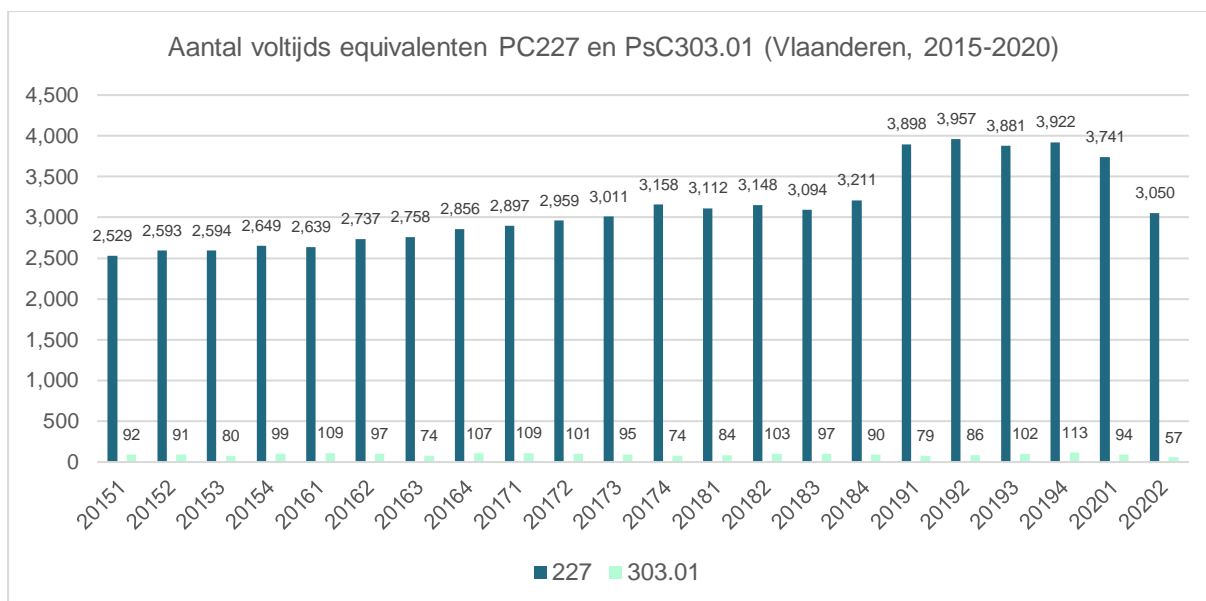


Figuur 29: Aantal voltijds equivalenten (België, 2015-2020) PC227 en PsC303.01 (RSZ)

Onderstaande figuur toont de evolutie (2015/Q1 t.e.m. 2020/Q2) van het **aantal voltijds equivalenten (VTE)** voor PC227 en PsC303.01 voor **Vlaanderen**. Het totaal aantal VTE is tussen 2015/1 en 2020/2 **21% gestegen** voor het PC227 en **38% gedaald** voor het PsC303.01.

Echter, het totaal aantal VTE is met **22% gedaald** tussen 2019/1 en 2020/2 voor het PC227 (Vlaanderen) en met **28% gedaald** voor het PsC303.01 (Vlaanderen) tussen 2019/1 en 2020/2. Het totaal aantal VTE is met **22% gedaald** tussen 2019/1 en 2020/2 voor het PC227 (België) en met maar liefst **54% gedaald** voor het PsC303.01 (België) tussen 2019/1 en 2020/2. Het aantal VTE in de audiovisuele en filmproductie-sector heeft dus effectief geleden onder **COVID-19**. We zien dat PsC303.01 harder geïmpacteerd was dan PC227. mediarte geeft aan dat een verklaring hiervoor kan gevonden worden in het feit dat PC227 als essentiële sector is bestempeld geweest en PsC303.01 niet tijdens de eerste lockdown. Verder zijn er subsectoren binnen PC227 zoals de digitale ondernemingen die gemakkelijker hun werkzaamheden konden verderzetten zonder verplicht thuiswerk.⁵⁶

⁵⁶Mediarte (2021). Impact op het sectoraal arbeidsvolume (ahv. VTE). <https://www.mediarte.be/nl/dossiers/mediarte-en-de-sector/sectornieuws/impact-van-de-1ste-lockdown-op-de-tewerkstelling-in-de>



Figuur 30: Aantal voltijds equivalenten (Vlaanderen, 2015-2020) PC227 en PsC303.01 (RSZ)

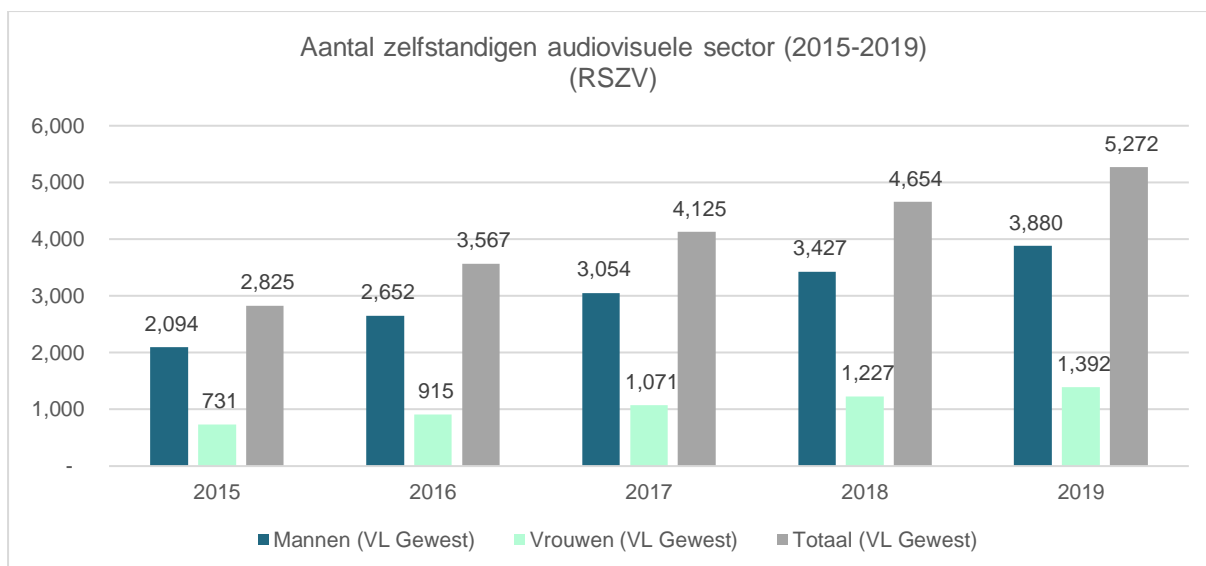
Hieruit concluderen we dat het aantal VTE voor PC227 op Vlaams niveau (+21%) sterker gestegen is dan op Belgisch niveau (+7%) tussen 2015/1 en 2020/2. Het aantal VTE voor PsC303.01 is echter gedaald tussen 2015/1 en 2020/2. Het aantal VTE is echter wel sterker gedaald op Belgisch niveau (-55%) dan op Vlaams niveau (-33%). We zien dat verder dat er een **negatief effect was van COVID-19** op het aantal VTE zowel bij PC227 als bij PsC303.01. PsC303.01 heeft een sterkere daling gezien in het aantal VTE dan PC227. Voorts zien we ook dat 67.7% van de VTE binnen PC227 zich situeren in het Vlaams Gewest en slechts 22,4% van de VTE binnen PsC303.01 situeren zich in het Vlaams Gewest. De pandemie zorgde niet voor een lager aantal werkgevers, maar wel een lager gemiddeld aantal werknemers per werkgever (aangezien het aantal werkgevers niet daalde) – althans toch voor het eerste deel van de pandemie (tot en met 2020/Q2).

Tot slot, zien we ook dat gemiddeld 62% van het totaal aantal VTE (België) zich situeert in Vlaanderen voor PC227 en gemiddeld 16% van het aantal VTE (België) zich situeert in Vlaanderen voor PsC303.01. Verder situeert zich 56% van het totaal aantal werkgevers (België) zich in Vlaanderen en gemiddeld 18% van het totaal aantal werkgevers situeert zich in Vlaanderen voor PsC303.01. Het valt op dat er slechts een klein deel van de VTE en werkgevers voor filmproductie (PsC303.01) zich situeert in het Vlaams Gewest.

Aantal zelfstandigen (RSZV)

Onderstaande figuur toont het aantal zelfstandigen⁵⁷ in de audiovisuele sector (beroepscode 510401-510418) in het Vlaamse Gewest. In 2015 telden we 2.825 zelfstandigen in totaal en in 2019 telden we 5.272 zelfstandigen in totaal voor de vernoemde beroepscode. Het aantal zelfstandigen is met **87% gestegen** tussen 2015 en 2019. Het aantal mannelijke zelfstandigen is met 85% gestegen en het aantal vrouwelijke zelfstandigen is met 90% gestegen. De verdeling mannen en vrouwen blijft constant over de vijf jaar: 74% zijn mannen en 26% zijn vrouwen. Voor het jaar 2020 zijn er nog geen cijfers en kunnen er nog geen besluiten getrokken worden over het effect van de pandemie.

⁵⁷ Zelfstandigen: optelsom van zelfstandigen als 'hoofdbezigheid', 'nevenbezigheid' en 'actief na pensioen'.



Figuur 31: Aantal zelfstandigen audiovisuele sector (m/v en totaal) (RSZV)

Operationele performantie: VOFTP-leden

Typisch voor onze audiovisuele en filmproductie sector zijn de onafhankelijke productiebedrijven. De meeste daarvan zijn lid van de VOFTP. VOFTP⁵⁸ is de beroepsvereniging van de Vlaamse Onafhankelijke Film en Televisie Producenten en telt 34 leden (productiehuizen). Ze heeft als doel het bevorderen van de economische en commerciële belangen van de Vlaamse onafhankelijke film & televisie producenten.

Om een inschatting te maken van financiële prestatie van de productiebedrijven werden gegevens van de VOFTP-leden opgezocht in de Bel-First database en werd hun meest recente jaarrekening geconsulteerd in de Balanscentrale (NBB).⁵⁹ Aangezien de meeste VOFTP-leden kleine vennootschappen zijn – en dus niet verplicht zijn om over hun omzet te rapporteren – rapporteren wij in deze studie over de brutomarge. Indien het omzetcijfer bekend is, rapporteren we over het omzetcijfer.

Onderstaande tabel geeft de operationele performantie, of een mogelijke indicatie van de winstgevendheid, weer van de VOFTP-leden van de periode 2015-2019. Voor de volgende financiële indicatoren werd data opgezocht in de Bel-first database: 'netto toegevoegde waarde', 'winst (verlies) van het boekjaar (+/-)'⁶⁰ en 'EBIDTA'⁶¹ voor 2015-2019. Indien we de optelsom maken (2015-2019) van de EBITDA en sorteren van hoog naar laag, zien we dat **Studio 100, De Mensen, Skyline Productions, Lunanime en Fobic Films** de grootste waarden (> €10.000) hadden.

⁵⁸ VOFTP. (2021). VOFTP. <https://voftp.be/leden>

⁵⁹ Balanscentrale – Jaarrekeningen online raadplegen. <https://cri.nbb.be/bc9/web/catalog?execution=e1s1>

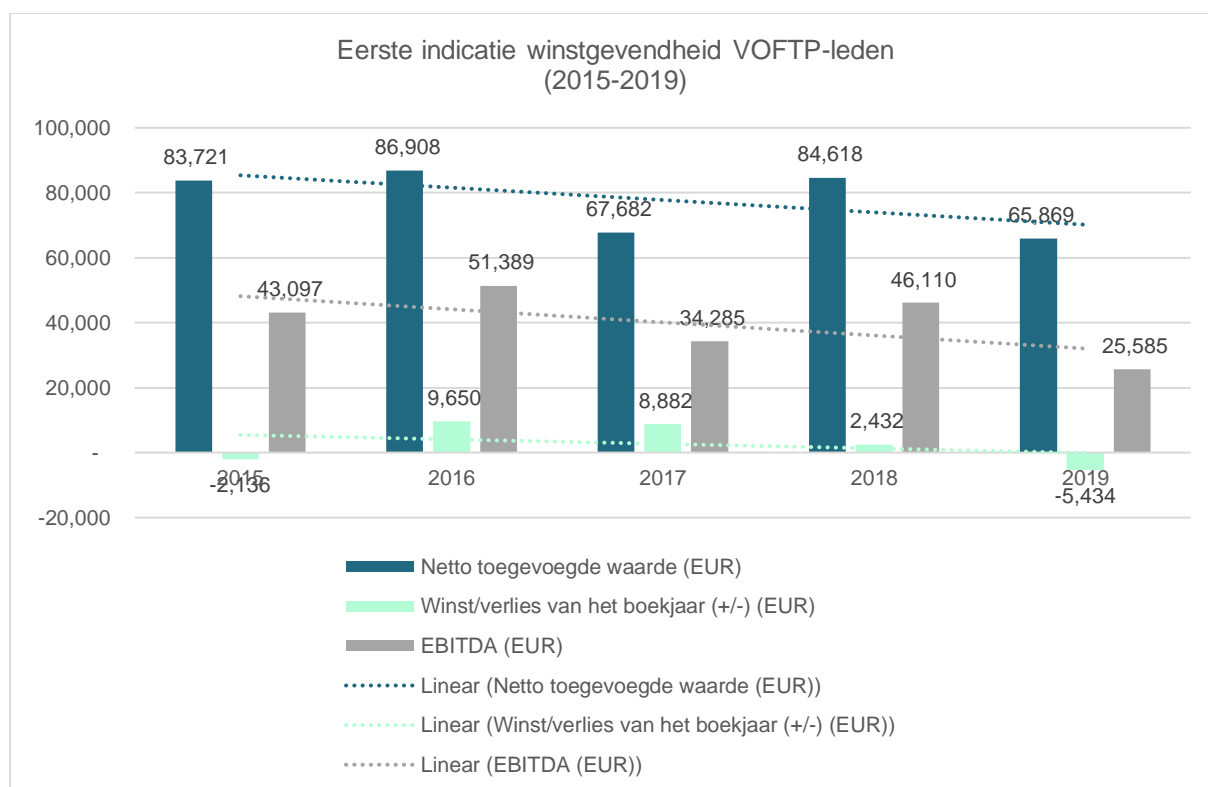
⁶⁰ "Dit is het verschil van de 'Winst voor belasting' en 'Belastingen op het resultaat'. Dit is de uiteindelijke winst van de onderneming (the 'bottom line')", <https://www.vfb.be/vfb/Media/Default/pdf/Educatief/Balans%20lezen.pdf>

⁶¹ EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization) of in het Nederlands Inkomsten vóór interesten, belastingen, afschrijvingen en waardeverminderingen) is een courante prestatie maatstaf om de operationele performantie of winstgevendheid van een onderneming weer te geven. [https://www.dvba.be/2018/04/21/ebitda-ebit-wat/#:~:text=EBIT%20\(Earnings%20Before%20Interest%20and,zijn%20courante%20prestatie%20maatstaven%20om%20de](https://www.dvba.be/2018/04/21/ebitda-ebit-wat/#:~:text=EBIT%20(Earnings%20Before%20Interest%20and,zijn%20courante%20prestatie%20maatstaven%20om%20de)

Tabel 6: Lijst VOFTP-leden incl. financiële informatie (Bel-first)

Naam productiehuis	Ondernemingsnummer	Netto toegevoegde waarde (EUR) (2015-2019)	Winst (verlies) van het boekjaar (+/-) (EUR) (2015-2019)	EBITDA (EUR) (2015-2019)
STUDIO 100	457622640	153.853	5.483	77.235
DEMENSEN	474766993	57.952	5.137	37.320
SKYLINE ENTERTAINMENT	462318133	25.142	904	23.300
LUNANIME	439100984	13.406	-521	12.495
FOBIC FILMS	430436906	11.113	140	10.590
WALKING THE DOG	467188721	6.891	-3.047	6.878
EYEWORXKS FILM & TV DRAMA	863293961	17.572	4.170	5.853
STUDIO 100 TV	540814788	4.355	-1.793	4.347
GERONIMO	838652102	7.834	1.192	3.972
RV FILM PRODUCTIONS	424202081	3.809	473	3.807
PANENKA	556984688	5.876	2.182	3.258
SPUTNIK TV	862245074	7.784	-1.158	3.251
WITEBOX	878278184	4.523	1.815	3.199
A PRIVATE VIEW	452699295	5.071	145	2.962
VIVI FILM	829953378	2.666	-76	2.572
FREMANTLEMEDIA BELGIUM	441647730	5.783	544	2.015
BORGERHOFF & LAMBERIGTS	870336359	3.667	687	1.008
KOEKEN TROEF	808691968	3.730	242	992
LECTER MEDIA	650760132	2.776	322	967
DE CHINEZEN	840958326	8.724	210	888
PRIME TIME	430779077	1.085	177	798
FABRIQUE FANTASTIQUE	543526929	1.606	265	720
DE FILISTIJNEN	865144582	917	91	670
CREATIVE CONSPIRACY	473522524	2.916	58	643
BORGERHOFF & LAMBERIGTS TV	843959188	2.027	134	484
LECTER SCRIPTED MEDIA	684591455	434	209	433
SAVAGE FILM	862424624	2.287	31	393
DE HOFLEVERANCIERS	806712673	155	54	150
DE WERELDVREDE	525815422	882	32	22
BULLETPROOF CUPID	887960170	35	2	3
POLLOCK & BACON	687996056	2	-1	-1
BRUTTEO	700562407	-21	-22	-22
BEAST STUDIO	865749447	245	-103	-27
GERONIMO FILM	696594513	58	-110	-105
DED'S IT	474271503	4.972	-1.045	-386
HOTEL HUNGARIA	810368286	8.252	-2.331	-581
SYLVESTER TV	538972481	1.898	-480	-1.124
ZODIAK BELGIUM	462185303	8.521	-617	-8.511
Totaal		388.798	13.395	200.466

Onderstaande figuur geeft de trend (2015-2019) weer van de financiële indicatoren (netto toegevoegde waarde, winst (verlies) en EBITDA) van de VOFTP-leden. Zowel voor de netto toegevoegde waarde, als voor winst (verlies), als voor EBITDA zien we **dalende trendlijnen**, wat zou kunnen duiden op een dalende winstgevendheid in de periode 2015-2019. Dit moet wel met enige voorzichtigheid gelezen worden aangezien deze maatstaven niet de enige indicatoren zijn om een indicatie te krijgen over de winstgevendheid van bedrijven. Het hanteren van EBITDA bv. is niet voldoende om bedrijven te waarderen, maar het kan echter wel **een eerste indicatie zijn**. De winstgevendheid kan niet eenduidig herleid worden uit de EBITDA (en de andere gegeven indicatoren) aangezien het geen rekening houdt met belastingen en interesten, noch met uitgaande kasstromen die gepaard gaan met (vervangings)inkomsten.⁶²



Figuur 32: Eerste indicatie winstgevendheid VOFTP-leden (Bron: Bel-first)

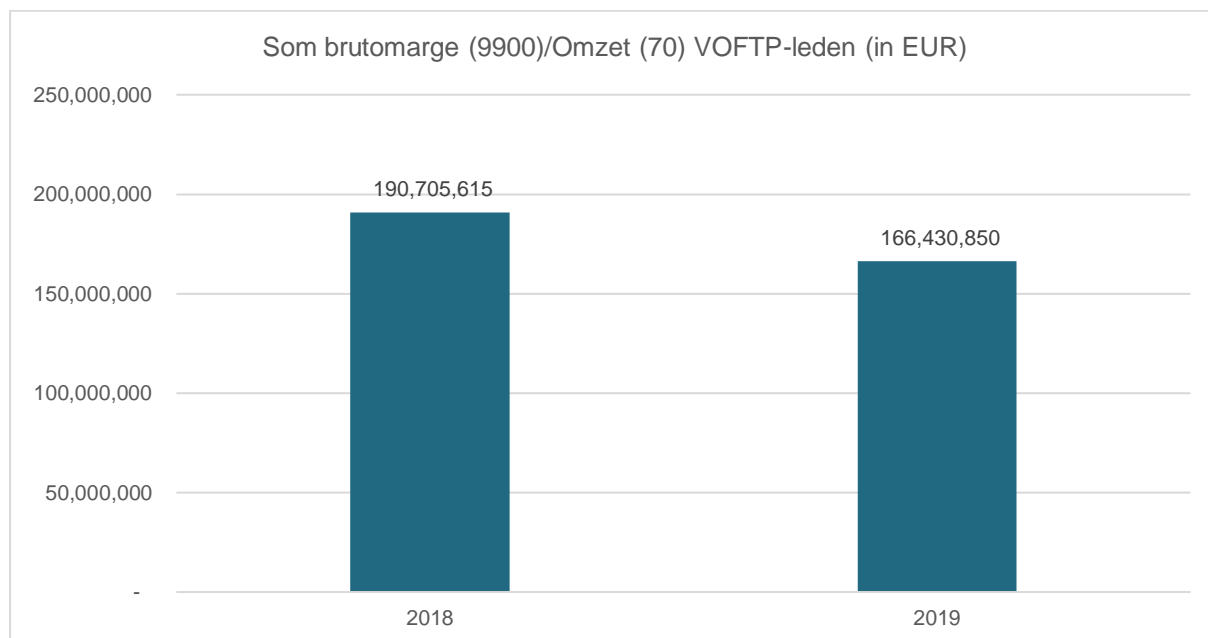
Onderstaande tabel geeft de omzet of het brutomarge weer van de VOFTP-leden. Van de bedrijven met een asterisk (*) is dit het omzetcijfer (code 70), voor de andere VOFTP-leden in de lijst wordt de brutomarge (code 9900) weergegeven. De cijfers werden gehaald uit het meest recente gerapporteerde jaarrekening. In dit bestand staat zowel de omzet of de brutomarge van het voorbije boekjaar (2019) als van het boekjaar daarvoor (2018). Het valt op dat de cijfers sterk kunnen fluctueren. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat het bedrijf bijvoorbeeld betaald werd door de opdrachtgever voor iets wat het jaar daarvoor in ontwikkeling of in productie was, of dat er een voorafname is op wat een productie in ontwikkeling zal kunnen opbrengen.

⁶² Bedrijfsadviseurs. (2018). EBITDA vs EBIT. [https://www.dvba.be/2018/04/21/ebitda-ebit-wat/#:~:text=EBIT%20\(Earnings%20Before%20Interest%20and,zijn%20courante%20prestatie%20maatstaven%20om%20de](https://www.dvba.be/2018/04/21/ebitda-ebit-wat/#:~:text=EBIT%20(Earnings%20Before%20Interest%20and,zijn%20courante%20prestatie%20maatstaven%20om%20de)

Tabel 7: Brutomarge/omzet VOFTP-leden (Balanscentrale/NBB)

Naam productiehuis	Ondernemingsnummer	2018 (vorig boekjaar) (in EUR)	2019 (laatst beschikbare boekjaar) (in EUR)	Som beide jaren (in EUR)
A PRIVATE VIEW	452699295	725.101	547.696	1.272.797
BEAST STUDIO	865749447	61.865	2.544	64.409
BORGERHOFF & LAMBERIGTS	870336359	924.836	1.353.437	2.278.273
BORGERHOFF & LAMBERIGTS TV	843959188	183.945	169.902	353.847
BRUTTEO	700562407	0	-20.768	-20.768
BULLETPROOF CUPID	887960170	10.493	15.279	25.772
CREATIVE CONSPIRACY	473522524	696.954	243.595	940.549
DE CHINEZEN	840958326	1.742.961	1.673.778	3.416.739
DE FILISTIJNEN	865144582	198.941	147.216	346.157
DE HOFLEVERANCIERS	806712673	24.313	80.194	104.507
DE WERELDVREDE	525815422	115.949	506.878	622.827
DED'S IT	474271503	890.567	105.455	996.022
DEMENSEN*	474766993	20.227.808	16.330.061	36.557.869
EYEWORCS FILM & TV DRAMA*	863293961	13.785.705	11.149.329	24.935.034
FABRIQUE FANTASTIQUE	543526929	622.101	652.147	1.274.248
FOBIC FILMS	430436906	2.282.500	488.072	2.770.572
FREMANTLEMEDIA BELGIUM*	441647730	6.603.830	8.159.214	14.763.044
GERONIMO	838652102	2.432.320	2.267.036	4.699.356
GERONIMO FILM	696594513	0	57.711	57.711
HOTEL HUNGARIA	810368286	957.848	2.783.853	3.741.701
KOEKEN TROEF	808691968	617.852	494.030	1.111.882
LECTER MEDIA	650760132	733.101	1.087.410	1.820.511
LECTER SCRIPTED MEDIA	684591455	168.119	266.013	434.132
LUNANIME*	439100984	3.534.237	211.717	3.745.954
PANENKA	556984688	1.662.728	1.612.254	3.274.982
POLLOCK & BACON	687996056	0	1.762	1.762
PRIME TIME	430779077	240.671	78.857	319.528
RV FILM PRODUCTIONS	424202081	2.011.998	-2.586	2.009.412
SAVAGE FILM*	862424624	928.005	3.177.131	4.105.136
SKYLINE ENTERTAINMENT*	462318133	4.149.992	730.088	4.880.080
SPUTNIK TV	862245074	1.741.155	1.677.183	3.418.338
STUDIO 100*	457622640	89.721.748	82.300.862	172.022.610
STUDIO 100 TV	540814788	1.709.889	1.656.330	3.366.219
SYLVESTER TV	538972481	-195.722	-330.447	-526.169
VIVI FILM	829953378	182.027	211.600	393.627
WALKING THE DOG	467188721	2.654.804	1.287.939	3.942.743
WITEBOX*	878278184	12.719.425	6.127.566	18.846.991
ZODIAK BELGIUM*	462185303	15.637.549	19.130.512	34.768.061
Totaal		190.705.615	166.430.850	357.136.465

Onderstaande figuur toont de som aan totale brutomarge/omzet per jaar. Het totaal in 2019 (€166,4M) is 13% lager dan 2018 (€190,7M). Zoals we reeds aangaven, kan de som aan omzet/brutomarge van productiebedrijven per jaar enorm fluctueren. We zien bv. grote verschillen in omzet tussen 2018 en 2019 bij De Mensen, Lunanime, Savage Film, Skyline Entertainment, Witebox (Studio 100) en Zodiak Belgium (zie bovenstaande tabel).



Figuur 33: Som brutomarge/omzet VOFTP-leden (Balanscentrale/NBB)

Positie Vlaamse audiovisuele content

Volume Vlaamse tv-fictie

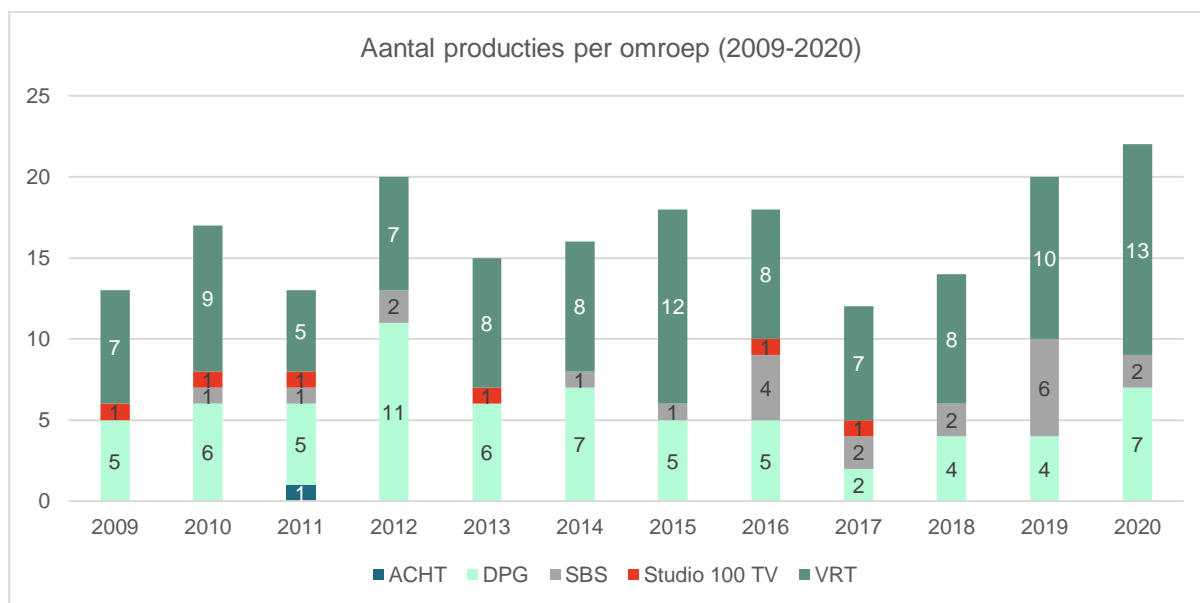
Onderstaande gegevens presenteren het volume tv-reeksen in Vlaanderen. Onder reeks is hier begrepen nieuwe Vlaams majoritaire titels of nieuwe seizoenen van bestaande titels. Onder fictie is hier begrepen reeksen, binnen de genres high-end drama, tragikomische reeksen, sitcom, webreeksen en kinderfictie (excl. soaps, animatie, docudrama). Voor de overzichtelijkheid toont de figuur telkens de betrokken omroep, ook al zijn sommige projecten eerst op een ander aanbod verschenen (Play More, Streamz, etc.) en dus steeds coproducties.

Per jaar worden **gemiddeld 17 nieuwe reeksen** gereleased in Vlaanderen. De meeste daarvan verschijnen op de Vlaamse omroepen, maar in toenemende mate ook in de vorm van een *preview* of *premium window* eerst in het aanbod van dienstenverdelers (meestal gevolgd door een uitzending later op een Vlaamse omroep).

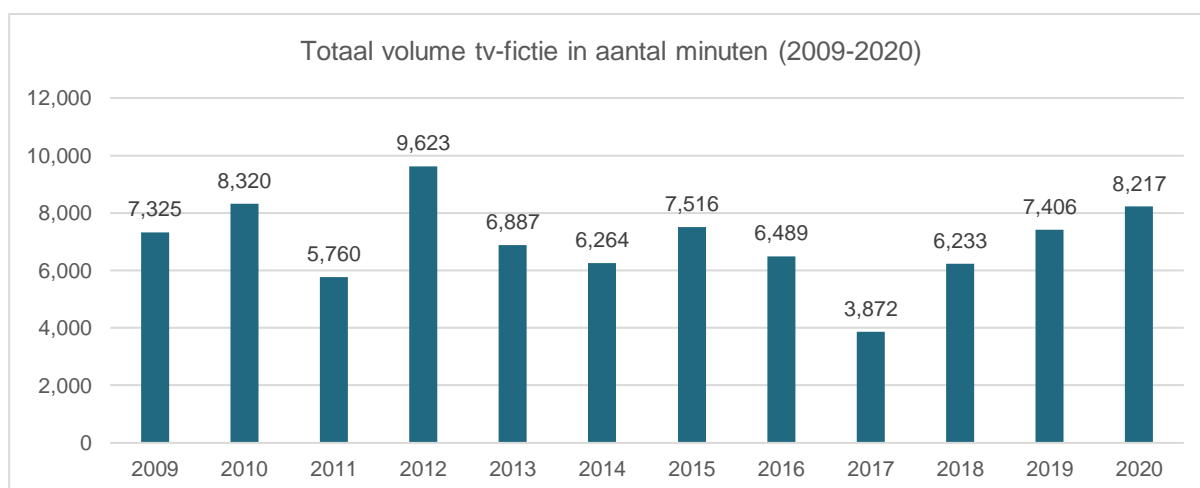
De daling in 2017 en 2018 is te verklaren door de komst van Streamz, waardoor DPG Media duidelijk minder van de toen bestelde fictiereeksen op vtm programmeerde om voldoende aanbod te hebben vanaf september 2020. Met de komst van Streamz kan verwacht worden dat het gemiddelde DPG Media-titels van 6 reeksen per jaar opnieuw gehaald wordt. Sinds de betrokkenheid van Telenet in SBS Belgium, valt daar een merkelijke stijging van het aantal projecten op. De combinatie preview bij Telenet en uitzending op lineaire televisie laat duidelijk meer ademruimte voor Play 4-fictie. Op een paar uitzonderingen na is het aandeel **VRT-titels groter dan dat van de private spelers samen**. VRT toont zich overigens doorheen de tien jaar vrij stabiel in het totaalvolume fictie, met een stabiel volume midweek en zondagavondfictie, maar een lichte stijging op het vlak van eigenzinnige (Canvas) reeksen en kinderreeksen (Ketnet).

2012 is een atypisch jaar door de herlancering van vt4 in VIER na de overname door DeVijver/Corelio/Sanoma. Dezelfde trend, waarbij omroepen bepaalde releases uitstelden door de komst van VIER in 2012, verklaart het lagere aandeel reeksen in 2011.

Het totaal aantal minuten tv-fictie was het hoogste in 2020 (8217 minuten) sinds het atypische jaar 2012 (9623 minuten), wat zowel te verklaren valt door de komst van Streamz, maar ook het hogere volume VRT-reeksen gereleased in dat jaar.



Figuur 34: Volume tv-fictie in titels 2009-2020 (imec-SMIT-VUB)

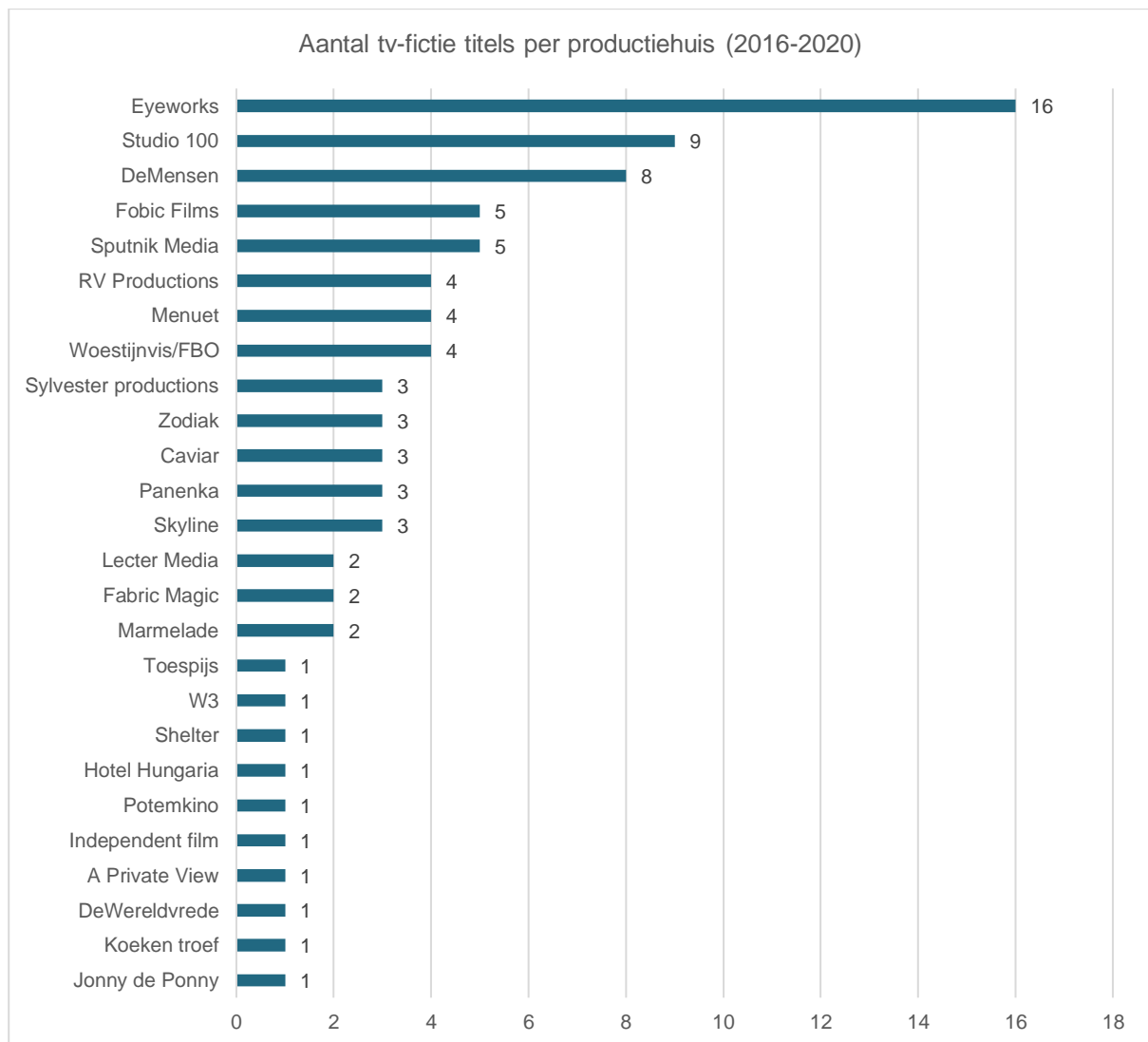


Figuur 35: Volume tv-fictie in minuten 2009-2020 (imec-SMIT-VUB)

Tussen 2016 en 2020 waren niet minder dan 26 verschillende productiehuzen betrokken bij de productie van Vlaamse tv-fictie. Het aantal productiehuzen dat zich inlaat met fictie is nog licht gestegen ten opzichte van de periode 2009-2013 (zie rapport 'Duurzame financieringsmodellen voor Vlaamse audiovisuele fictie', 2014).⁶³ In die periode bedroeg het aandeel 18 spelers. Eyeworks, Studio 100 en DeMensen zijn de grootste fictiereeksproducenten in Vlaanderen. Eyeworks produceerde de voorbije

⁶³ Raats, T., Evens, T., Braet, O., Ruelens, S., Schoonekaep, I., Ballon, P. & J. Loisen (2014). Duurzame financieringsmodellen voor Vlaamse televisiefictie. Een onderzoek in opdracht van het Kabinet Media en het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media. Brussel en Gent: iMinds-SMIT-MICT, 2 juni 2014.

vijf jaar zelfs meer dan het dubbel aantal reeksen dan de nummers 2 (Studio 100) en 3 (DeMensen). Het gaat hier om drie van de grootste Vlaamse productiehuisen, die zich overigens niet beperken tot fictie alleen.

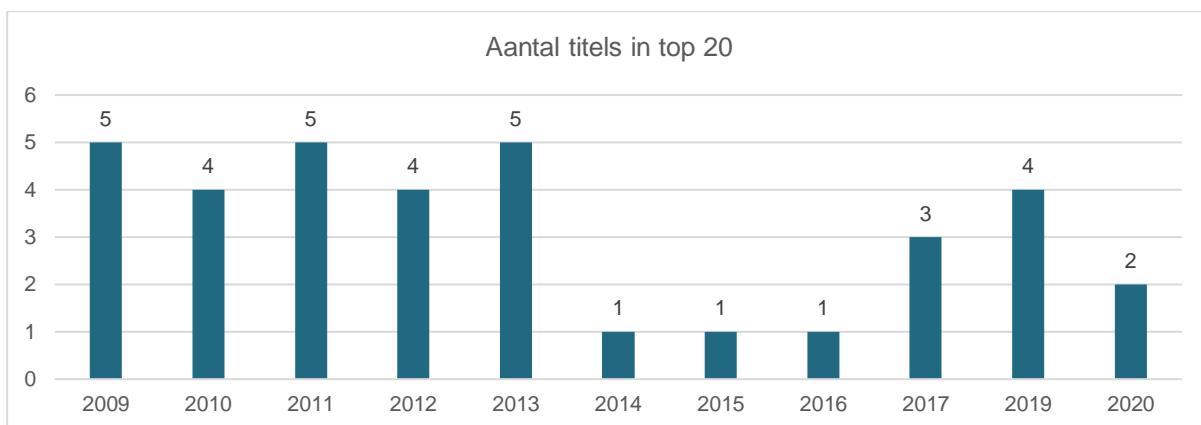


Figuur 36: Spreiding productiehuisen Vlaamse tv-fictie (2016-2020)

Populariteit lokale content

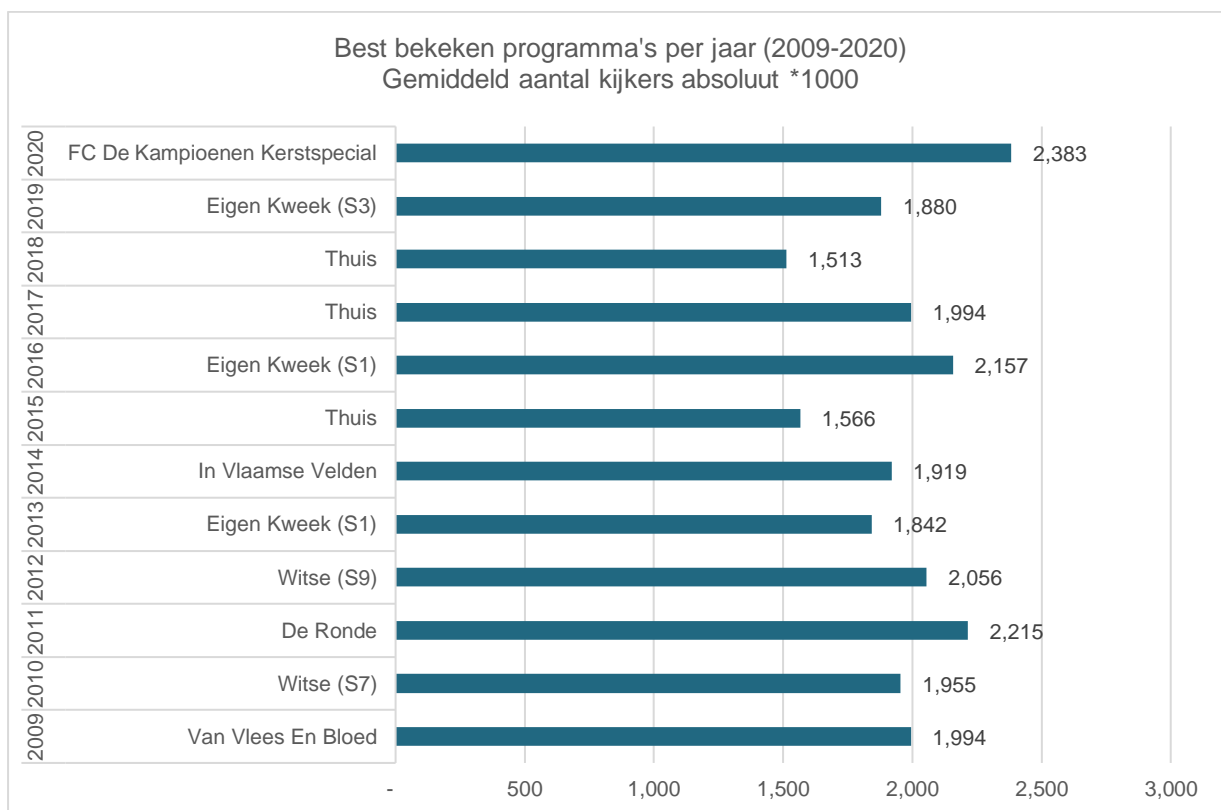
De vorige Doorlichting van het Vlaams Audiovisueel Beleid van Econopolis/SMIT demonstreerde de populariteit van Vlaamse tv-fictie. We stellen vast dat het aandeel fictiereeksen dat de top 100 haalt elk jaar nog relatief stabiel blijft, maar het aandeel reeksen dat de top 20 haalt wel is gedaald. Factoren die kunnen meespelen zijn het aandeel sportwedstrijden in de top 20 (WK in 2016); de concurrentie met streamingplatformen voor fictie, en de populariteit van andere programma's waar het live- en evenementiële karakter groter is (bv. The Masked Singer).

Daarom keken we voor deze studie ook naar de absolute aantallen van de meest bekeken fictiereeksen.



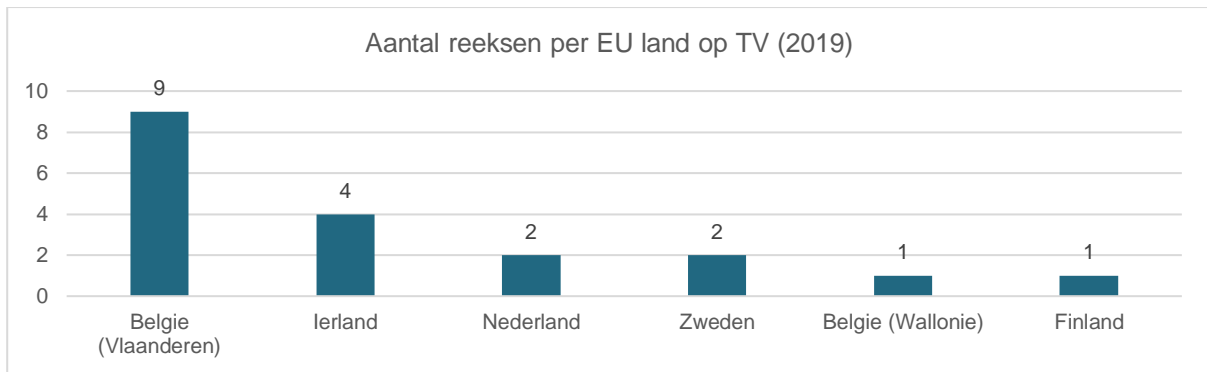
Figuur 37: Aantal titels top 20 (CIM Noord TV)

We stellen wel vast dat het aantal kijkers voor de best scorende reeksen op televisie (+catch-up 7d) gemiddeld licht daalt door de jaren. De eenmalige FC De Kampioenen kerstspecial was, als meest bekeken programma ooit, en bovendien uitgezonden op kerstdag, een uitzondering.



Figuur 38: Kijkcijfer beste reeks van dat jaar (CIM Noord TV)

Maken we de vergelijking met gelijkaardige markten als de Vlaamse (in grootte, sterkte tv-markt en beschikbare ondersteuningsmechanismen voor de audiovisuele sector), dan valt wel op dat Vlaamse fictie gemiddeld genomen populairder is op de eigen markt. Beschikbare gegevens laten toe dit te vergelijken voor 2019: hier zien we dat Vlaanderen 9 titels in de top 50 haalde, tegenover minimum 1 en maximum 4 bij de andere bestudeerde markten.



Figuur 39: Reeksen in top 50 best bekeken (2019; diverse bronnen)

Ter vergelijking: in een atypische markt als het Verenigd Koninkrijk (door taal- en schaalvoordelen en sterke fictietraditie) stonden in de laatste 10 jaar, met uitzondering van WK en EK-voetbal jaren, gemiddeld 4 reeksen telkens in de top 10 van meest bekeken programma's.

Op basis van deze data kunnen we trouwens niet concluderen dat VAF/Mediafonds-gesteunde reeksen ook automatisch de best bekeken reeksen zijn. Vaak is dit wel het geval, maar de verklarende factor hier is uitzending op Eén. Projecten die op zondagavond op Eén worden uitgezonden, halen de hoogste kijkcijfers, ongeacht of zij gesteund werden door het VAF/Mediafonds. Reeksen met VAF/Mediafonds-steun op VIER zoals *De Dag* bijvoorbeeld halen een stuk minder kijkers omdat VIER globaal genomen ook minder kijkers haalt dan de VRT.

In tegenstelling tot de bioscoopfilm zien we wél duidelijk dat Vlaamse reeksen die het goed doen bij het lokaal publiek, ook de reeksen zijn die het goed doen in internationale verkoop, en in het halen van internationale erkenning.

Buitenlandse inbreng

Sinds 2010 merken we geleidelijk een steeds grotere toename van buitenlandse betrokkenheid in Vlaamse projecten. Dit is het gevolg van de toenemende export van Vlaamse reeksen. In de meeste gevallen gaat het om een coproductiedeel met Duitse omroepen (ZDF Neo, ZDFe of ARTE), Europese distributeurs (Lagardère en Beta film) of de verkoop aan een SVOD-dienst (meestal Netflix). Hoe groot de netto-inbreng van buitenlandse spelers is in Vlaamse tv-fictie is moeilijk in te schatten, omdat weinig geweten is over exacte bedragen van deals. Wat internationale spelers betreft, is het tot nog toe vooral Netflix dat lijkt in te zetten op Vlaamse fictie, zowel in aankoop van rechten als in coproductie.

We stellen vast dat reeksen gesteund met VAF/Mediafonds-financiering of geproduceerd zijn met distributeurs als gevolg van de Stimuleringsregeling voor dienstenverdelers, veel vaker cofinanciering of coproductiefinanciering in het budget kunnen meenemen. De verklarende factor is hier dat het gaat om reeksen die dankzij de steun van VAF/Mediafonds of stimuleringsregeling, samen met de bijdrage van de omroepen, kunnen rekenen op een hoger budget. In de meeste gevallen verhoogt dit ook de productiewaarde en daarmee ook het exportpotentieel.

De toegenomen mogelijkheden om content on-demand uit te zenden en de hevige concurrentiestrijd met Netflix en andere streamers, hebben ervoor gezorgd dat producenten er sneller in slagen deals te maken met deze buitenlandse spelers. Onderstaande tabel geeft een overzicht van een aantal van de belangrijkste successen in Vlaamse fictie op het vlak van export.

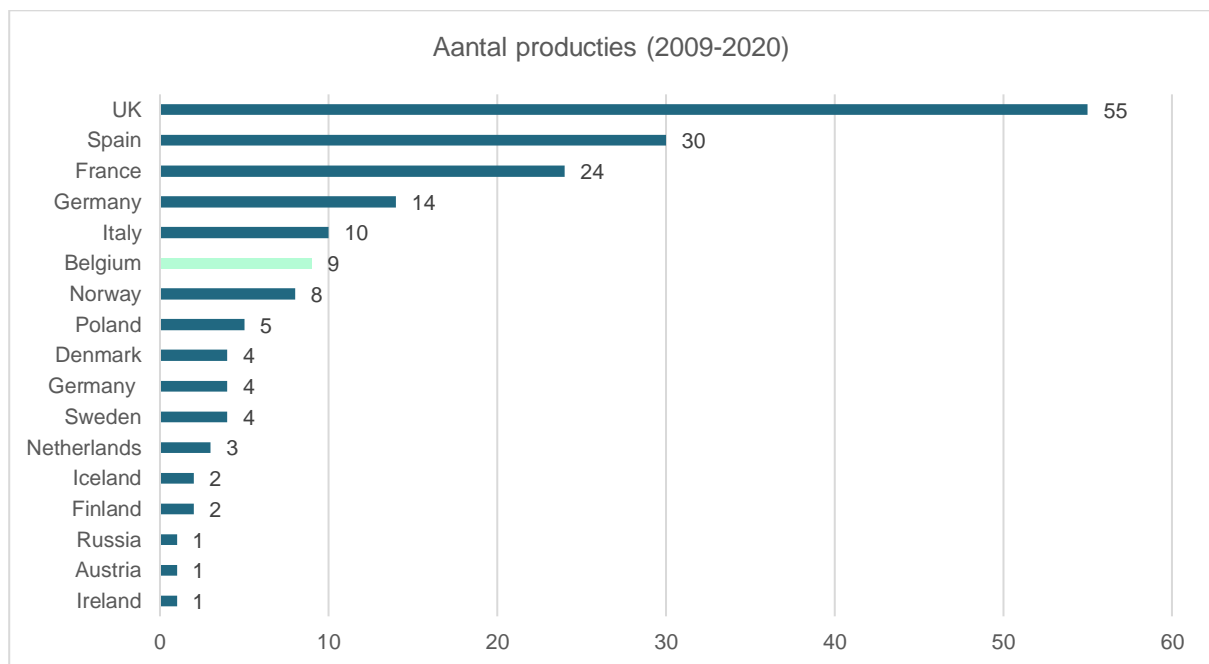
Tabel 8: Voorbeelden geselecteerde Vlaamse reeksen buitenlandse verkoop (imec-SMIT-VUB)

Jaar	Titel	Productiehuis	Type verkoop/export
2016, 2019	Callboys	Woestijnvis	o.a. remakerechten verkocht aan Nederland Videoland Nederland
2016	Als de dijken breken	Menuet	Coproductie met Nederland (EO)
2016	Chaussée d'Amour	DeMensen	Uitgezonden ZDF Neo Distributie via ZDFe
2016, 2018	Professor T.	Skyline	Licenties voor Andorra (Spain), Australië, Latijns Amerika, Caraïben, Ierland, Bahamas, Bermuda, USA, Nieuw Zeeland, Polen, Luxemburg, Romanië RTL Crime / Videoland - Nederland SBS – Australië; Walter Presents – UK; Cosmopolitan TV - Spanje Remake door VeMa Productions voor TF1; Rowboat en Skyline voor ZDF & Duitse remake verkocht aan RAI Italië; Czech Republic remake; UK remake
2016	Vermist (S7)	Eyeworks	Verkocht aan 92 landen
2017	Tytgat chocolat	DeMensen	Netflix (territorium België, Nederland, Zwitserland, Zweden, Spanje, Noorwegen, Italië, Duitsland, Frankrijk, Finland & Denemarken) en Videoland (Nederland). Remake-right is verkocht in de UK
2017, 2021	Beau Sejour	DeMensen	Frankrijk, Duitsland, UK, Brazilië & Netflix (wereldwijd) Remakerechten verkocht in USA, Rusland, UK & Frankrijk NPO/Arte
2017	Tabula rasa	Caviar	Netflix (wereldwijd), Duitsland en UK (Walter presents)
2018, 2020	Over Water	Panenka	ZDF Neo/ARD/NDR, NPO Nederland, Netflix (selecte territoria)
2018	Gevoel voor tumor	Sylvester	Nederland & Netflix (België en Nederland)
2018	De 13 geboden	Menuet	Walter Presents; Netflix
2019	Grenslanders	Menuet	Coproductie met Nederland
2018	Salamander 2	Skyline	Wallonië, Zweden, Sovjet-Unie, Tsjechië, Polen, Zwitserland, Duitssprekende gebieden, Luxemburg, Frankrijk, Franse overzeese gebieden, Andorra, Monaco, Nederland, UK, Ierland, Portugal met Azoren, Cyprus, Griekenland, Turkije, Irak, Afghanistan, Iran, Australië, Nieuw-Zeeland & Canada
2019	de dag	Woestijnvis/FBO	Verkocht aan min. 32 landen, o.a. Duitsland, Nederland en Australië
2019, 2020	Undercover	DeMensen	Netflix (wereldwijd)
2019	De twaalf	Eyeworks	Netflix (wereldwijd) Australia (SBS), Nieuw Zeeland (Rialto), Spanje (AMC Iberia), Frankrijk (Polar+), Zwitserland (RTS), Portugal (RTP), Poland (NC+), UK (Walter Presents)
2020	De Bende van Jan De Lichte	Menuet	Netflix (wereldwijd)
2020	Red Light	Eyeworks	Nederland, ARTE, UK (Walter Presents), AMC Iberia, Noorwegen (NRK), Pasaka (Litouwen), Turkcell (Turkije), Hot (Israel), Rialto (Nieuw-Zeeland), SBS (Australië)
2020	GR5	Zodiak	ZDF Neo (Duitsland)
2020	Black Out	Jonny de Ponny	o.a. Australië, Canada, de VS en Nederland
2020	Hoodie	Hotel Hungaria	Wallonië (RTBF), Duitsland, Nederland (Videoland), Frankrijk, Slovenië, diverse Afrikaanse en Amerikaanse territoria (in totaal 71 landen), Amazon Prime

Binnen het onderzoekscentrum SMIT brachten we onder meer ook het aandeel Europese Netflix Originals in kaart. Het gaat hier om projecten die het label van 'original' krijgen omdat Netflix ofwel de titel volledig financiert, ofwel coproduceert en daarbij wereldwijde licentierechten verwerft, ofwel de

wereldwijde distributierechten verwerft nadat de reeks al volledig is gefinancierd (en/of uitgezonden). In al deze gevallen gaat het dus om projecten waar Netflix aanzienlijk hogere bedragen voor betaalt dan de niet-Netflix originals.

Binnen de Europese originals (enkel tv-fictie) zien we dat de grootste markten niet verrassend ook de grootste volumes genieten van Netflix. Vooral het Verenigd Koninkrijk springt er met 55 projecten uit. België (inclusief Franstalige projecten) is met een zesde plaats en 9 Netflix originals (bv. *Beau Sejour*, *Bende van Jan De Lichte*, *Tabula Rasa* en *Undercover*) de eerste kleine markt, en doet het zelfs beter dan de Scandinavische markten.



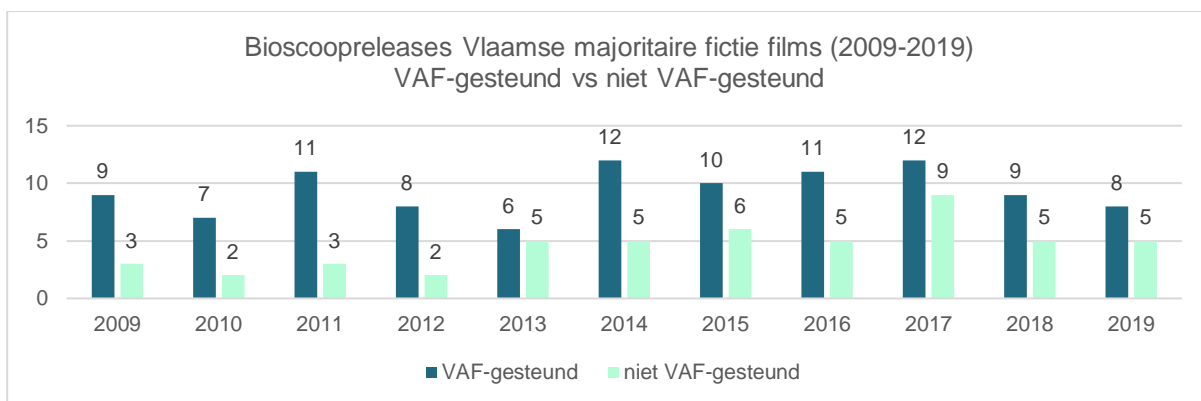
Figuur 40: Spreiding Europese Netflix originals (2009-2020) (imec-SMIT-VUB)

Volume Vlaamse film

De laatste tien jaar werden gemiddeld jaarlijks 14 langspeelfilms gereleased in de Vlaamse bioscoop.⁶⁴ De meeste daarvan zijn VAF-gesteunde projecten (in totaal 103 VAF gesteund, 50 niet-VAF gesteund). We zien een kleine toename van het aantal projecten zonder VAF-steun vanaf 2013. We zien echter een daling van het aantal VAF gesteunde projecten vanaf 2017 (van 12 projecten in 2017 tot 8 projecten in 2019). Tussen 2014 en 2016 bleef het aantal gesteunde projecten per jaar wel constant.⁶⁵ 2020 werd niet meegenomen omdat er door de COVID-crisis geen releases waren.

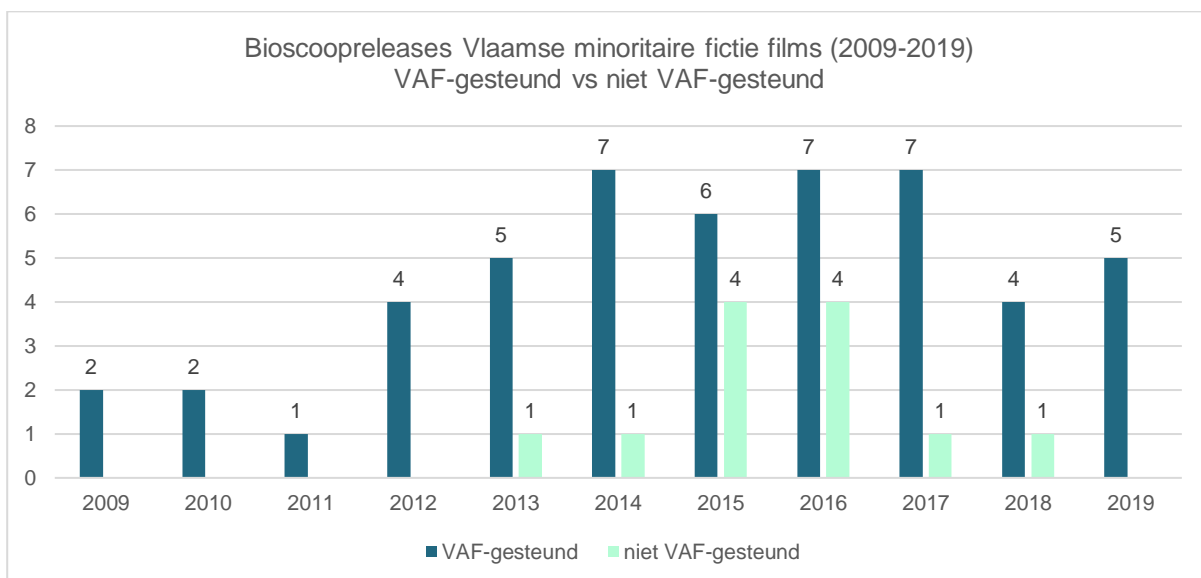
⁶⁴ Met bioscopen wordt hier enkel bioscoopexploitanten bedoeld, niet eventuele release op andere vertoningsplekken zoals culturele centra of filmclubs.

⁶⁵ 2020 werd niet meegenomen omdat er door de COVID-19-crisis geen releases waren.



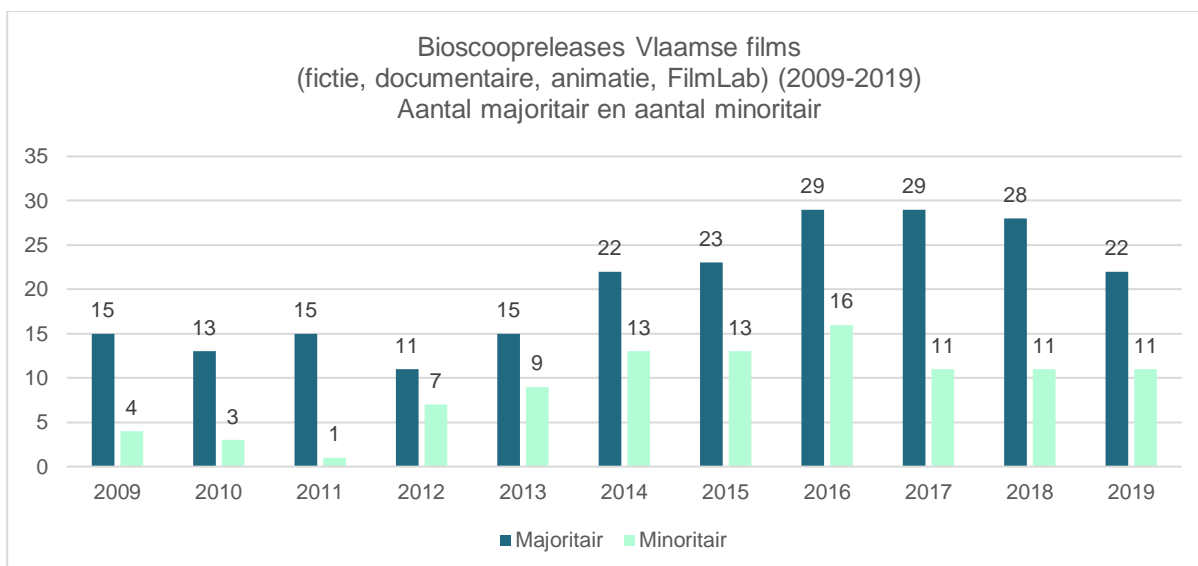
Figuur 41: Bioscoopreleases majoritair Vlaamse films (fictie, lang, 2009-2019) (VAF)

Het aantal minoritair Vlaamse coproducties kende eveneens een hausse tussen 2014 en 2016, om daarna weer te zakken. We zien hier wel een nog duidelijke discrepantie tussen het aandeel VAF en niet-VAF gesteunde projecten. Met uitzondering van 2015 en 2016 was het aandeel minoritaire coproducties gereleased in Vlaamse bioscopen beperkt tot maximaal 1 titel. Minoritaire projecten zijn voornamelijk releases van films uit Nederland of Franstalig België.



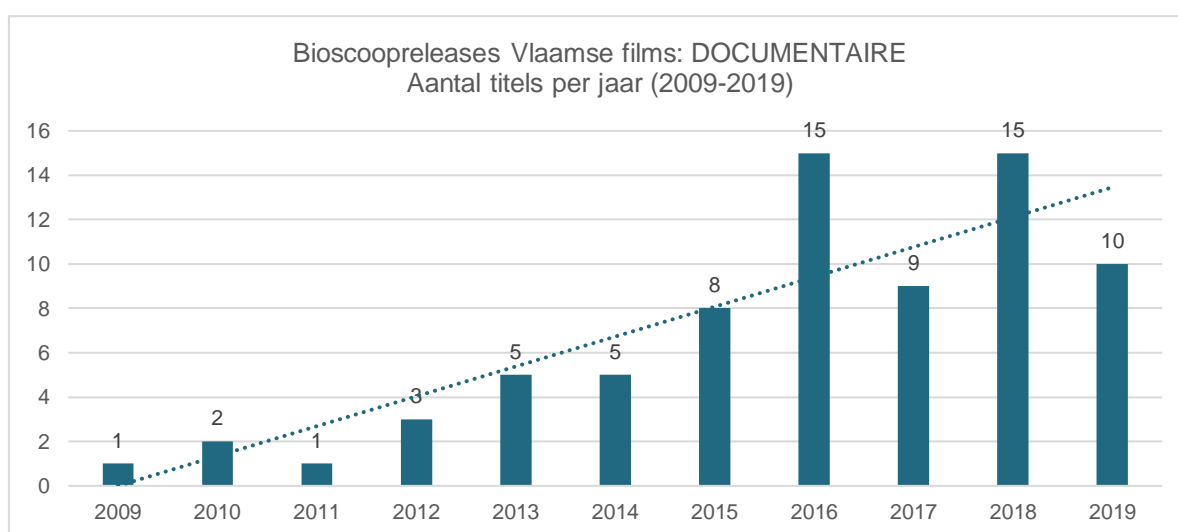
Figuur 42: Bioscoopreleases minoritair Vlaamse films (fictie, lang, 2009-2019) (VAF)

Nemen we de genres animatie, documentaire en experimentele film erbij, dan komen we uit op een aantal van 35 tot 40 titels die per jaar verschijnen. In 2017 en 2018 is dat aantal stabiel, in 2019 verschenen er zes titels minder.



Figuur 43: Bioscoopreleases majoritair en minoritair Vlaamse films (fictie, documentaire, animatie, FilmLab, lang, 2009-2019) (VAF)

Opvallend is het stijgend aantal documentaires dat een bioscooprelease kreeg. Waar dit tussen 2009 en 2012 eerder om uitzonderingen ging, zien de laatste vijf jaar tussen de 9 en 15 titels gereleased worden.



Figuur 44: Aantal documentaires (maj/min, lang, 2019-2019) (VAF)

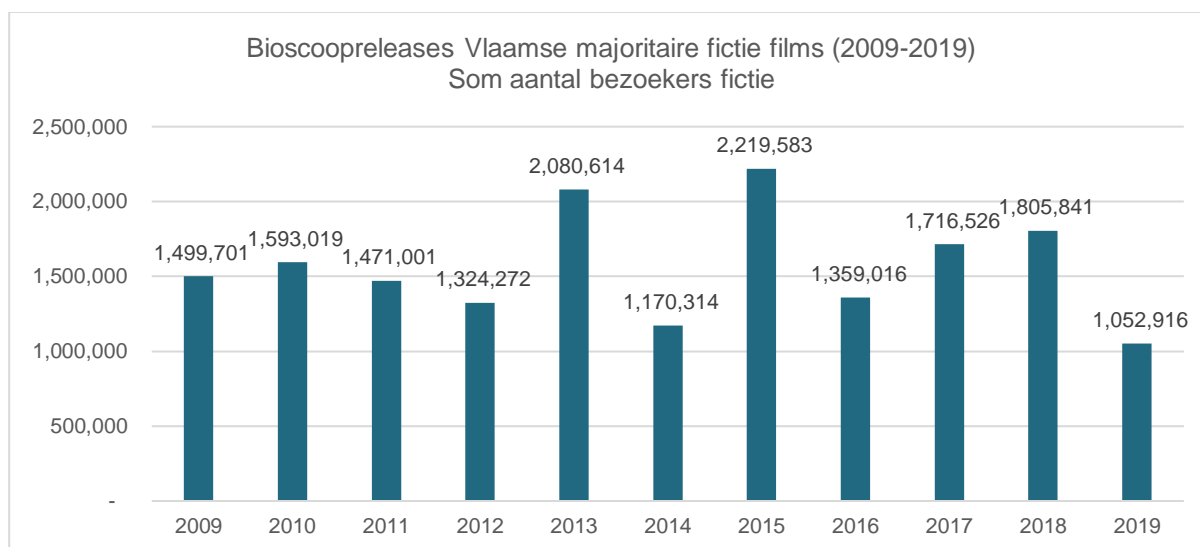
Populariteit Vlaamse film

Het totaal aantal bezoekers per jaar voor Vlaamse langspeelfilms schommelde de laatste 10 jaar tussen 1 en 2,2 miljoen bezoekers per jaar. 2019 tekende qua aantal bezoekers (voor Vlaamse films) het laagste op van de laatste tien jaar (met 1,05 miljoen bezoekers voor de majoritaire Vlaamse films). De toename in het aantal titels gereleased in de bioscopen vanaf 2013 vertaalt zich dus niet in een hoger aantal bezoekers. Omgekeerd heeft het beperkter aantal titels in 2019 evenmin geleid tot een hogere concentratie van het publiek in de bioscoop voor Vlaamse film.

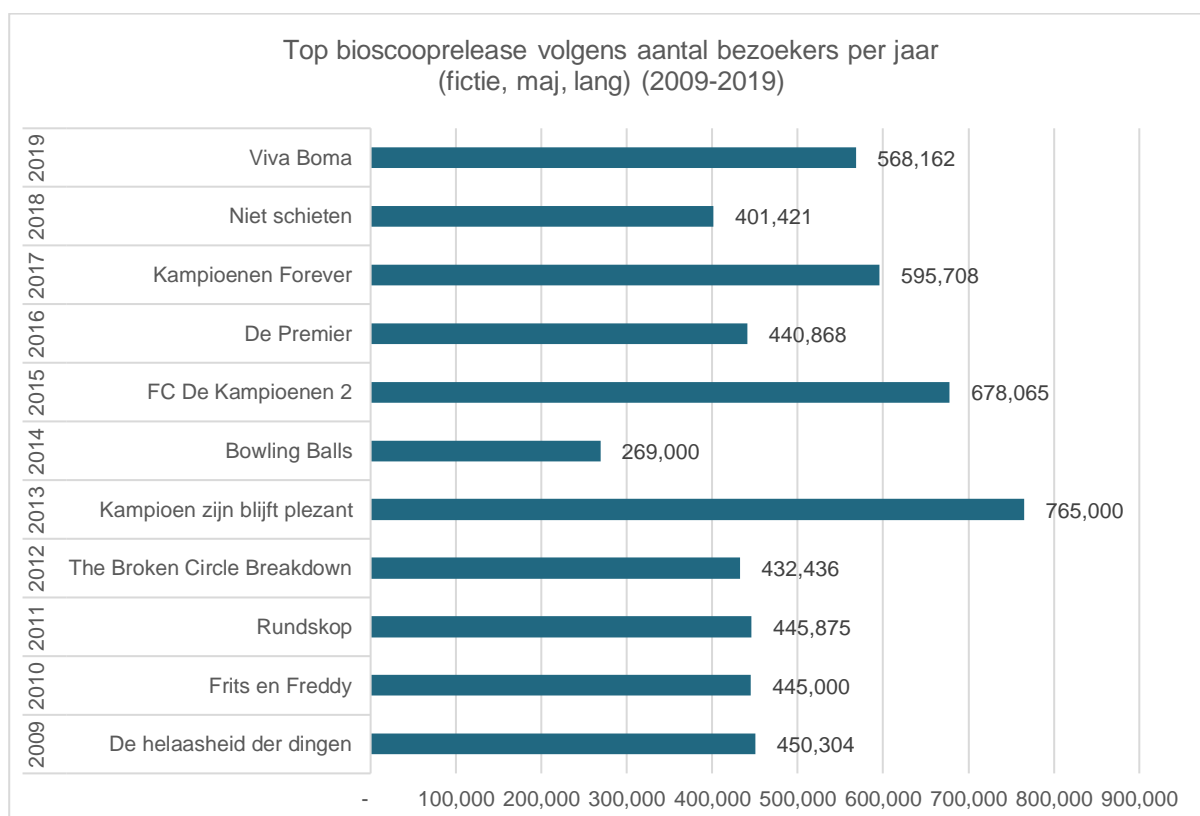
De best scorende Vlaamse film haalt gemiddeld 499.258 bezoekers (2009-2019). Tussen 2009 en 2019 is het aantal bezoekers per best scorende film 26% gestegen (van 450.304 naar 568.162 bezoekers per film). 2013 was een uitzonderlijk goed jaar met 765.000 bezoekers voor de best scorende film ('Kampioen zijn blijft plezant'). De best scorende films die boven de 500.000 bezoekers zijn vrijwel

uitzonderlijk geworden de laatste 10 jaar, namelijk in 2013, 2015, 2017 en 2019 (de FC de Kampioenen-films).

In de helft van de gevallen is de populairste film een VAF gesteund project.

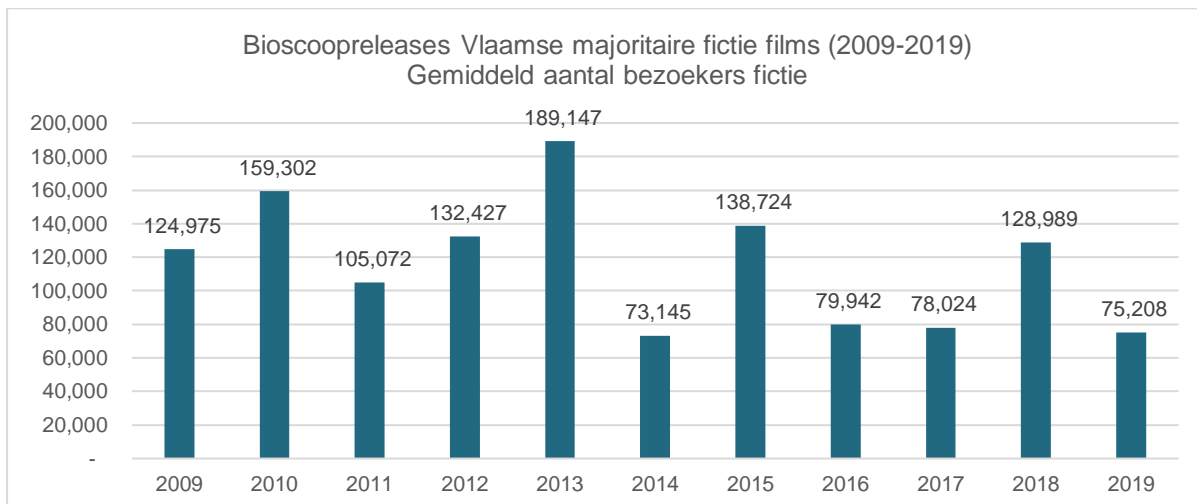


Figuur 45: Bezoekers Vlaamse film (fictie, maj, lang, 2009-2019) (VAF)



Figuur 46: Bezoekers best scorende Vlaamse titel (fictie, maj, lang, 2009-2019) (VAF)

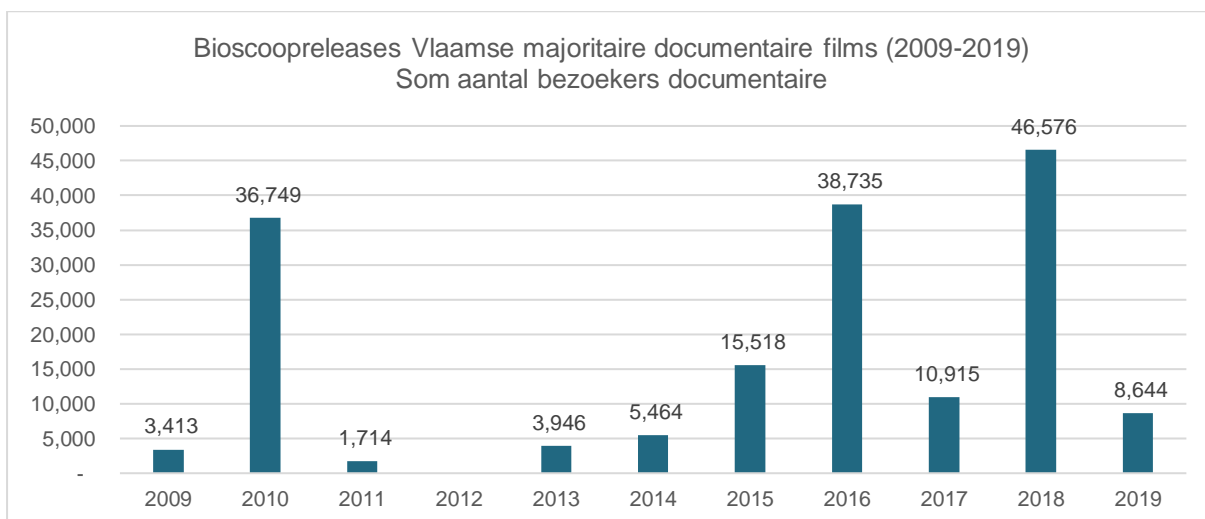
Het gemiddeld aantal bezoekers voor Vlaamse film zegt in principe weinig, net omdat de box office vooral gehaald wordt uit een beperkt aantal populaire (Vlaamse) titels. Wel kunnen we afleiden dat het aantal hits sinds 2013 een stuk beperkter is geworden, wat het gemiddelde aantal bezoekers vaker onder de 100.000 bracht (van 124.975 in 2009 naar 75.208 in 2019; dit is een daling is van 40%).



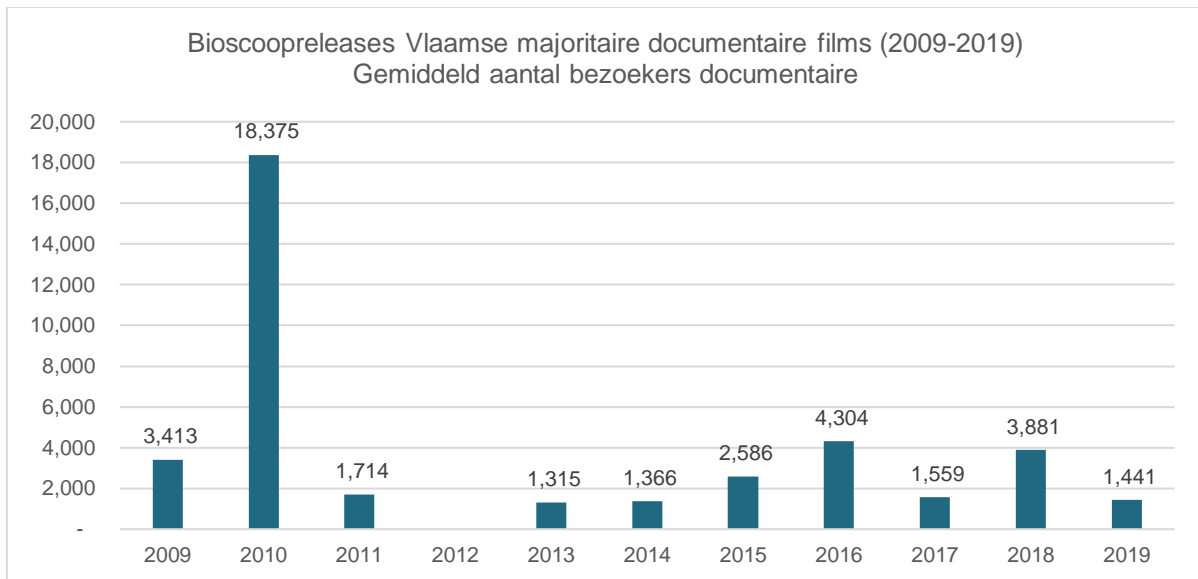
Figuur 47: Bezoekers Vlaamse film <100.000 (fictie, maj, lang, 2009-2019) (VAF)

Op televisie scoren Vlaamse films niet zo hoog als de Vlaamse fictiereeksen, althans niet de laatste 10 jaar. Tussen 2009 en 2020 haalden elk jaar maximaal 3 Vlaamse films de kijkcijfer top 100 (CIM Noord). De laatste drie jaar was dat slechts één titel (de FC de Kampioenen-films). In verschillende jaren (2010, 2012, 2014, 2016, 2017) haalde geen enkele Vlaamse film de kijkcijfer top 100. Ter illustratie, *Patser*, uitgezonden op VTM haalde 311.705 kijkers; *Niet Schieten* (eveneens uitgezonden op VTM) haalde 326.280. De best bekeken films op tv tussen 2018 en 2020 haalden tussen de 774.000 en 1.593.000 kijkers.

Het toenemend aanbod documentaires in de bioscoop leidde vanaf 2013 tot een stijging van het totaal aantal bezoekers, maar de cijfers blijven hier bijzonder laag. In 2019 bereikte het aanbod van 10 Vlaamse majoritaire documentaire producties samen slechts 8.644 aantal bezoekers. Het gemiddeld aantal per titel schommelt tussen de 1.000 en 4.000 de laatste jaren.

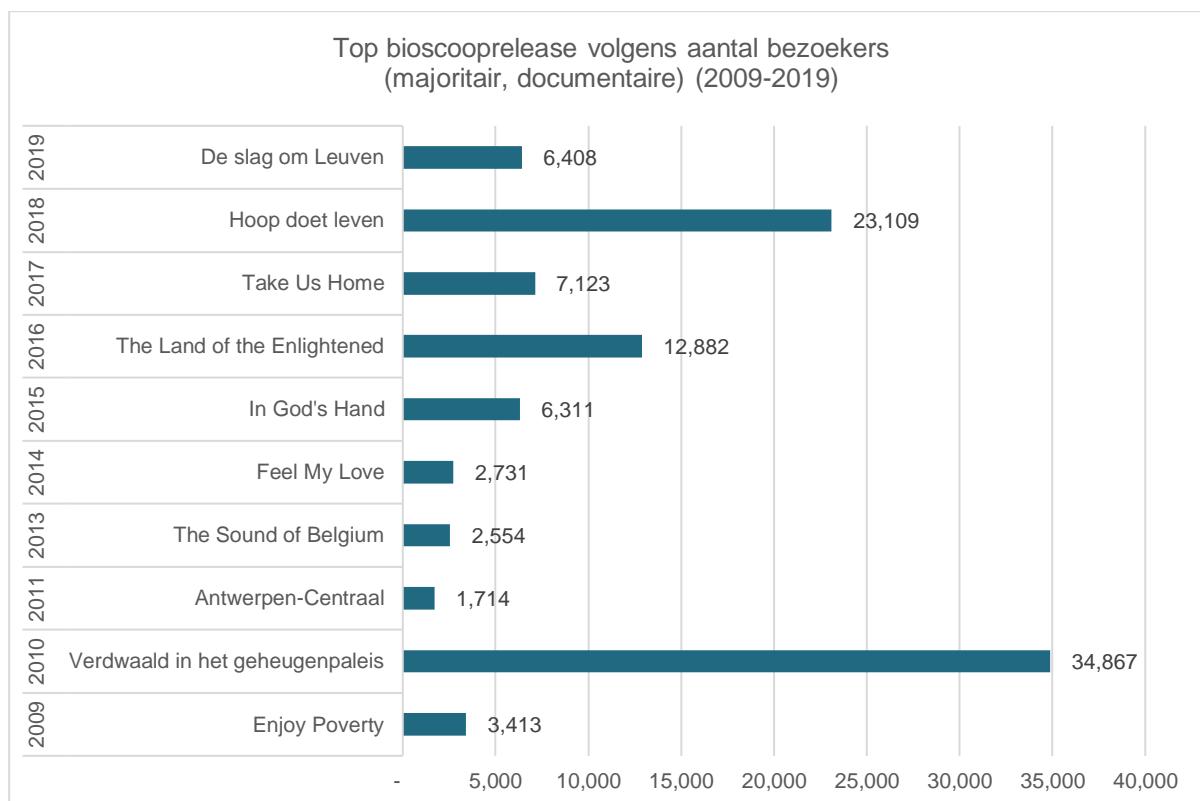


Figuur 48: Bezoekers Vlaamse film (documentaire, maj, lang, 2009-2019) (VAF)



Figuur 49: Gemiddeld aantal bezoekers documentaire (maj, lang, 2009-2019) (VAF)

De best scorende titel in 2019 was de oorlogsdocumentaire *De Slag om Leuven* (6.408 bezoekers). De best scorende titel van de laatste 10 jaar was *Verdwaald in het geheugenpaleis*, een project over dementie (34.867 bezoekers).



Figuur 50: Top bioscooprelease documentaire volgens aantal bezoekers (maj, lang, 2009-2019) (VAF)

COVID-19 en impact op de Vlaamse audiovisuele sector

De impact van COVID-19 op de audiovisuele sector kwam onverwacht, hard, en had repercussies op alle onderdelen van de audiovisuele waardeketen. Samengevat gaat het om volgende bewegingen.

Tabel 9: COVID-19 impact doorheen de waardeketen

Schakel waardeketen	Impact COVID-19
Productie	<p>Film- en televisieproducties werden tijdens de eerste lockdown stilgelegd. Na enkele maanden werden producties geleidelijk weer opgestart a.d.h.v. strikte richtlijnen. Dit kwam ook met een grotere kost.</p> <p>Voor PsC 303.01 werd het Vlaams Protocol Filmproductie⁶⁶ opgesteld waarin de algemene richtlijnen staan voor iedereen die meewerkt aan filmproductie bovenop specifieke richtlijnen die per technisch departement van toepassing zijn Dit protocol bevat informatie over risicobeperking, social distancing en hygiënemaatregelen, ontsmetting van werkplekken en materiaal, transport, wat te doen als iemand ziek wordt op de set en dan nog een aantal specifieke richtlijnen (bv. in verband met catering).</p>

⁶⁶ Screen Flanders. (2021). Vlaams Protocol Filmproductie (PC303.01). <https://screenflanders.be/nl/covid-19-nl/sectorspecifieke-gids-pc-30301/>

	<p>Voor PC 227 werd een Sectorspecifieke gids AV sector opgesteld wat een aanvulling is op de generieke gids⁶⁷ tegen de verspreiding van het coronavirus. Hij vormt een sectorspecifieke inkleuring naar de audiovisuele productiesector van de basisprincipes van de generieke gids. De gids richt zich op de ontwikkeling, preproductie, productie en postproductie van audiovisuele producties in brede zin.</p>
Distributie	<p>Studio's en distributeurs moesten noodgedwongen hun releases uitstellen. Toch zien we een verschuiving binnen het traditioneel release-model waarbij meer gebruik wordt gemaakt van een straight-to-VOD strategie.</p>
Vertoning	<p>De bioscoopsector lijdt grote verliezen door de langdurige sluiting. Dit geldt zowel voor de grote bioscoopcomplexen als de kleinere buurtbioscopen. De shift van straight-to-VOD releases kan invloed hebben op het toekomstig marktaandeel van de bioscopen. Ook het volledige circuit van alternatieve vertoners (filmclubs, culturele centra) viel noodgedwongen stil.</p>
Consumptie	<p>Het aantal streaming abonnementen neemt sterk toe. Disney+ en Streamz zijn respectievelijk op 14 en 15 september 2020 in de Vlaamse markt gelanceerd. Volgens een recente bevraging (maart 2021) van imec-SMIT-VUB kijkt 25% van de Vlamingen (20-34-jarigen) naar Disney+ en 18% kijkt naar Streamz. Disney+ blijkt iets populairder te zijn dan Streamz, maar de studie toont ook aan dat er twee keer meer toekomstig potentieel is voor Streamz dan voor Disney+. 2 op 10 Vlamingen (20-34-jarigen) geeft aan zich mogelijks te abonneren op Streamz in de komende 12 maanden. 1 op 10 overweegt zich te abonneren op Disney+ en ook 1 op 10 overweegt zich te abonneren op Netflix. De studie concludeert verder dat in Vlaanderen de Vlaamse VOD diensten aan populariteit lijken te winnen. Bijna de helft van de Vlamingen (20-34-jarigen) lijkt naar VRT.NU en VTM GO te kijken.⁶⁸ Netflix boekte wereldwijd records in het begin van de lockdown (2020) maar kende in dezelfde periode exact het jaar erop (2021) een minder sterke stijging van hun klantenbestand. Terwijl Netflix nog 10 miljoen klanten zag bijkomen in 2020/Q2, verwacht het voor 2021/Q2 maar met 1 miljoen klanten te groeien.⁶⁹</p>

Aan de **productiezijde** viel de productie van audiovisuele content initieel volledig stil bij het uitbreken van de COVID-19 pandemie. Zelfs de productie van langspeelanimatie viel kortstondig stil, maar kon relatief sneller heropstarten. Gaandeweg zijn producties heropgestart onder strikte hygiëne-maatregelen, maar COVID-19-veilig produceren is wel duurder. Productieverzekeringen zijn belangrijk, maar dekken niet altijd het ganse verlies. De vrees bestaat dat de tarieven van deze verzekeringen in de toekomst zorgwekkend kunnen stijgen. Sinds de uitbraak van de COVID-19-pandemie is het voor producenten onmogelijk geworden om schade en annuleringskosten als gevolg van pandemieën te verzekeren. Dit risico bestaat in het stopzetten van de productie als gevolg van de besmetting van onvervangbare cast- en/of crewleden door COVID-19 of als gevolg van overheidsmaatregelen tijdens een besmettingsgolf. Om onvoorziene kosten als gevolg van de COVID-19-maatregelen te dekken, lanceerde de Vlaamse overheid een garantiefonds voor Vlaamse onafhankelijke audiovisuele producties.

Het stilvallen en vervolgens traag heropstarten van producties heeft een enorme impact gehad op de **uitvoerende kunstenaars** (zoals acteurs) en alle freelancers, die al een precare positie innemen in de waardeketen. Slechts een kleine minderheid van de acteurs zijn werknemers, met name acteurs verbonden aan een al dan niet zelf opgerichte theatergroepering, maar de meesten werken onder het zelfstandige statuut (al dan niet in bijberoep). Mensen werkzaam in de zgn. ondersteunende activiteiten zijn iets beter beschermd aangezien ze (iets) vaker een vast contract hebben. Echter, freelancers zagen hun plannings leeglopen door uitgestelde (wat dus ook weegt op al geplande producties) of

⁶⁷ Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid, Arbeid en Sociaal Overleg. (2021). Veilig werken. Generieke gids om de verspreiding van COVID-19 op het werk tegen te gaan.

https://werk.belgie.be/sites/default/files/content/news/Generiekegids_light.pdf

⁶⁸ Tintel, S. & Raats, T. (2021). Policy Brief #47 No Time To Die in de bioscoop of thuis via een streamingdienst?

<https://smit.vub.ac.be/policy-brief-47-no-time-to-die-in-de-bioscoop-of-thuis-via-een-streamingdienst>

⁶⁹ Kastrenakes, J. (2021). Netflix subscriber growth is stalling as it runs low on hits.

<https://www.theverge.com/2021/4/20/22394425/netflix-subscriber-growth-stalls-2021>

geannuleerde producties. COVID-19 laat zich ook voelen bij acteurs die via een interimkantoor aan een productie verbonden zijn. De interimkantoren moeten 10% van het brutoloon afhouden voor het sociaal fonds waarmee de eindejaarsvergoedingen betaald worden. Maar als de uitvoerende kunstenaar geen 60 dagen gewerkt heeft, heeft die geen recht op een eindejaarspremie, en gaat de ingehouden 10% verloren. Uit de gesprekken met stakeholders bleek voorts dat de impact op de scenaristen iets minder ernstig bleek in vergelijking met de andere uitvoerend kunstenaars. De scenaristen konden immers blijven schrijven.

Een lichtpunt was dat COVID-19 ook aanleiding gaf tot een aantal interessante samenwerkingen binnen de sector. Productiehuis Lecter Media en De Wereldvrede sloegen de handen in elkaar voor de productie van 10 kortfilms samen met VAF en VRT. VRT produceerde met steun van het VAF ook een aantal korte fictieprojecten, waarbij vooral nieuw talent kansen kreeg. En het filmfestival Oostende, De Ensors en VRT bundelden de krachten voor een uitzending op Canvas van de Ensors, gekoppeld aan een reeks reportages en interviews op VRT.NU.

Wat betreft de **adverteerdersmarkt** werd er snel geknipt in de reclamebudgetten bij de meeste adverteerders—een typisch fenomeen bij een vrees voor recessie. Er kwam ook meer nadruk te liggen op de return-on-investment van advertenties. De grootste negatieve impact qua advertentiecampagnes liet zich voelen in het bioscoop-window gezien de volledige sluiting van de zalen gedurende bepaalde periodes, en een gedaalde capaciteitsbezetting toen de zalen opnieuw open mochten. Ook de **Tax shelter** investeringen kenden tijdelijk een terugloop als gevolg van de economische impact van COVID-19 op potentiële investeerders. Producenten vreesden een sterkere terugval, wat ook het VAF ertoe aanzette om bijvoorbeeld Screen Flanders voor majoritair Vlaamse tv-reeksen toe te laten. Achteraf gezien bleek echter de impact op tax shelter investeringen relatief beperkt door Covid.

Hoewel 2019 een recordjaar was voor Europese bioscoopbezoeken, vertoonde 2020 een forse terugval door de COVID-19 pandemie. De Europese box office kende in 2019 zijn beste resultaten in 15 jaar (sinds 2004). De Europese box office bedroeg €8,8 miljoen in 2019.⁷⁰ De groei kwam echter voornamelijk door US blockbusters (de top 20 beste box office films in de EU waren allemaal US films).⁷¹ In 2019 kende de Belgische box office €160 miljoen (+6% tegenover 2018) en 19,5 miljoen bioscoopbezoekers (+ 2% tegenover 2018).⁷² Van het totaal aantal bioscoopbezoekers gingen er 1,29 miljoen bezoekers naar Vlaamse film (6,5% van het totaal).⁷³ In 2018 telde de Belgische bioscopen 19,4 bioscoopbezoekers⁷⁴ waarvan 2,2 miljoen voor Vlaamse films (11,5%).⁷⁵ We zien dus dat het aandeel dat naar Vlaamse films ging in 2019 gedaald is met 5% tegenover 2018. In 2020 daalde de Europese box office met maar liefst 70,6% in 2020 (€2,6 miljoen).⁷⁶ We schatten dat de box office in België ook met ongeveer 70% gedaald is. Verder zien we ook dat er slechts 538.800 bezoekers waren voor Vlaamse films in de Belgische bioscopen – op de 5,5 maanden dat ze zijn open geweest in 2020.⁷⁷ De bioscoopsector heeft snel moeten schakelen en is beginnen experimenteren met nieuwe ervaringen om de aandacht van het publiek en hun release-window aantrekkelijk te houden, zowel om hun directe inkomsten uit ticketverkoop en nevendiensten (met name catering) als hun indirecte verdienmodel van advertentie-inkomsten veilig te stellen. Kinopolis investeert in luxe stoelen, kantelbare schermen,

⁷⁰ UNIC. (2021). Annual report 2020. https://www.unic-cinemas.org/fileadmin/user_upload/Publications/UNIC_AnnualReport_2020.pdf

⁷¹ European Audiovisual Observatory. (2021). Yearbook 2020/2021 key trends. <https://rm.coe.int/yearbook-key-trends-2020-2021-en/1680a26056>

⁷² STATBEL. (2020). Bijna 20 miljoen toeschouwers in de Belgische bioscopen in 2019. <https://statbel.fgov.be/nl/themas/ondernemingen/bioscoopzalen>

⁷³ VAF. (2021). Vlaamse film in cijfers. <https://www.vaf.be/kennisopbouw/vlaamse-film-cijfers>

⁷⁴ STATBEL. (2020). 19 miljoen toeschouwers in de Belgische bioscopen in 2018. <https://statbel.fgov.be/nl/nieuws/19-miljoen-toeschouwers-de-belgische-bioscopen-2018>

⁷⁵ VAF. (2021). Vlaamse film in cijfers. <https://www.vaf.be/kennisopbouw/vlaamse-film-cijfers>

⁷⁶ Grece, C. (2021). Trends in the VOD market in EU28. <https://rm.coe.int/trends-in-the-vod-market-in-eu28-final-version/1680a1511a>

⁷⁷ VAF. (2021). Vlaamse film in cijfers. <https://www.vaf.be/kennisopbouw/vlaamse-film-cijfers>

'belevingsmarketing'. Internationaal zijn er experimenten met virtuele gemeenschapsvorming (bv. Warehouse Cinemas Frederick in Maryland, VS). Wereldwijd dreigen sommige gevestigde namen in de bioscoopwereld failliet te gaan (bv. AMC Entertainment in de VS). Uiteindelijk zullen bioscopen in het overgangsjaar 2021 hun inkomsten moeten diversifiëren met andere activiteiten als ze niet kunnen rekenen op de snelle release van nieuwe films door de uitgestelde producties. Het feit dat studio's filmtitels terugschuiven (niet kiezen voor een PVOD-release) of kiezen voor een day-and-date release bewijst echter de (economische) betekenis van het cinema-window. Ondertussen krijgen er al nieuwe releasemodellen vorm (bijvoorbeeld 'Dynamic window' door de samenwerking tussen Universal en Focus Features) die de theatrical window drastisch verkorten (van 14 weken naar 17 dagen).

In Vlaanderen werden alle bioscooptitels uitgesteld. De kerstfilm Familie Claus werd opgepikt door Netflix, omdat de release er gebonden is aan de periode van kerst. Festivals, waar Vlaamse releases vaak aan gekoppeld worden, kregen een veel bescheidere uitwerking dan andere jaren, of schakelden volledig over op een on-demand versie. Enkel Film Fest Gent kon profiteren van een tijdelijke mogelijkheid om Corona-proof naar de bioscoop te gaan. De release van de nieuwe film van Jan Verheyen ('Red Sandra') werd tot twee keer toe uitgesteld. Verkoop van Vlaamse titels internationaal kon enigszins opgevangen worden door de aanwezigheid op online-festivalmarkten en door de verschuiving van Connexx (VAF), het distributie-event voor Vlaanderen, naar een online versie.

Aan de **consumptiezijde** merken de Vlaamse stakeholders een stroomversnelling van SVOD-adoptie bij alle leeftijdsgroepen. Ook de AVOD-markt zal een explosieve groei kennen in de komende jaren, een trend die al eerder voorspeld is, maar als gevolg van COVID-19 nog versterkt is.⁷⁸ Interessant genoeg steeg ook het lineair kijken terug tijdens de pandemie. Volledige cijfers ontbreken, maar het gaat dus om extra geconsumeerde content, kortom: er werd gewoon veel meer naar diverse schermen gekeken. Er is sprake van een versnippering aan initiatieven voor het beschikbaar maken van art house films via VOD platformen. Titels die door COVID-19 geen bioscoopvertoning genoten verloren daardoor een groot deel van hun potentieel publiek. Initiatieven als 'Cinema bij je thuis / Ciné chez vous' en 'ZED vanuit je Zetel' waren waardevolle experimenten, en vormden interessante pistes voor duurzame samenwerking tussen de distributeurs en vertoners, maar waren lang niet voldoende om het verlies aan cinema inkomsten te recupereren.

Wat betreft de gaming sector konden de ontwikkelaars snel schakelen en bleef de impact relatief beperkt, zeker omdat ze al vertrouwd waren met het werken met tools als Discord of Twitch.

Analyse genderverdeling (M/V) Vlaanderen⁷⁹

Met het oog op het formuleren van concrete aanbevelingen, en het achterhalen van bepaalde dynamieken die leiden tot onevenwicht in de audiovisuele sector, analyseerden we voor deze studie de huidige situatie in Vlaanderen op het vlak van gender (M/V). We volgen hierbij de chronologische stappen van een carrièrepad binnen de audiovisuele sector.

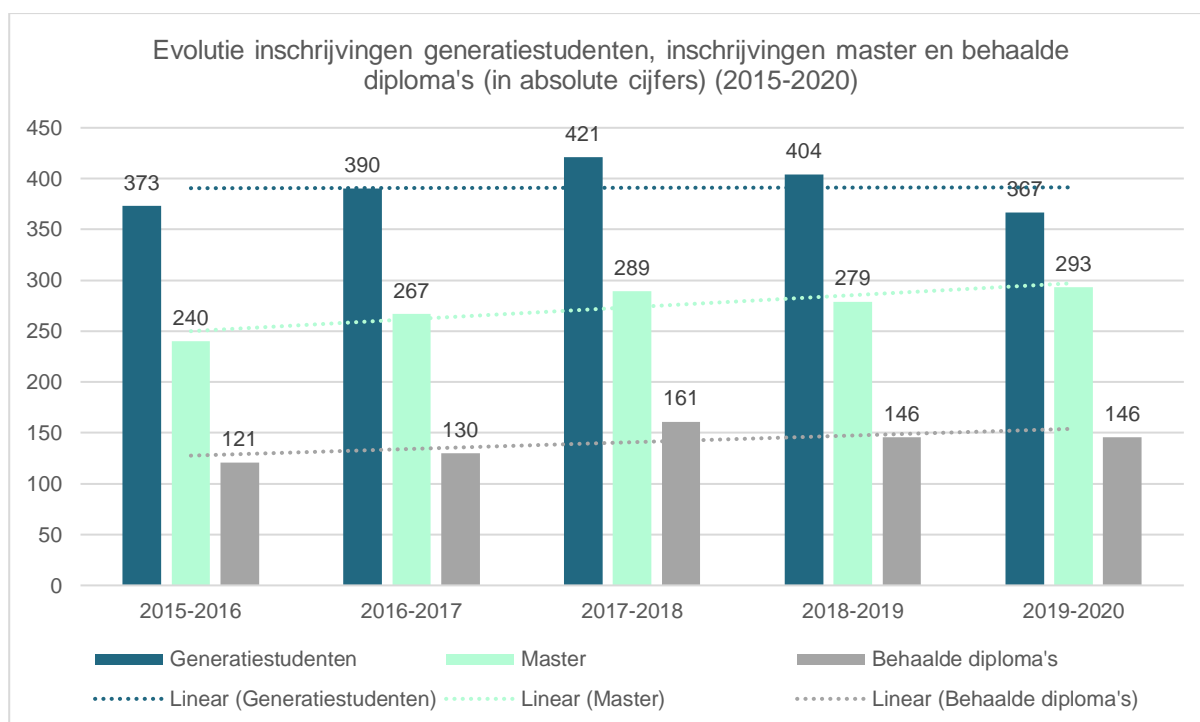
In het kader van de huidige discussies rond gendergelijkheid, diversiteit en inclusie, voegen we een luik toe rond de genderverdeling (M/V) in deze doorlichting. Hierbij wel te verstaan dat we ons in hoofdzaak beperken tot genderverdeling, omdat hiervan relevante en toegankelijke gegevens beschikbaar zijn. We maken geen analyse van de andere vormen en prioriteiten onder diversiteit en inclusie (we kijken niet naar de verdeling betreffende 'mensen van buitenlandse herkomst' en 'mensen met een handicap of chronische ziekte'), wat geenszins betekent dat dit niet als belangrijk wordt beschouwd, maar de meting ervan komt met extra complexiteit en gevoeligheden (o.a. privacy).

⁷⁸ European Audiovisual Observatory. (2021). Yearbook 2020/2021 key trends. <https://rm.coe.int/yearbook-key-trends-2020-2021-en/1680a26056>

⁷⁹ Belangrijk op te merken is dat het hier gaat om het gender en niet geslacht waarmee audiovisuele professionals zich identificeren, zoals aangeduid in aanvraagdossiers voor het Vlaams Audiovisueel Fonds.

Genderverdeling (M/V) audiovisuele opleidingen

Het aantal ingeschreven studenten binnen de audiovisuele opleidingen⁸⁰ kende een lichte stijging tussen 2015 en 2017, om daarna weer geleidelijk te dalen de 4 daaropvolgende jaren.⁸¹ Het aantal ingeschreven masterstudenten steeg wel. Het aantal afgestudeerde jongeren bleef relatief constant.



Figuur 51: Evolutie % inschrijvingen generatiestudenten, inschrijvingen master en behaalde diploma's (Dataloop)

Tussen 2015 en 2020 bedroeg het aandeel vrouwen bij de ingeschreven bachelor-studenten gemiddeld 45%. Het aandeel vrouwen dat zich inschrijft in de masterrichtingen ligt nog net iets hoger (48%) en bij het aantal afgestudeerde masterstudenten zien we lichtjes meer dan de helft vrouwen (51%). Jaar na jaar schommelen de cijfers, maar er tekent zich tussen 2015 en 2020 geen duidelijke stijging of daling af in het aantal ingeschreven of afgestudeerde aandeel vrouwen. Het aantal behaalde diploma's kent bij vrouwen een licht stijgend verloop in de periode 2017-2020, bij mannen daalde dat aantal in diezelfde periode.

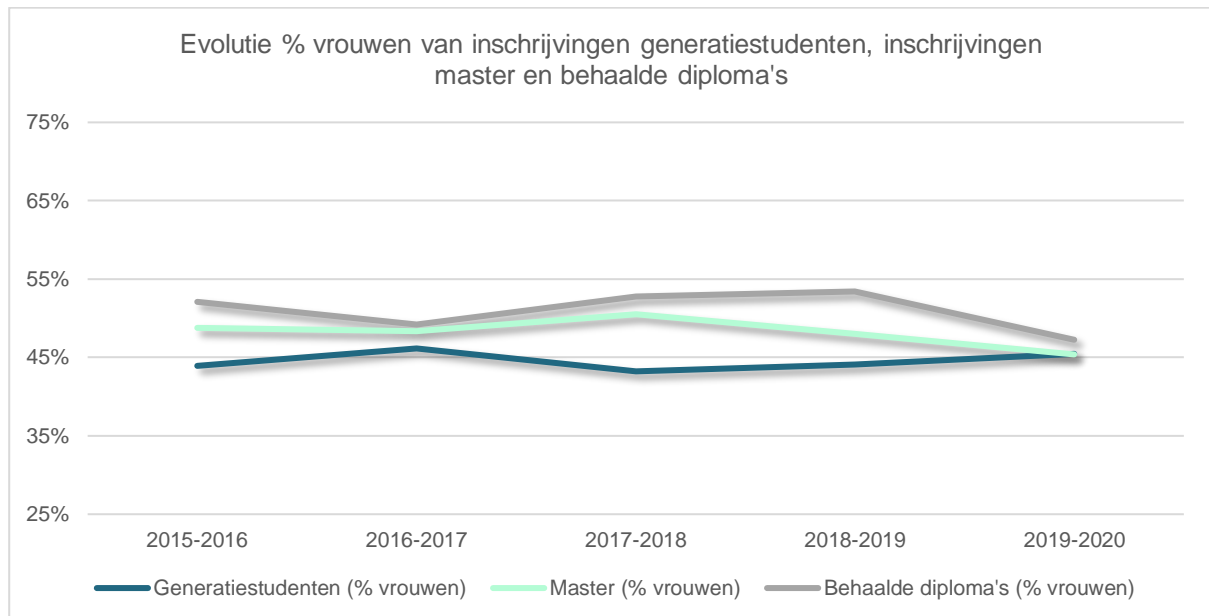
Tabel 10: % vrouwelijke inschrijvingen generatiestudenten, inschrijvingen master en behaalde diploma's (Dataloop)

	Inschrijvingen generatiestudenten (% vrouwen)	Inschrijvingen master (% vrouwen)	Diploma's (% vrouwen)
2015-2016	44%	49%	52%
2016-2017	46%	48%	49%
2017-2018	43%	51%	53%
2018-2019	44%	48%	53%

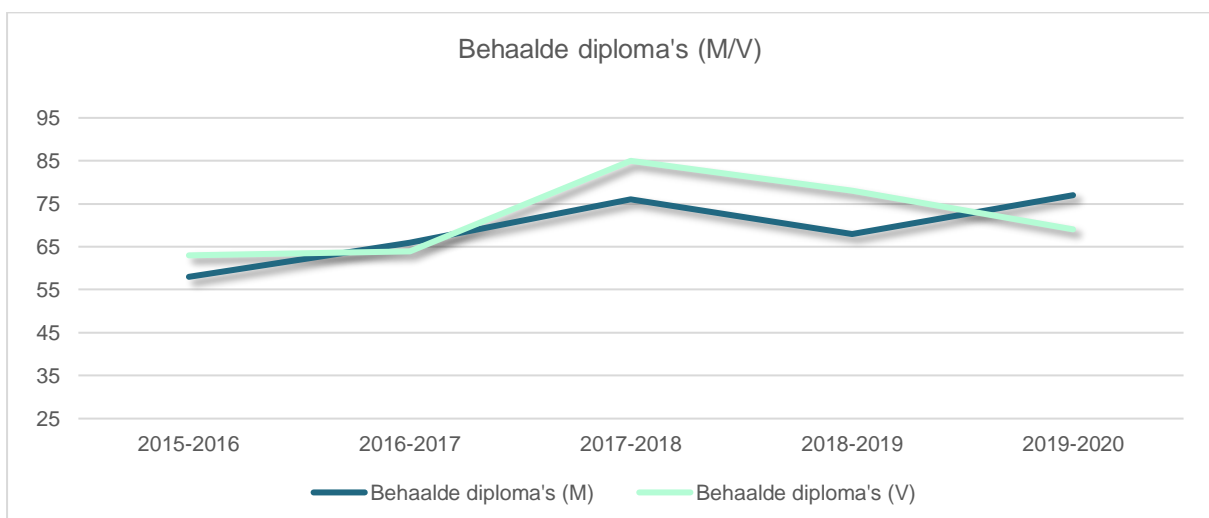
⁸⁰ Opgenomen als audiovisuele opleiding: Audiovisual arts; Audiovisuele kunsten; Audiovisuele technieken: film, tv en video; Audiovisuele technieken: fotografie; Documentary film directing.

⁸¹ Vlaanderen. (2021). Dataloop: aan de slag met cijfers over onderwijs. <https://onderwijs.vlaanderen.be/nl/dataloop-aan-de-slag-met-cijfers-over-onderwijs>

2019-2020	46%	45%	47%
Gemiddelde	45%	48%	51%

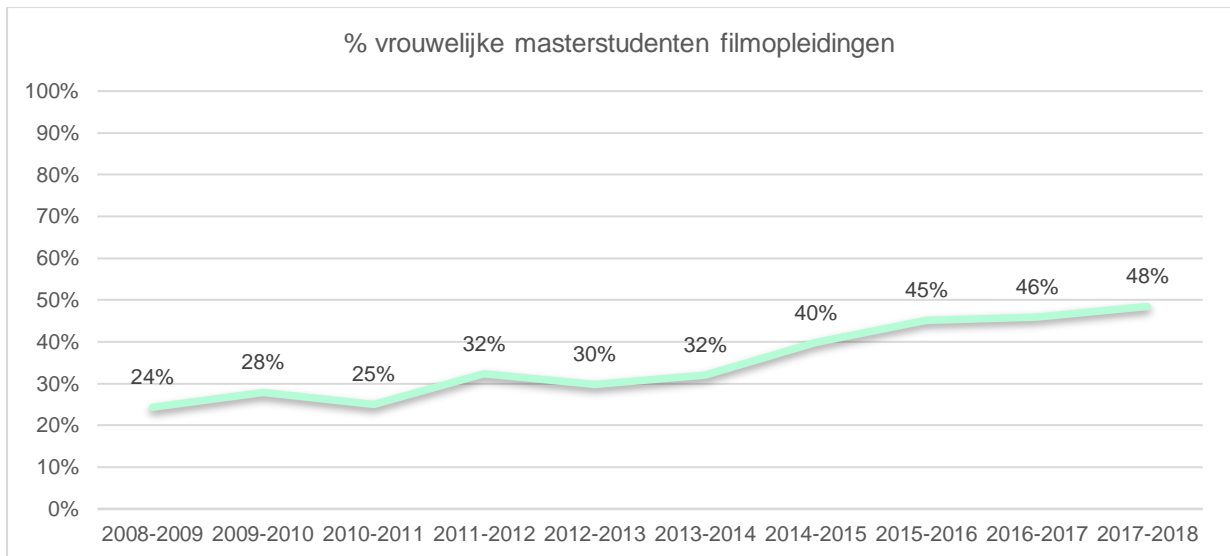


Figuur 52: Evolutie % vrouwelijke inschrijvingen generatiestudenten, inschrijvingen master en behaalde diploma's (Dataloop)



Figuur 53: Evolutie behaalde diploma's per gender (M/V) (Dataloop)

Onderstaande figuur toont aan dat het aantal ingeschreven vrouwelijke masterstudenten tussen 2008 en 2018 bijna verdubbelde. We verwachten dat deze trend zich de komende jaren zal verderzetten. Dus het aantal ingeschreven vrouwelijke studenten neemt geleidelijk aan toe.

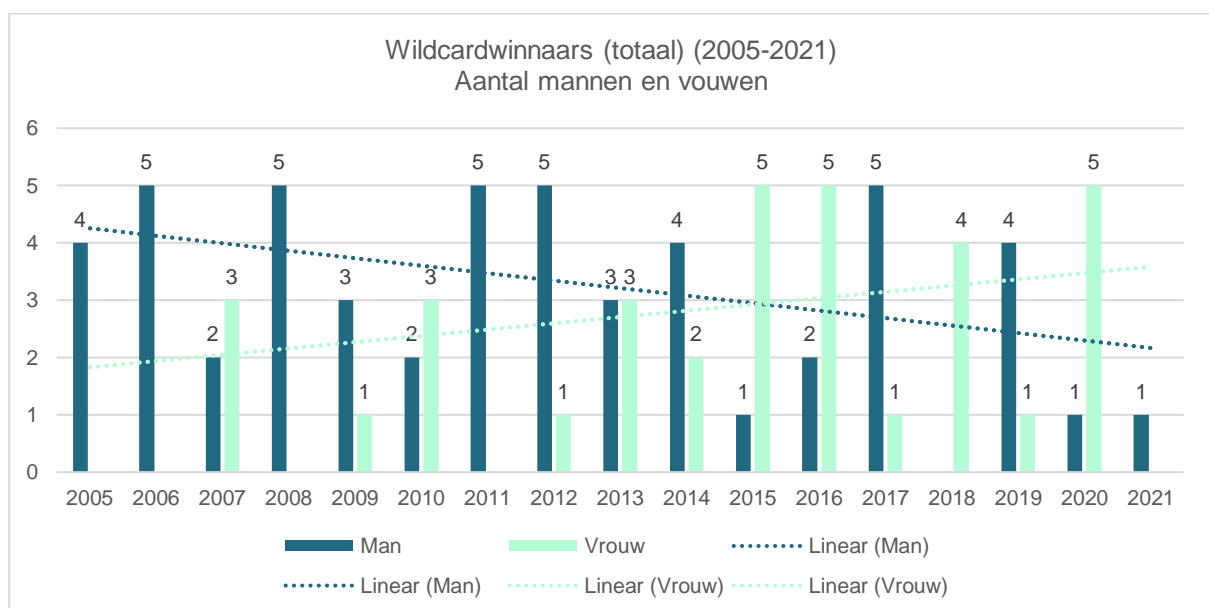


Figuur 54: Evolutie 10 jaar ingeschreven vrouwen masterfilmopleidingen (Dataloop)

Genderverdeling VAF wildcards, ateliers en kortfilms

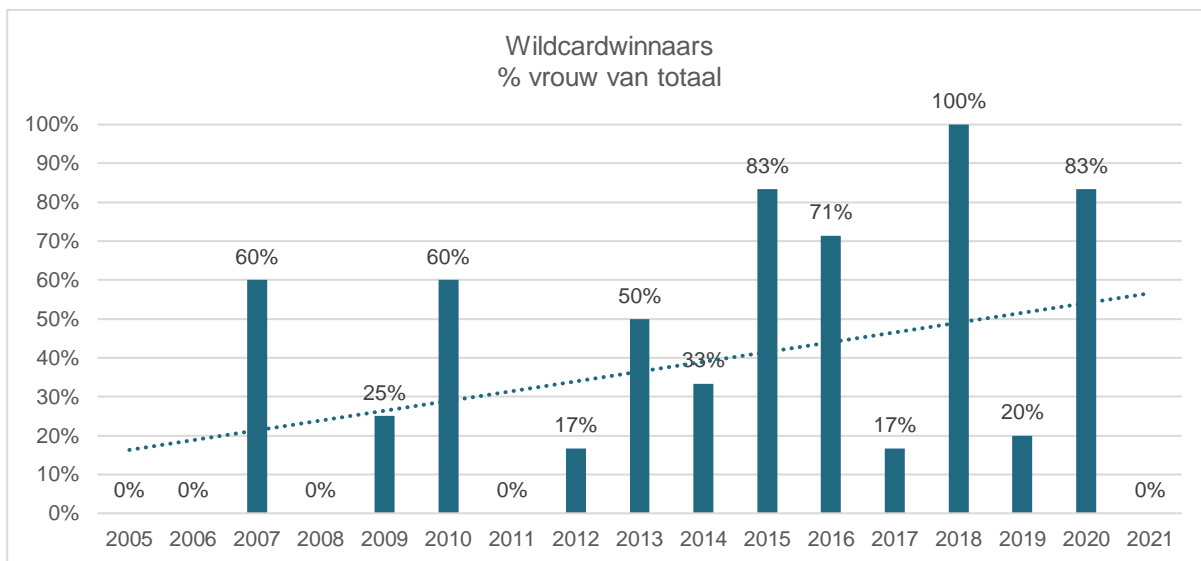
Afgestudeerd talent aan de filmopleidingen zet vaak de eerste stappen door het maken van een kortfilm, of dienen in voor één van de scenarioateliers van het VAF, waar geselecteerde projecten voorzien worden van coaching met oog op latere indiening binnen één van de commissies. VAF steunt ook zelf afstudeerprojecten en belooft jong talent met een VAF Wildcard.⁸²

Het aandeel bekroonde projecten van vrouwen van het totaal aantal Wildcards nam toe tussen 2009 en 2020. In 2009 kreeg 1 vrouwelijk project een Wildcard, in 2020 waren dit er 5. Tussen 2015 en 2020 gingen vaak zelfs alle Wildcards naar vrouwen. Let wel: het aantal Wildcards dat jaarlijks wordt uitgereikt is beperkt, waardoor percentages mogelijks een vertekend beeld geven. Over het algemeen kennen fictieprojecten meer mannelijke winnaars. Bij Wildcards animatie, en FilmLab kleurden de winnaars voornamelijk vrouwelijk. Bij documentaire gaat het om quasi gelijke percentages.



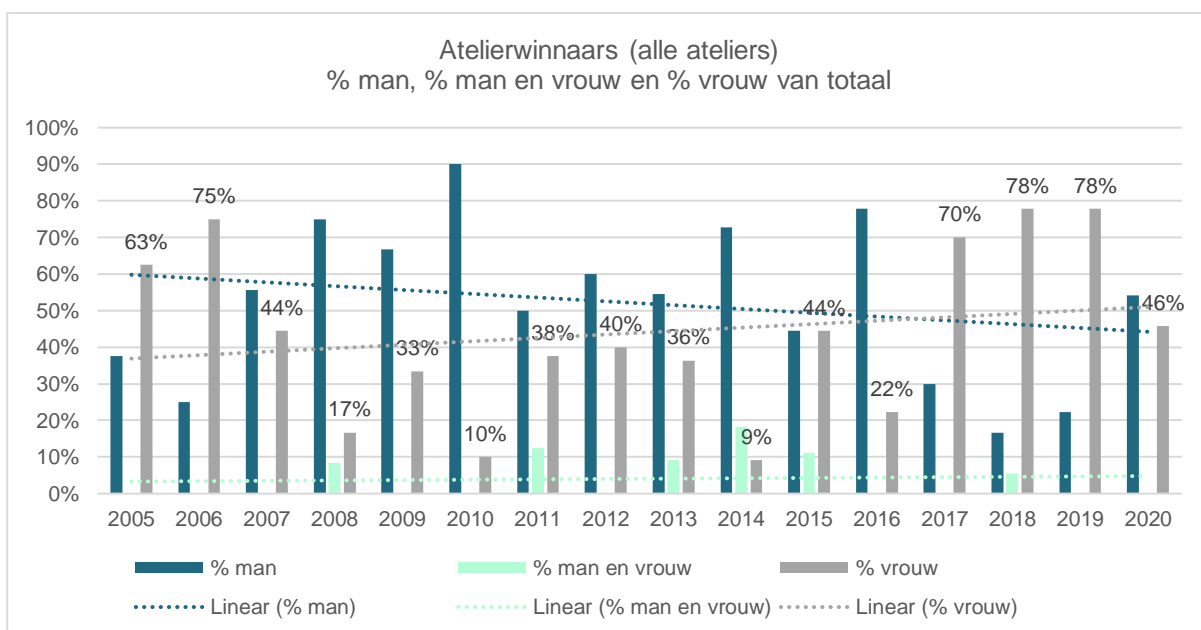
Figuur 55: Evolutie aantal M/V winnaars bij Wildcards VAF (VAF)

⁸² VAF. (2021). VAF Wildcards Filmfonds. <https://www.vaf.be/talentontwikkeling/vaf-wildcards-filmfonds>



Figuur 56: Evolutie % vrouwelijke winnaars Wildcards VAF (VAF)

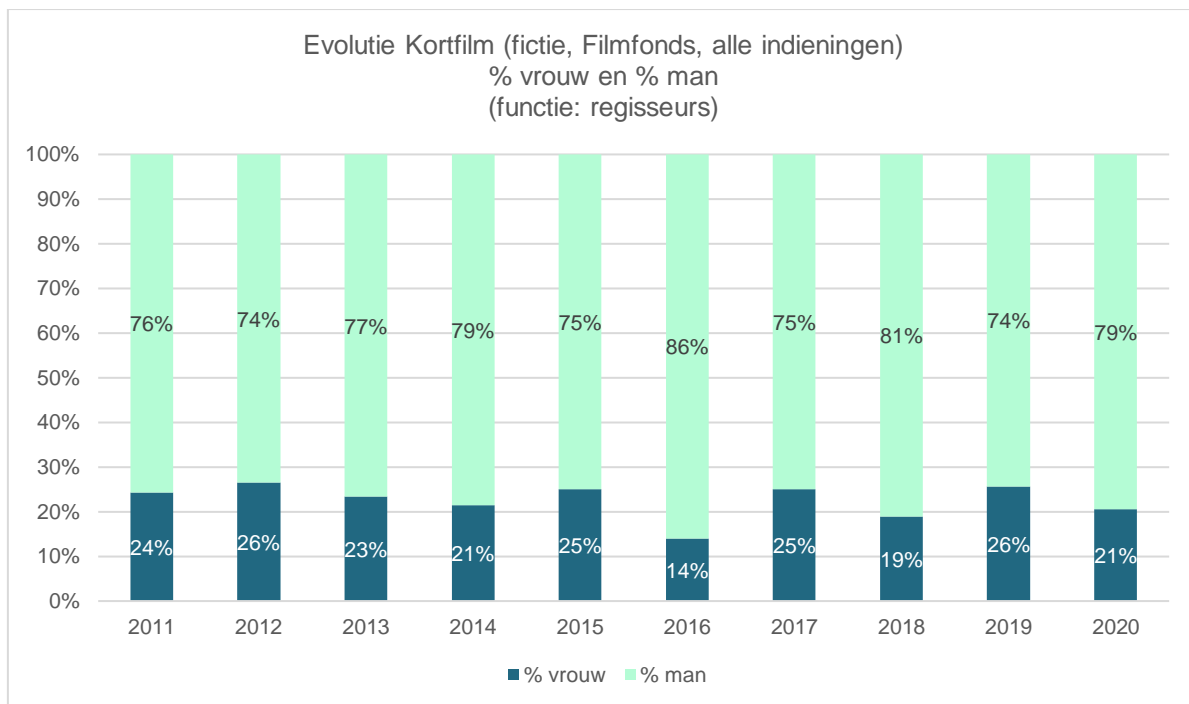
Bij de ateliers (alle ateliers samen) zien we een duidelijk stijgende trend ten voordele van vrouwen. Hier tekent zich hetzelfde af als bij de Wildcards: sinds 2017 is er een duidelijke kentering ten voordele van projecten van vrouwen (bij de ateliers worden soms projecten toegekend aan duo's, wat de kolom 'mannen en vrouwen' verklaart).⁸³



Figuur 57: Evolutie % M/V/M&V atelierwinnaars VAF (VAF)

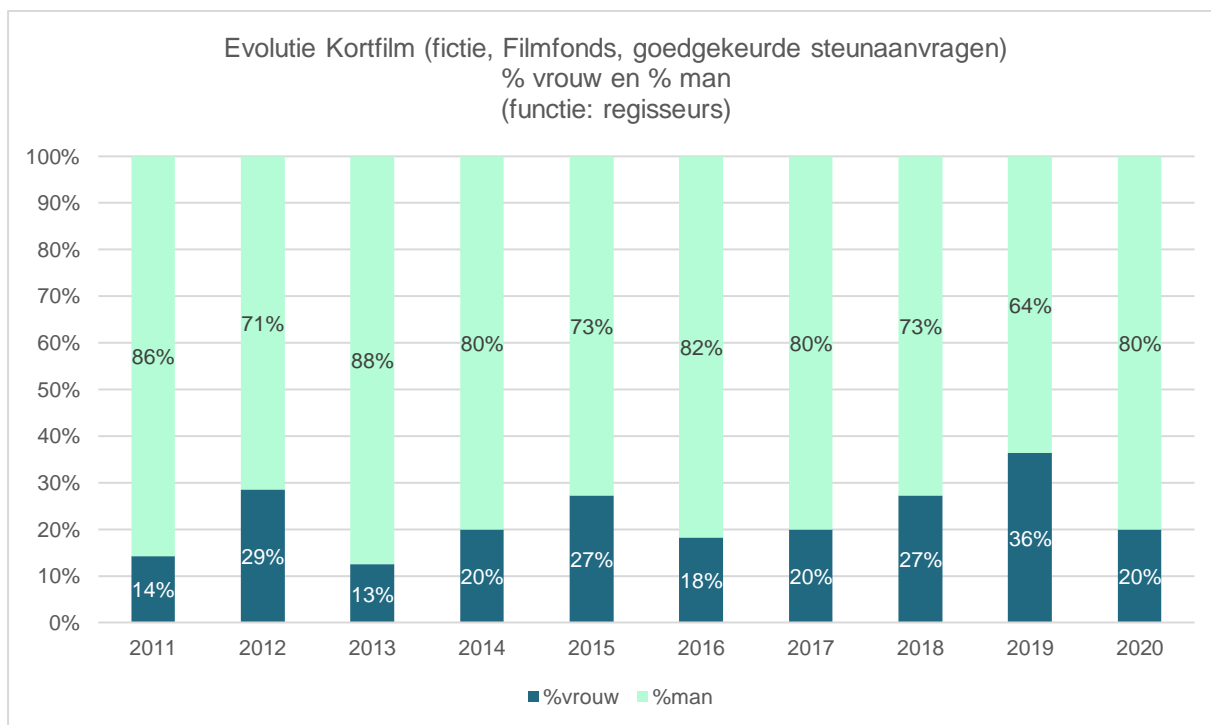
Opvallend is echter dat het aandeel ingediende projecten voor kortfilms een merkbaar lager aandeel vrouwen kent. Focussen we bijvoorbeeld op de functie regisseur, dan zien we dat het aandeel vrouwen tussen 2011 en 2020 gemiddeld 22% bedroeg. We zien hier overigens geen trend in positieve of negatieve richting. Hoewel kortfilmaanvragen niet beperkt zijn tot debuterende audiovisuele professionals, zijn de meerderheid van de indieners wel relatief jonge indieners die nog geen feature film hebben gedraaid.

⁸³ VAF. (2021). Talentontwikkeling. <https://www.vaf.be/talentontwikkeling>



Figuur 58: Evolutie kortfilm M/V indieningen (VAF)

Zetten we het aandeel ingediende kortfilmprojecten uit ten opzichte van het aantal goedgekeurde (voor fictie), dan zien we dat het gemiddeld aandeel mannen en vrouwen exact hetzelfde is gemiddeld genomen tussen 2011 en 2020. Gemiddeld genomen kent 22% van de goedgekeurde projecten kortfilms vrouwelijke regisseurs. 2014 kent het laagste aandeel (14%) en 2019 kent het grootste aandeel (36%).



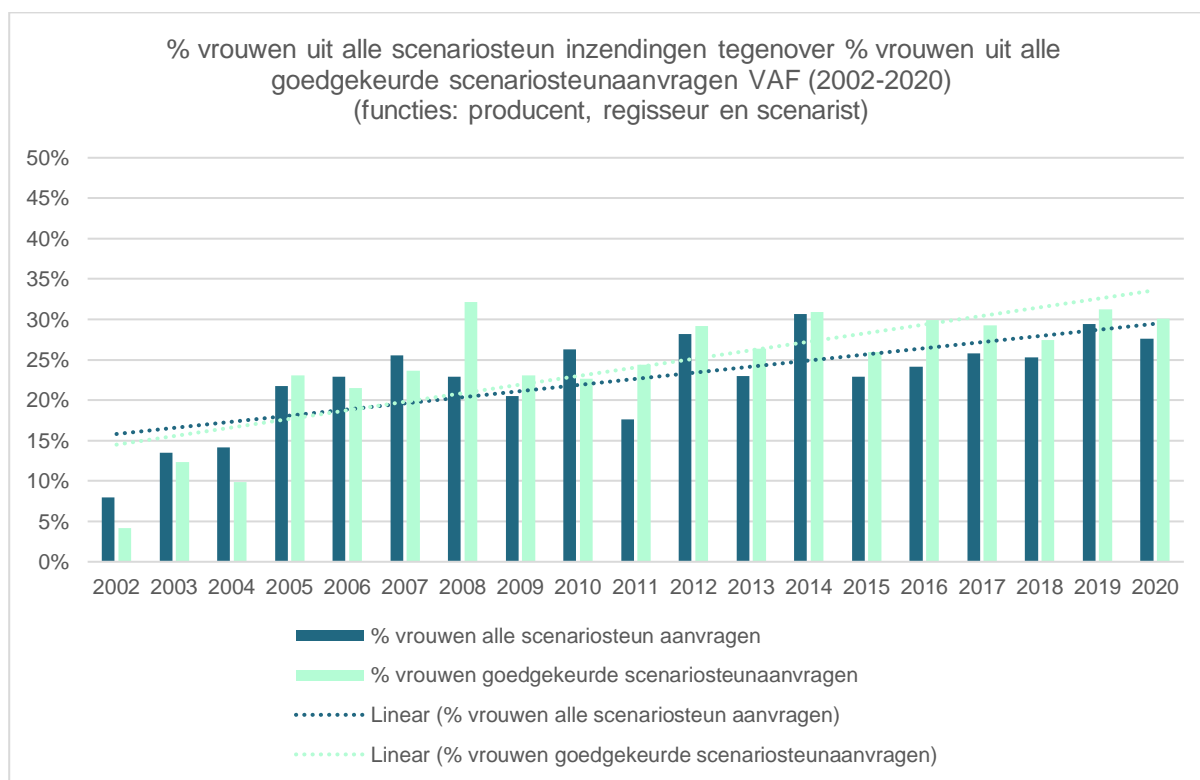
Figuur 59: Evolutie kortfilm M/V goedgekeurde projecten (VAF)

Genderverdeling projecten VAF/Filmfonds en VAF/Mediafonds

We brachten vervolgens de belangrijkste rollen (scenario, regie en producent) in kaart voor de projecten ingediend en goedgekeurd binnen VAF/Filmfonds en VAF/Mediafonds, en dit voor alle genres samen. Op basis van het aandeel ingediende en goedgekeurde premies voor scenariosteun (de eerste stap in het realiseren van een langspeelfilm) kunnen we afleiden dat:

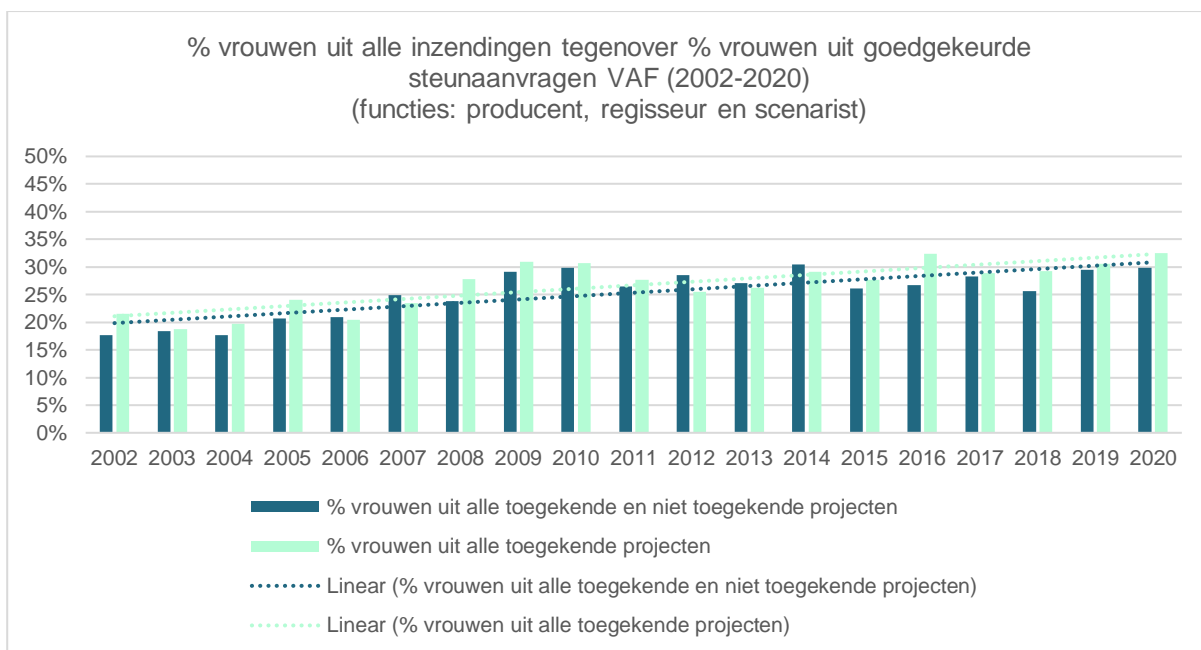
- het percentage vrouwen dat betrokken is in kernfuncties scenario, regie en producent nooit meer dan 28% per jaar is, en dus ver onder het gemiddelde van het aandeel vrouwen dat afstudeert in de audiovisuele opleidingen;
- dat er een merkelijke stijging is van het aandeel ingediende projecten met vrouwen in de 3 kernrollen tussen 2002 en 2020. Het percentage vrouwen over alle aanvragen heen (dus inclusief de niet-goedgekeurde) stijgt van 8% naar 28% tussen 2002 en 2020.
- Over het algemeen ligt het percentage vrouwen bij de toegekende premies hoger dan bij de ingediende. Vanaf 2014 is dit zelfs systematisch het geval. Met andere woorden: de commissies van het VAF vormen géén bottleneck voor het aandeel vrouwen.

De licht stijgende trend tekent zich (logischerwijs) ook af voor de andere toegekende premies (ontwikkeling, productie en steun na opstart productie). We zien een stijging van 18% naar 30% (+12%) van het % vrouwen bij alle inzendingen, en een stijging **van 22% naar 33%** (+11%) vrouwen uit alle toegekende projecten. Het % vrouwen bij de toegekende projecten is ook net iets hoger dan % vrouwen over alle inzendingen in totaal.



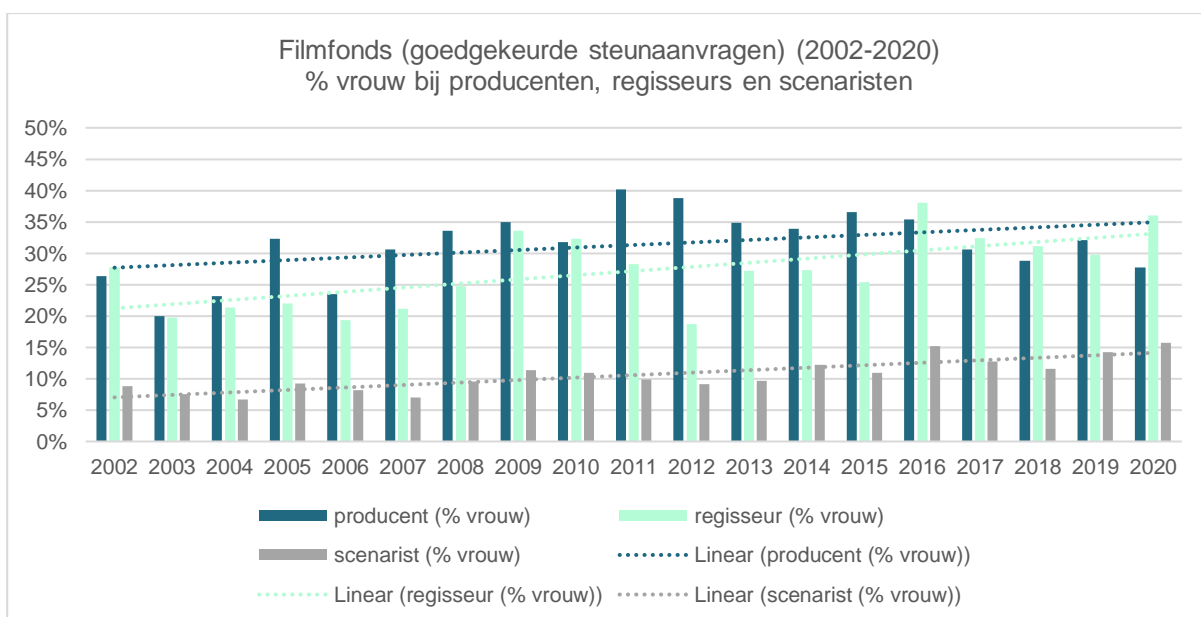
Figuur 60: Evolutie % vrouwen in kernfuncties bij ingediende en toegekende steun (scenariosteun) (VAF)⁸⁴

⁸⁴ Per inzending/titel project zijn er vaak ook meerdere personen toe te wijzen aan een bepaalde functie. In dat geval worden zij afzonderlijk meegerekend; bij sommige projecten worden bepaalde functies ook door eenzelfde persoon uitgevoerd, in dat geval werd deze ook als afzonderlijke waarde meegerekend.

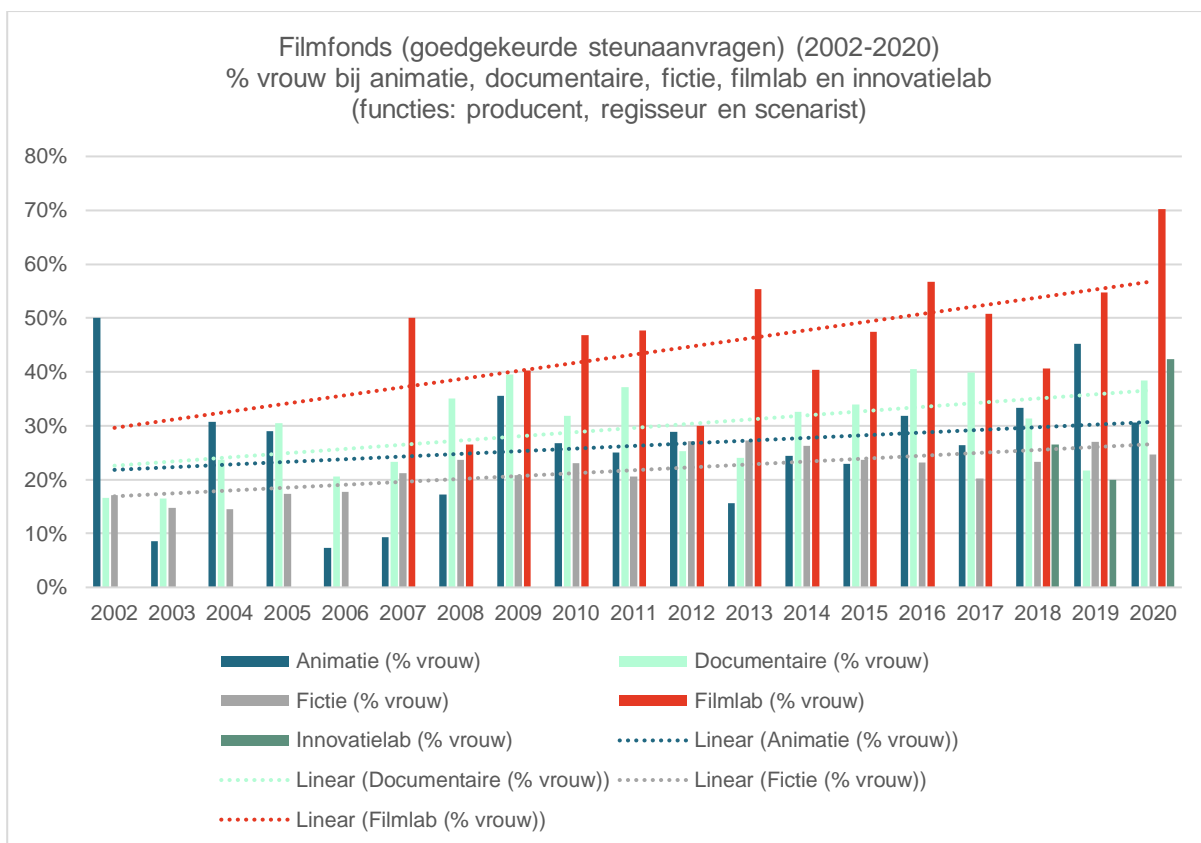


Figuur 61: Evolutie % vrouwen in kernfuncties bij ingediende en toegekende steun (alle steunaanvragen) (VAF)

Maken we specifiek de opdeling tussen de kernberoepen regisseur, scenarist en producent bij de goedgekeurde projecten, dan zien we gemiddeld gezien een licht stijgende trend voor alle drie de kernberoepen. Het hoogste aandeel vrouwen vinden we bij de producenten, maar overstijgt nooit meer dan 4 op 10 vrouwen. We zien wel een daling sinds 2015 van het aandeel vrouwelijke producenten. Voor regisseurs stijgt het aandeel vrouwelijke regisseurs binnen de goedgekeurde projecten het meest. Nemen we de verdeling tussen de genres animatie, documentaire, fictie, FilmLab en innovatielab, over de drie kernfuncties heen (scenarist, producent en regisseur) dan zien we dat FilmLab de enige soort premies zijn waar het aandeel meer vrouwen dan mannen kent. Het percentage vrouwelijke rollen stijgt bovendien het snelst binnen de FilmLab-premies. Verder zien we dat documentaire ook een stuk vrouwelijker kleurt dan fictie. Het aandeel vrouwen stijgt wel gemiddeld over alle genres heen.

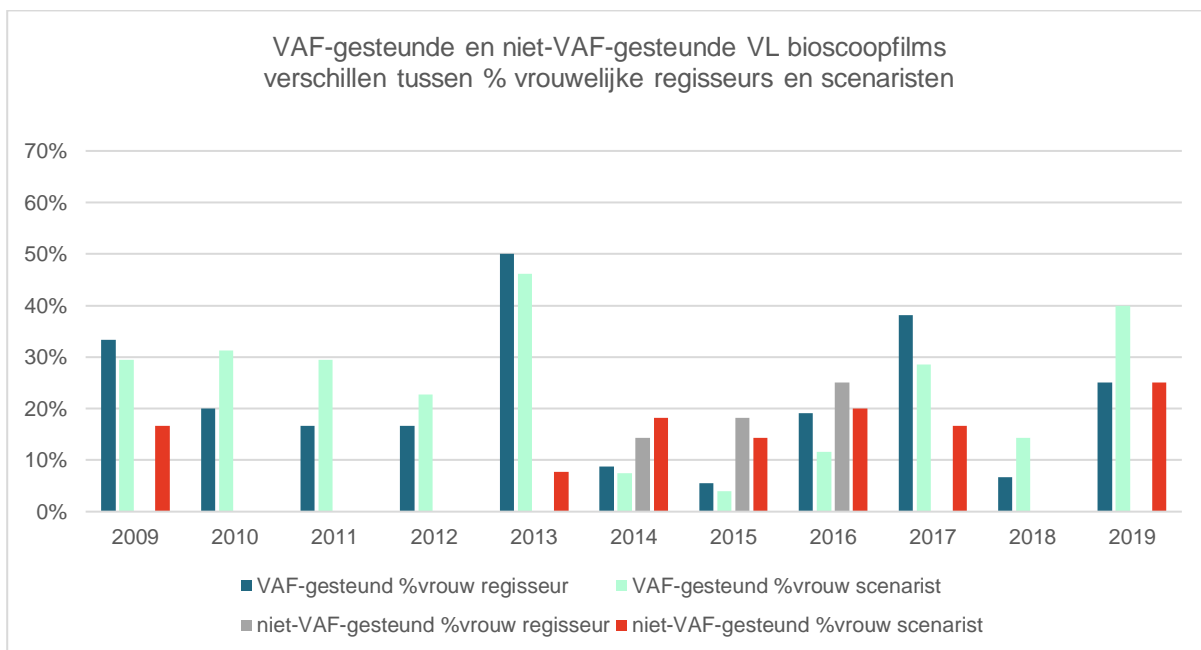


Figuur 62: Evolutie % vrouwen in functies regisseur, scenarist en producent bij toegekende projecten VAF/Filmfonds (VAF)



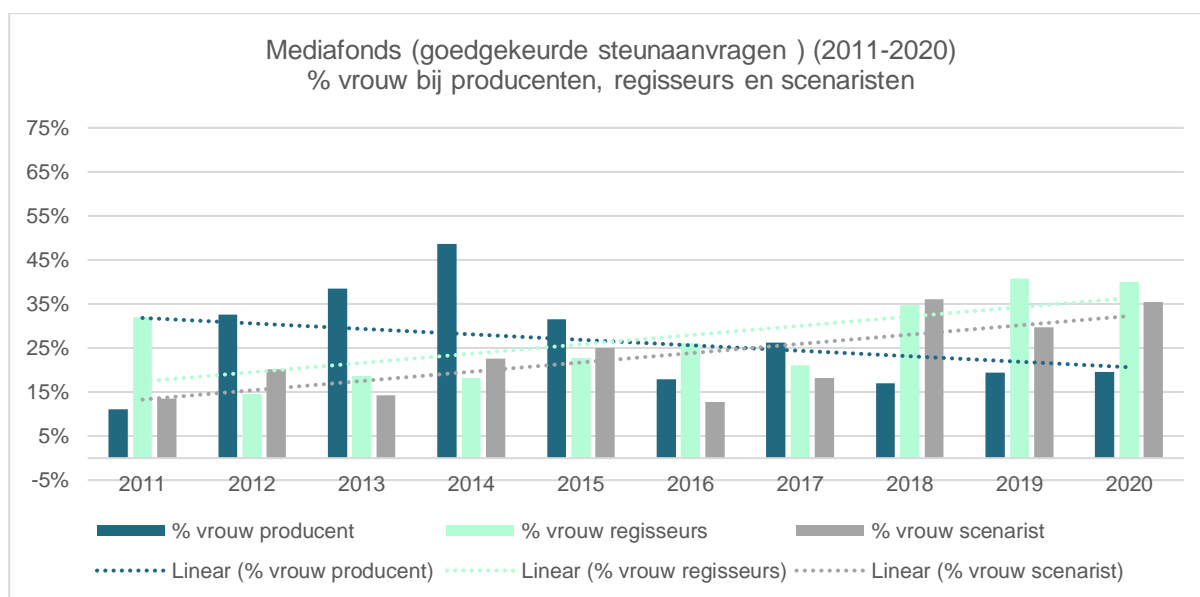
Figuur 63: Evolutie % vrouwen in kernfuncties per genre (VAF/Filmfonds)

We maakten hier ook de vergelijking tussen films gesteund door VAF en niet-VAF gesteunde projecten. We beperkten ons hiervoor tot de kernfuncties regisseur en scenarist omdat het niet steeds eenduidig af te leiden is bij sommige niet-VAF gesteunde films wie als hoofdproducent fungeerde bij bepaalde projecten. Tussen 2009 en 2019 lag het aandeel vrouwelijke regisseurs en scenaristen gemiddeld hoger bij VAF-gesteunde projecten dan niet-VAF gesteunde films. Bij de niet-VAF gesteunde projecten zijn nauwelijks vrouwelijke regisseurs betrokken.

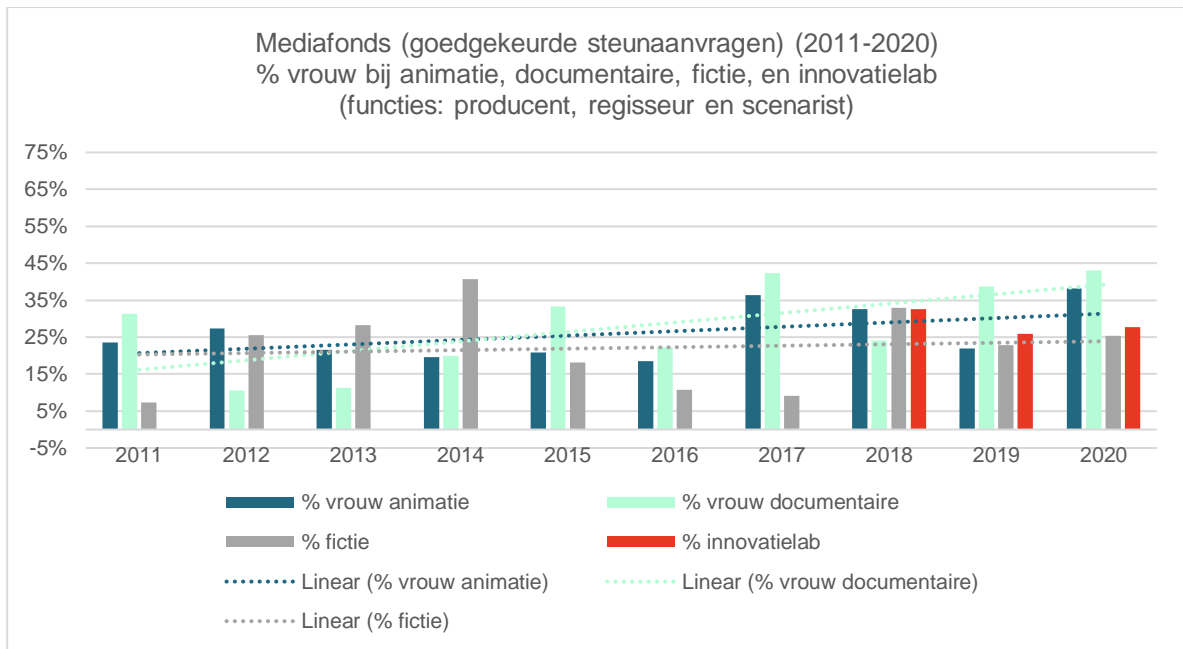


Figuur 64: Verhouding VAF versus andere bioscoopfilms

Goedgekeurde projecten voor het VAF/Mediafonds kenden sinds de oprichting ervan ook gemiddeld een stijgend verloop wat betreft het aandeel vrouwen. Gemiddeld steeg het aandeel vrouwen tussen 2011 en 2020 met 16% voor de kernfuncties producent, regisseur en scenarist. Het aandeel vrouwen in de drie kernfuncties samen, was gemiddeld het hoogst in 2020. Bij het VAF/Mediafonds tekent zich overigens dezelfde trends af als bij het VAF/Filmfonds, met een dalend aandeel vrouwen als producent, en een stijgend aandeel bij regie en scenario. Dit zijn cijfers over alle genres heen. Animatie en documentaire kleuren ook het vrouwelijkst binnen het VAF/Mediafonds voor de drie kernfuncties samengenomen. Alle genres kennen een stijgend verloop. De sterkste stijging tekende zich af binnen documentaire (12%) en animatie (14%) tussen 2002 en 2020. In 2020 bedroeg het aandeel gesteunde documentaireprojecten met vrouwen in de kernfuncties 43%, wat overigens het hoogste aandeel is over alle jaren en alle genres heen. Bij 1 op 4 goedgekeurde premies voor tv-fictie in 2020 was een vrouwelijke regisseur betrokken.

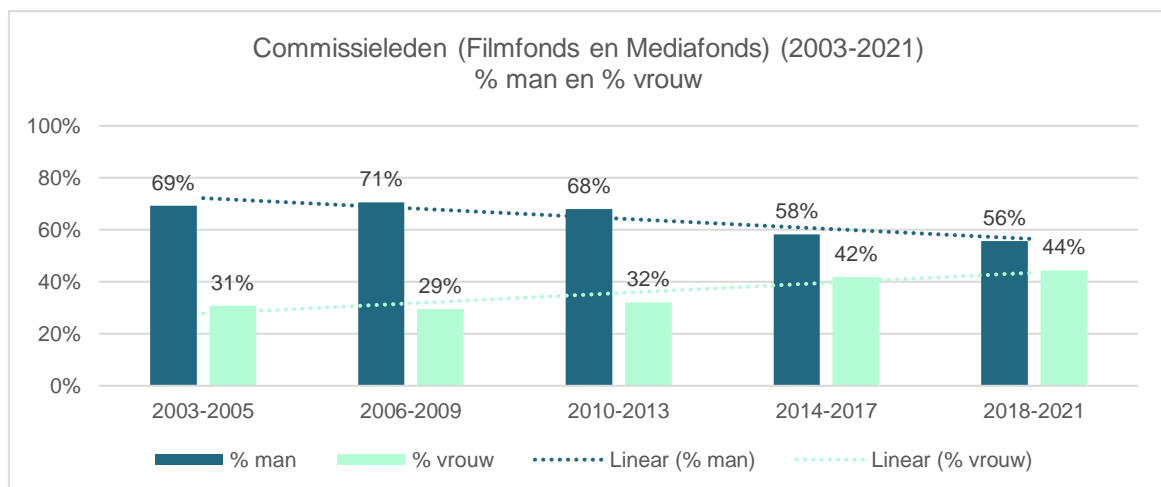


Figuur 65: Aandeel vrouwen goedgekeurde steunaanvragen VAF/Mediafonds (productie, regie, scenario) (VAF)



Figuur 66: % vrouwen goedgekeurde steunaanvragen per categorie voor kernberoepen (VAF/Mediafonds) (VAF)

Ten slotte: het aandeel commissieleden dat projecten beoordeelt op kwaliteit en steun uitreikt kende een stijgend aandeel vrouwen (stijging van 13%) tussen 2003 en 2021. Gemiddeld bedroeg de genderverdeling voor de laatste vier jaar 56% mannen en 44% vrouwen.



Figuur 67: Commissieleden genderverdeling VAF/(Filmfonds en Mediafonds) (VAF)⁸⁵

⁸⁵ VAF. (2021). Beoordelingscommissie Filmfonds. <https://www.vaf.be/beoordelingscommissies-filmfonds>; VAF. (2021). Beoordelingscommissie Mediafonds. <https://www.vaf.be/beoordelingscommissies-mediafonds>

Samenvatting en lessons learned

Tabel 11: Highlights Hoofdstuk 2

Highlights Hoofdstuk 2

- De audiovisuele sector in Vlaanderen bestaat breed gerekend uit meer dan 10.000 tewerkgestelden (inclusief openbare omroep en zelfstandigen). Het aantal **werkgevers** in de audiovisuele en filmproductiesector (Vlaams Gewest) is tussen 2015/Q1 en 2020/Q2 met 60% toegenomen specifiek voor PC227 (audiovisuele sector), en met 46% specifiek voor PsC303.01 (filmproductie). Het aantal werkgevers is op Vlaams niveau sterker gestegen dan op Belgisch niveau. Uit deze data kunnen we geen negatief effect afleiden door COVID-19 op het aantal werkgevers.
- Het aantal **VTE** is tussen 2015/Q1 en 2020/Q2 met 21% toegenomen specifiek voor PC227 en gedaald met 38% voor PsC303.01. In tegenstelling tot de werkgevers, zien we bij de VTE wel een duidelijk negatief effect van COVID-19. Het aantal VTE is op Vlaams niveau met 22% afgenomen tussen 2019/1 en 2020/2 voor PC227 en met 28% voor PsC303.01. Op Belgisch niveau is dit (ook) 22% voor PC227 en 54% voor PsC303.01. We zien dus dat de filmproductie-sector harder geleden heeft, in termen van aantal VTE, dan de audiovisuele sector. Het aantal **werkgevers** in het Vlaams Gewest is 56% van het totaal aantal werkgevers in België voor PC227, maar voor PsC303.01 situeert zich slechts 18% van de werkgevers in het Vlaamse Gewest. Het aantal **VTE** in het Vlaams Gewest is 62% van het totaal aantal VTE in België voor PC227, maar voor PsC303.01 situeert zich slechts 16% van de werknemers in het Vlaamse Gewest.
- De sector kent een gefragmenteerde structuur, met een zeer klein aantal grote spelers en een zeer groot aantal relatief kleine spelers. De productiesector vertoont een daling van de omzet. De VRT is de belangrijkste werkgever in Vlaanderen, direct, maar ook indirect door de bestellingen bij allerhande toeleveranciers en productiehuisen.
- Vlaamse tv-fictie doet het nog steeds goed op tv, maar haalt niet meer dezelfde kijkcijfers als pakweg 10 jaar geleden. Daarvoor is de concurrentie met andere platformen iets te groot geworden. Het volume aan Vlaamse reeksen is groot, en lijkt, ondanks toenemende concurrentie, nog toegenomen. De komst van Streamz heeft gezorgd voor een tijdelijke verlaging en een sterke verhoging in het volume tot 2018 en 2020. De VRT blijft consequent de belangrijkste besteller van fictie in Vlaanderen. Het aantal fictietitels dat geëxporteerd wordt is merkkelijk gestegen. Het aantal titels geproduceerd in samenwerking met distributiespelers is evenzeer duidelijk gestegen, deels door previews en premium-deals, deels als gevolg van de Stimuleringsregeling sinds 2014.
- Gemiddeld verschijnen tussen de 11 (2010) en 29 (2017) Vlaamse films in de bioscoop per jaar. Gemiddeld is 27% niet-VAF gesteund en 73% VAF-gesteund (periode 2009-2019). We zien een toename van animatie- en documentairefilms die een release in de bioscoop krijgen. Het succes daarvan is vooralsnog beperkt; voor animatie kan een uitzonderlijke hit het bezoekersaantal boven de 100.000 brengen, voor documentaire komt het gemiddeld aantal bezoekers (dus over alle projecten heen) niet boven de 5000. Minoritaire coproducties zijn voornamelijk VAF gesteunde producties. Het VAF speelt een belangrijke rol in het realiseren van coproducties (en dus ook schaalvergroting). Er is geen merkkelijke daling van het aantal Vlaamse films in de bioscoop. Wel ondervinden Vlaamse films het moeilijker hun weg naar het publiek te vinden. Zowel de totale aantal bezoekers

als gemiddelden per film zakken. Releaseperiodes in de bioscopen staan, net doordat de bezoekerscijfers onder druk staan, ook onder druk.

- VAF speelt een positieve rol in het verbeteren van gendergelijkheid. De grootste bottleneck zit tussen afstuderen en intrede in de sector. We stellen een kloof vast tussen het aandeel afgestudeerde vrouwen in filmopleidingen en kernfuncties in de sector. Deze kloof begint al bij de aanvragen voor kortfilmpremies, en tekent zich vervolgens verder af doorheen de verschillende soorten projecten. We zien een duidelijke ondervertegenwoordiging van vrouwen wat betreft kernberoepen producent, regisseur en scenarist. Nagenoeg alle audiovisuele fondsen ondernemen op dit moment stappen richting een meer inclusieve aanpak. Gemiddelden schommelen tussen de 20% en 30%. Ondervertegenwoordiging doet zich voor bij alle genres, maar het minst bij documentaire en de FilmLab-projecten van het VAF. Er is weinig verschil tussen televisie en filmprojecten. Positief is wel dat er verandering is: er is een duidelijke stijging van het percentage vrouwen in kernfuncties door de jaren heen. De VAF-commissies vormen géén bottleneck voor projecten met vrouwen in kernfuncties, integendeel. Gemiddeld genomen zien we hogere percentages voor vrouwen in goedgekeurde dan ingediende projecten. VAF drukte de voorbije jaren een stempel in haar Wildcard en atelier-goedkeuringen, sterk in het voordeel van inclusie en gendergelijkheid. VAF-commissies zelf kleuren een stuk vrouwelijker dan de projecten die ze evalueren. De laatste 4 jaar is het aandeel M/V bijna gelijkgetrokken in de commissies.

Hoofdstuk 3

Omgevingsanalyse steunmaatregelen audiovisueel beleid

3. Hoofdstuk 3: Omgevingsanalyse steunmaatregelen audiovisueel beleid

Inleiding

Dit hoofdstuk contextualiseert de rol en financiering vanuit de overheid aan de audiovisuele sector. Op basis van een beknopte contextualisering van de audiovisuele toolkit (m.a.w. wat bestaat er en wat is er theoretisch mogelijk) presenteren we vervolgens de steunmaatregelen van toepassing op de Vlaamse audiovisuele sector; we staan daarbij ook telkens stil bij een aantal relevante, gerichte vergelijkingen met buitenlandse cases. De keuze voor de cases is ingegeven door een (i) beschikbaarheid van bronnen, (ii) relevantie van de vergelijking (is de markt vergelijkbaar qua grootte, qua populatie en qua omvang van de spelers) en (iii) vergelijkbare behoeften voor de sector (als gevolg van taal, aanwezigheid SVOD, etc.). Ten slotte presenteren we ook een beknopt overzicht van genomen maatregelen ter bevordering van gender en inclusie enerzijds en COVID-19 anderzijds.

Het hoofdstuk is gebaseerd op een uitvoerige mapping, en sluit aan bij breder lopend onderzoek van imec-SMIT-VUB, onder meer naar de omzetting van de audiovisuele mediadienstenrichtlijn in diverse landen. Verder is data afkomstig van jaarverslagen, beheersovereenkomsten, websites van verschillende Europese fondsen en geaggregeerde rapporten van o.m. de European Audiovisual Observatory.

Audiovisuele fondsen in Europa: van ‘filmfondsen’ naar ‘superagencies’

De werking van audiovisuele fondsen is sinds de jaren 2000 grondig verschoven. Filmfondsen lieten zich gaandeweg met meer genres, meer diverse vormen van ondersteuning en een pak andere toegevoegde taken. Filmfondsen werden audiovisuele fondsen en groeiden gaandeweg uit tot ‘superagencies’.⁸⁶ Het is een feit dat het inkomen van Europese audiovisuele blijft stijgen, namelijk van €1,64 miljard in 2005⁸⁷ naar €2,53 miljard in 2014. Dit toont tegelijk echter wel opnieuw de grote afhankelijkheid van de overheid voor Europese filmprojecten aan. De vraag is wat het juiste evenwicht is tussen overheidssteun en de rendabiliteit van de Europese film in zijn eigen markt. En dus met het zicht op de rendabiliteit van Europese film: welke combinatie tussen overheidssteun en marktwerking maakt de Europese film het meest commercieel rendabel?⁸⁸

In lijn met de koersverandering in het filmfinancieringsbeleid, zijn de laatste 15 jaar de activiteiten van de audiovisuele fondsen ook herschikt. Audiovisuele fondsen oriënteren zich naast film nu ook steeds meer naar tv-fictie of nieuwe vormen van productie zoals web-series/short format-content of videogames. Ze richten zich niet alleen tot de ondersteuning van productie/creatie, maar ook naar talentontwikkeling, duurzaam filmen, promotie, publiekswerking (‘audience development’) en kennisopbouw. Bovendien wordt de economische dimensie (de rol als hefboom voor de lokale productiesector) sterker beklemtoond. Die accentverschuiving ligt in lijn met de toevoeging van diverse economische fondsen en fiscale maatregelen (zoals de Tax Shelter of Screen Flanders) aan het portfolio steunmaatregelen van beleidsmakers, zoals hierboven beschreven op Europees niveau.

⁸⁶ Doyle, G. (2016). Digitization and changing windowing strategies in the television industry: Negotiating new windows on the world. *Television & new media*, 17(7), 629-645; Morawetz, N., Hardy, J., Haslam, C., & Randle, K. (2007). Finance, policy and industrial dynamics—the rise of co-productions in the film industry. *Industry and Innovation*, 14(4), 421-443.

⁸⁷ Newman-Baudais, S. (2011). *Public funding for film and audiovisual works in Europe: a report by the European Audiovisual Observatory*. European Audiovisual Observatory.

⁸⁸ Kanzler, M. (2018). *Fiction film financing in Europe: a sample analysis of films released in 2016*. European Audiovisual Observatory.

Een ondersteuningsbeleid is met andere woorden de laatste twee decennia duidelijk geëvolueerd naar een even economisch als cultureel beleid. Het stelt het dilemma waarmee filmfondsen steeds kampen (gaan we voor publieksfilms die sowieso een publiek zullen vinden of steunen we vooral die titels die het moeilijk hebben in de markt), een stuk scherper, zeker als er keuzes moeten worden gemaakt door beperkte beschikbare budgetten zoals in Vlaanderen. In het licht van de populariteit en investeringen van SVOD-diensten, dienen deze bestaande steunmaatregelen mogelijks ook te worden herzien. Bijkomend lijkt bovendien een belangrijke rol weggelegd voor audiovisuele fondsen in het uitwerken van relancemaatregelen in een (post-)COVID-19 tijdperk.

De audiovisuele policy toolkit

Subsidies voor filmproductie (automatisch/selectief; hard vs. Soft money)

Het subsidiëren van audiovisuele producties is essentieel voor het garanderen van de Europese audiovisuele sector. De ruime waaier van financiële steunmaatregelen draagt bij tot de rijkelijk gevulde Europese film- en televisie catalogus. Producenten beschikken over een uitgebreid assortiment van steunmaatregelen verspreid over Europees, federaal, nationaal en regionaal niveau. Echter, de middelen zijn beperkt vergeleken met het aantal producenten dat aanspraak doet tot de steunfondsen, waardoor het selectieproces een belangrijke rol speelt voor het toekennen van de subsidies. Doorgaans worden de subsidies verdeeld a.d.h.v. een selectief of automatisch proces. Beide benaderen het audiovisueel product vanuit een verschillend perspectief. Het selectief proces betekent een kwaliteitsoordeel over het product. Met behulp van een onpartijdige commissie worden de aanvragen a.d.h.v. criteria geselecteerd waardoor ook artistieke projecten met beperkte commerciële doeleinden kans maken. Automatische subsidiëring bekijkt de sector door een economische lens gebaseerd op objectieve criteria waaraan de producent moet aan voldoen. De financiering is niet verbonden aan een specifieke productie, de subsidie wordt toegekend aan de producent die het bedrag zelfstandig mag verdelen over meerdere producties.⁸⁹

Ook wordt een onderscheid gemaakt tussen hard en soft money-mechanismen. Bij de eerstgenoemde vloeien actief, van zodra inkomsten gegenereerd worden op een project, inkomsten terug naar het fonds, vooraleer andere spelers vergoed worden. Bij soft money mechanismen stromen vaak ook nog middelen terug naar het fonds, maar enkel na aftrek van de inbreng van andere partijen in een productie. Tenslotte maken we nog een onderscheid tussen audiovisuele fondsen en economische fondsen. Deze laatste zijn gebonden aan het ondersteunen van investeringen in een bepaalde regio. In ruil voor steun moeten producenten een minimumaantal euro's in een bepaalde regio ondersteunen. Deze mechanismen zijn vaak in eerste instantie gericht op het aantrekken van buitenlandse investeringen.

VAF/Filmfonds

Het VAF/Filmfonds biedt financiële ondersteuning ter bevordering van de Vlaamse filmsector. Echter, we mogen het VAF/Filmfonds niet beschouwen als slechts een financieringsorgaan. Het takenpakket reikt verder dan het uitkeren van subsidies. Zo voorziet het VAF/Filmfonds kansen en begeleiding voor jonge filmmakers (film en innovatielab), ondersteuning voor publiekswerking en promotie van onze Vlaamse filmsector.

⁸⁹ European Audiovisual Observatory. (2019). Mapping of film and audiovisual public funding criteria in the EU. https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/legal/-/asset_publisher/F4u8Tw47uLJo/content/mapping-of-film-and-audiovisual-public-funding-criteria-in-the-eu?_101_INSTANCE_F4u8Tw47uLJo_viewMode=view; Raats, T., Evens, T. & Pauwels, C. (2015). Towards sustainable financing models for television production? Challenges for audiovisual policy support in small media markets. Proceedings of the 30th European Communications Policy Research Conference (EuroCPR) 2015, March 23-24, 2015, Brussels, Belgium

Tabel 12: Overzicht VAF/Filmfonds 2019 (VAF)⁹⁰

Fonds	Dotatie	Takenpakket
VAF/Filmfonds	€17.795.000	<ul style="list-style-type: none"> · Steun creatie · Publiekswerking · Promotie en communicatie (FI) · Promotie - Screen Flanders · Talentontwikkeling · Beroepsorganisaties

Tabel 13: Budgetverdeling van het VAF/Filmfonds 2019 (VAF)⁹¹

Steun	Dotatie	% van totaal
Steun aan Creatie	€10.660.000	59,7%
• Fictie	€6.910.000	38,7%
• Documentaire	€1.475.000	8,3%
• Animatie	€1.475.000	8,3%
• Filmlab	€400.000	2,2%
• Innovatielab	€400.000	2,2%
Promotie & communicatie	€825.000	4,6%
Talentontwikkeling	€600.000	3,4%
Publiekswerking	€4.029.000	22,5%
Werkingskosten	€1.710.000	9,6%
Promotie Screen Flanders	€45.000	0,3%

De budgetverdeling tussen de genres wordt bepaald door de vierjaarlijkse beheersovereenkomst.

Vergelijking buitenlandse fondsen

Het onderstaande kader toont een benchmark van enkele Europese filmfondsen. Hieruit stellen we vast dat de middelen van het VAF/Filmfonds vaak merkkelijk lager zijn dan vergelijkbare markten qua grootte. De subsidies van Denemarken is 2,4 keer meer dan die van VAF/Filmfonds.

Tabel 14: Benchmark budgetverdeling van gelijkaardige filmfondsen (totaal)

Info	DE (Beieren)	DK	NO	FI	HR	VL
Fonds	FFF-Bayern	DFI	Norsk filminstitutt	FFF	HAVC	VAF/Filmfonds
Subsidie	€22.467.184 (uitgegeven)	€43.601.000 (uitgegeven)	€36.220.066 (uitgegeven)	€24.757.717	€9.371.666 (uitgegeven)	€17.795.000

⁹⁰ VAF. (2020). Jaarverslag 2019 (pp. 9-10). https://www.vaf.be/sites/vaf/files/jaarverslagen/jv_onl_2019v5.pdf

⁹¹ VAF. (2020). Jaarverslag 2019 (p. 9). https://www.vaf.be/sites/vaf/files/jaarverslagen/jv_onl_2019v5.pdf

Onderstaande tabel maakt de vergelijking tussen de budgetverdeling van enkele fondsen. Wel is het belangrijk te melden dat steunfondsen hun budgetverdeling op een verschillende manier rapporteren. Wanneer we de budgetten van fondsen voor scenario en ontwikkeling vergelijken dan stellen we vast dat de middelen van het VAF/Filmfonds in verhouding zijn met de andere fondsen. Echter, bij de productiebudgetten moeten we vaststellen dat het VAF/Filmfonds aanzienlijk minder grote premies voorziet in vergelijking met de andere fondsen.

Een vaak gemaakte vergelijking voor Europese landen is die met het Deense filmfonds. Denemarken is vergelijkbaar met Vlaanderen qua omvang van de markt, echter de producties doen het een stuk beter in de nationale box office, zowel in het aantal films dat elk jaar een groot publiek trekt als in het aantal bezoekers per film zelf. De tabel hieronder geeft de gesteunde producties weer.

Producties in de tabel gelabeld met C vallen onder het consultantensysteem, waarbij een *commissioning editor* van DFI projecten selecteert en begeleidt gedurende het productieproces. Films met label 'M' vallen onder het marktsysteem; het gaat hier om films waar nog steeds kwaliteitseisen zijn en die verkozen worden door een commissie, maar waar duidelijker publiekspotentieel aanwezig is. Ongeveer de helft van de films vallen onder consultantensysteem, de andere helft onder het marktsysteem.

Belangrijke lessons learned in het licht van het VAF/Filmfonds zijn:

- Het totaalvolume gesteunde films is een stuk groter dan in Vlaanderen. In 2019 ontvingen 19 films productiesteun (in vergelijking met 8 in Vlaanderen);
- 5 van de 19 films zijn expliciet gericht op kinderen of jongeren;
- Voor de meeste Deense films speelt de publieke omroep DR een rol als coproductiepartner, zowel de films binnen het consultantensysteem als marktsysteem;
- Gemiddelde budgetten voor Deense films liggen hoger dan in Vlaanderen. Voor films binnen het marktsysteem is het gemiddeld budget €4,4 miljoen, voor het consultantensysteem €4 miljoen. In beide categorieën zitten echter uitschieters met producties tot €10 miljoen budget;
- Tax Shelter ontbreekt in Denemarken. Echter, dit wordt gecompenseerd door de inbreng van de publieke omroep DR, internationale coproductiefinanciering en regionale steunmaatregelen. Nagenoeg alle high-end series kunnen rekenen op regionale financiering, vergelijkbaar met het systeem van Screen Flanders in Vlaanderen. Het aandeel films waarin coproductiefinanciering deel uitmaakt van het budget is merkbaar hoger dan in Vlaanderen.

Toegekende premies liggen een stuk hoger dan in Vlaanderen. Voor films binnen het consultantensysteem is het gemiddelde €1.578.888,89 met uitschieters tot 2,8 miljoen toegekende steun. Voor het marktsysteem is het gemiddelde €1.408.000,00 met uitschieters tot €2,2 miljoen toegekende steun.

Tabel 15: Toegekende steun DFI 2019 feature film

Titel	Producent	M of C	DR	regional	Copro	youth	Budget	DFI subsidy
A Taste of Hunger	Zentropa	C	X		DK/SE		3.148.000 €	1.816.000,00 €
Benelux	Profile Pictures	C	X	X	DE/NL		2.646.000 €	1.351.000,00 €
Landet	Profile Pictures	C		X			1.603.000 €	908.000,00 €
Malou's Christmas	Malous Jul Productions	C	X	X		X	1.833.000 €	999.000,00 €
Margrete: Queen of the North	SF Studios Production	C	X		DK/ PL/CZ /NO/SE		9.094.000 €	2.862.000,00 €
Men of the Wild	Nordisk Film Spring	C	X				2.023.000€	1.270.000,00 €
Oh, To Be a Butterfly	Snowglobe	C		X	DK/IS		2.799.000€	1.410.000,00 €

Rose og Gyldensol	Nordisk Film	C		X			4.889.000€	1.860.000,00 €
The End	Final Cut for Real	C			DK/IRL/ DE		8.773.000€	1.734.000,00 €
All I Want For Christmas 2	DeLuca Film	M	X	X		X	2.679.000€	1.252.000,00 €
Checkedred Ninja 2	A. Film	M	X			X	2.518.000€	1.102.000,00 €
Erna at War	Nimbus Film	M	X	X	DK/EE/ BE		4.716.000€	1.406.000,00 €
Familien Jul og Nissehotellet	Pixi Film	M	X	X		X	2.418.000 €	1.138.000,00 €
Father of Four and the Vikings	Asa Film	M	X	X		X	2.593.000 €	691.000,00 €
Madklubben	Nepenthe Film	M		X			2.595.000€	1.184.000,00 €
Riders of Justice	Zentropa	M	X	X	DE/SE		5.325.000€	1.849.000,00 €
Shadows In My Eyes	Miso Film	M	X		DK/CZ/BE		10.180.000€	2.197.000,00 €
The Marco Effect	Nordisk Film	M	X				7.370.000€	1.808.000,00 €
The Pact	SF Studios Production	M	X	X			3.727.000 €	1.453.000,00 €

VAF Screen Flanders

Screen Flanders is een economisch hefboom fonds dat jaarlijks €3.5 miljoen voorziet ter ondersteuning van de Vlaamse audiovisuele sector. Het fonds is toegankelijk voor zowel Belgische als internationale producenten. Echter, ligt de klemtoon op het aantrekken van buitenlandse producenten.

Screen Flanders heeft zijn middelen zien reduceren van €4,5 miljoen (2016) naar €3,5 miljoen (2020) in de laatste 5 jaar, terwijl de economische fondsen in Wallonië en Brussel een min of meer tegenovergestelde beweging gemaakt hebben. Subsidies uitgekeerd door Screen Flanders moeten verplicht worden uitgeven in Vlaanderen. Daarnaast wordt verwacht dat iedere € gefinancierd door het fonds, moet zorgen voor een € in audiovisuele kosten. Zelf kan de producent een hoger rendement voorstellen, tijdens de aanvraagprocedure.

Vergelijking andere fondsen

In vergelijking met de andere regionale fondsen heeft Screen Flanders in 2019 het minst aantal projecten ondersteund. Screen Flanders heeft een hefboom van 7,93 in 2019, tegenover 11.79 bij Screen Brussels en 5,72 bij Wallimage. De hefboom is de verhouding tussen structurele investeringen in de regio (bv. het Vlaamse Gewest in het geval van Screen Flanders, Brussel bij Screen Brussels en het Waalse Gewest) en de toegekende steun.

Tabel 16: Benchmark Belgische regionale economische fondsen voor audiovisuele werken (2019) ⁹²

		Screen Flanders	Screen Brussels	Wallimage
2019	Budget (in €)	4.440.000	3.143.000	6.577.067
	Ingediende projecten	49	63	56
	Ondersteunde projecten	29	31	41
	Acceptatiegraad	59%	49%	73%
	Majoritair Vlaams	41%	65%	34%
	Minoritair Vlaams	59%	35%	66%
	Hefboom	7,93	11,79	5,72
	Investeringen in regio (in €)	35.209.200	37.060.000	37.601.799

Subsidies voor tv-productie

VAF/Mediafonds

Het VAF/Mediafonds speelt een cruciale rol voor de Vlaamse televisiesector en ligt aan de basis van de Vlaamse high-end fictiereeksen. De doorbraak van streaming en andere on-demand-diensten dragen bij tot het succes van fictiereeksen. Echter, het concurreren met buitenlandse titels is niet vanzelfsprekend voor de kleinere lidstaten, maar zeker ook niet onmogelijk. Het VAF/Mediafonds kan jaarlijks een beperkt aantal reeksen ondersteunen en volgt een gelijkaardige selectie als projecten binnen het VAF/Filmfonds. De producent mag een aanvraag indienen zonder verbondenheid van een omroep, behalve voor productiesteun. Daarnaast moet de reeks gratis in open net toegankelijk zijn voor iedere belastingbetaler. De lancering van het Vlaamse streamingplatform Streamz zorgt voor een toenemende complexiteit voor zowel het VAF/Mediafonds als de coproducent. Kan de onafhankelijke producent beroep doen op het VAF/Mediafonds wanneer de rol van de omroepdienst wordt voorzien door een niet-lineaire omroepdienst? Het VAF/Mediafonds ondersteunt *“coproducties tussen onafhankelijke producenten en de openbare en/of de erkende en/of aangemelde Vlaamse televisieomroeporganisaties.”* (BHO VAF/Mediafonds, 2018-2021). Het VAF/Mediafonds reglement⁹³ erkent nu ook niet-lineaire omroeporganisaties als omroep. Daarbij geldt dat deze ook aanspraak kunnen maken op steun, of er combinaties mogelijk zijn tussen meerdere Vlaamse omroeporganisaties waarbij hun inbreng opgeteld wordt volgens bepaalde berekeningswijze. Het reglement stipuleert ook regels m.b.t. uitzendtermijnen op basis van de financiële inbreng van de niet-lineaire omroeporganisatie.

⁹² VAF. (2020). Vlaams Audiovisueel Fonds 2019. https://www.vaf.be/sites/vaf/files/jaarverslagen/jv_onl_2019v5.pdf;
Screen Brussels. (2020). Screen Flanders 2019 – At a glance. <https://screen.brussels/sites/default/files/screen-brussels-bilan-2019-en-infographies.pdf>; Wallimage. (2020). Bilan 2019 Coproductions. <https://cms.wallimage.be/sites/default/files/2020-01/2019%20-%20bilan%20chiffre%20C3%A9%20de%20wallimage%20coproductions.pdf>

⁹³ VAF. (2021). Reglement VAF/Mediafonds: Algemene voorwaarden. https://www.vaf.be/sites/vaf/files/4._mf_algemene_voorwaarden_10.06.2021.pdf

Tabel 17: Overzicht VAF/Mediafonds (2019) (VAF)⁹⁴

Fonds	Dotatie	Takenpakket
VAF/Mediafonds	€6.014.000	<ul style="list-style-type: none"> · Steun creatie · Promotie en communicatie · Talentontwikkeling · Beroepsorganisaties

Tabel 18: Budgetverdeling VAF/Mediafonds (per categorie) (2019) (VAF)

Soort project	Bedrag	Vereisten
High-end	€1.300.000 (waarvan €75.000 scenario) (maximum)	Hoge productiewaarde Internationaal potentieel Productiebudget van minstens: €5.000.000
Domestic	€800.000 (waarvan €50.000 scenario)	Gericht op lokale herkenbaarheid Groot binnenlands bereik
Eigenzinnige	€800.000 (waarvan €50.000 scenario)	Atypisch Voor de meerwaardezoeker Verrassend
Experimenteel	€500.000 (waarvan €50K scenario)	Niche Volledig buiten de lijntjes Productiebudget €0-1.000.000
Kinder- en jeugd	€500.000 (waarvan €50K scenario)	Maatschappelijk interessant 0-12 jaar

Vergelijking buitenlands televisiefonds

De onderstaande tabel geeft een benchmark weer van enkele Europese fondsen voor tv-fictie. Hieruit stellen we vast dat de middelen van het VAF/Mediafonds in verhouding zijn met de andere lidstaten. Echter, Denemarken is ook hier de uitzondering.

Tabel 19: Benchmark budgetten van gelijkaardige (media)fondsen

Info	DE	DK	NL	NO	VL
Fonds	FFF-Bayern (2018)	DFI (2020)	NPO-fonds (2019)	Norsk filminstitutt (2018)	VAF/Mediafonds (2019)
Subsidie	€4.390.000 (uitgegeven)	€8.323.000 (uitgegeven)	€7.727.678 (uitgegeven)	€5.997.864	€6.014.000

Een relevante benchmark met het VAF/Mediafonds is het Deense Public Service fonds. Dat fonds is bedoeld voor ondersteuning van tv-fictie en documentairereeksen en kent een budget van €8,3 miljoen per jaar voor creatie, wat licht hoger is dan de middelen voor creatie bij VAF/Mediafonds. Het fonds kwam er om het speelveld voor fictie, dat vooral bestond uit de populaire DR-reeksen, te vergroten en tegelijkertijd het kwaliteitsniveau van reeksen op te trekken bij commerciële spelers. De middelen worden verdeeld over 2 steuncategorieën: *development*- en *production support*. Onder development wordt ook ondersteuning voor scenario begrepen. De tabellen hieronder geven een overzicht van

⁹⁴ VAF. (2020). Jaarverslag 2019 (pp. 11-12). https://www.vaf.be/sites/vaf/files/jaarverslagen/jv_onl_2019v5.pdf

toegekende steun in 2020 voor documentaire- en fictiereeksen. Op basis van de gegevens kunnen volgende lessen getrokken worden voor Vlaanderen:

- De werking van het fonds ondersteunt enkel producties van private omroepen; de publieke omroep kan geen aanspraak maken op de middelen;
- Ook SVOD-diensten zoals het Scandinavische Viaplay⁹⁵ (vergelijkbaar met Streamz bij ons) en HBO Nordic kunnen aanspraak maken op de middelen. Vooral voor fictie valt het hoog aantal producties op dat voor Viaplay werd toegekend;
- Steun voor fictieproductie varieert tussen gemiddeld €450.000 en €1,5 miljoen. Dat maximumbedrag is hoger dan de maximumpremie toegekend vanuit het VAF/Mediafonds. Steun voor documentaire-productie schommelt tussen de €120.000 en €400.00. Die bedragen liggen ook gemiddeld hoger dan van het VAF/Mediafonds. Belangrijke kanttekening is dat in Denemarken geen extra financiering opgehaald kan worden in de vorm van Tax Shelter. Zowel voor fictie als documentaire worden grotere sommen geïnvesteerd door de omroepen zelf.
- Bij fictie valt het groot aantal projecten op dat bedoeld is voor kinderen/jongeren. Het gaat om de helft van de projecten.

Het gemiddelde budget van high-end reeksen ligt iets hoger dan in Vlaanderen (€11 miljoen voor de reeks met het hoogste budget); echter we zien wel dat de discrepantie tussen 'Vlaamse' en 'Deense' budgetten, althans wat tv-fictie betreft, afgenomen is in vergelijking met vijf jaar geleden.

Tabel 20: Danish public service fund documentaire toegekend in 2019

Title	Production company	station	Develop-ment	Produc-tion	Total	%	Totaalbudget
Hverdagen i daginstitution	Dokumentarkompagniet	TV 2	92000	298000	390.000,00 €	50	780.000,00 €
Vesterbro, gaden der aeder dig	Impact TV	TV 2	31000	325000	356.000,00 €	50	712.000,00 €
Morgendagens ledere	Doceye	TV 2	60000	268000	328.000,00 €	48	683.333,33 €
Sandheden under asken	Koncern TV & Filmproduktion	TV 2	53000	188000	241.000,00 €	43	560.465,12 €
Sara i pigemes skjulte verden	Impact TV	TV 2 Zulu	100000	117000	217.000,00 €	39	556.410,26 €
Mysteriet om Pedal Ove	Dokumentarkompagniet	TV 2	79000	175000	254.000,00 €	50	508.000,00 €
Den anden Dirch	Plus Pictures	TV 2	20000	100000	120.000,00 €	49	244.897,96 €
Diagnoserne	Dokumentarkompagniet	TV 2	47000	0	47.000,00 €	50	94.000,00 €
Vi spærrer da børnene inde	Koncern TV & Filmproduktion	TV 2	20000	0	20.000,00 €	42	47.619,05 €
Omsorg er den bedste medicin	Hansen og Pedersen	TV 2	23000	0	23.000,00 €	49	46.938,78 €
En livsfarlig virkelighed	Koncern TV & Filmproduktion	TV 2	21000	0	21.000,00 €	50	42.000,00 €

Tabel 21: Danish public service fund fictie toegekend in 2019

Titel	Produ-cent	zender	youth	Develop-ment	Pro-duction	Totaal	%	Totaalbudget
The Investigation	Miso Film	TV 2		67000	1138000	1.205.000,00 €	11	10.954.545,45 €
Kongen af Kastrup	Nimbus Film	TV 2		221000	880000	1.101.000,00 €	16	6.881.250,00 €

⁹⁵ Viaplay is momenteel beschikbaar in Zweden, Noorwegen, Denemarken, Finland, IJsland, Estland, Letland en Litouwen. Eind 2021 zal Viaplay gelanceerd worden in Polen en in begin 2022 in Nederland. Viaplay is opgericht door de 'MTG Broadcasting AB'.

Kamikaze	Profile Pictures	HBO	X	147000	1339000	1.486.000,00 €	28	5.307.142,86 €
Grow	SF Studios Production	TV 2 Zulu	X	154000	1072000	1.226.000,00 €	35	3.502.857,14 €
Global Elite	New Creations Productions	Viaplay	X	66000	703000	769.000,00 €	31	2.480.645,16 €
Bertil og baeltetsken	Drive Studios	Min Bio / dk4	X	53000	444000	497.000,00 €	63	788.888,89 €
The Heroic Quest of the Valiant Prince Ivandoe 2	Sun Creature Studio	Cartoon Network	X	209000	0	209.000,00 €	58	360.344,83 €
Amal	Appletree Productions	HBO		123000	0	123.000,00 €	50	246.000,00 €
Elvira	SAM Productions	Viaplay		99000	0	99.000,00 €	44	225.000,00 €
Karen	Zentropa Episode	Viaplay		95000	0	95.000,00 €	50	190.000,00 €
Pros and Cons II	SAM Productions	Viaplay		64000	0	64.000,00 €	45	142.222,22 €
Hvad med Monica?	Nimbus Film	Viaplay	X	48000	0	48.000,00 €	42	114.285,71 €

Fiscale maatregelen (shelter, credit, rebate)

Algemeen

Verschillende Europese lidstaten maken gebruik van fiscale voordelen ter bevordering van de lokale audiovisuele sector. In België is de Tax Shelter Audiovisuele werken een cruciaal onderdeel van het financieringsproces waarbij producenten toegang krijgen tot extra financiering en private-investeerders genieten van belastingvoordelen. Beide partijen ervaren een win-win scenario. Echter, de uitwerking van de fiscale initiatieven varieert tussen de lidstaten.⁹⁶ We onderscheiden *shelter*, *rebate* en *credit*-systemen.

- *Shelter*: het aantrekken van private-investeerders die genieten van belastingvoordelen door het investeren in de audiovisuele sector. De privé-investeerder *financiert* een Europese productie mee door een (toekomstig) fiscaal Tax Shelterattest te kopen van een producent/ productiehuis via het sluiten van een raamovereenkomst. De privé-investeerder dient de sommen binnen de drie maanden na het ondertekenen van deze raamovereenkomst over te maken aan de producent/productiehuis.⁹⁷ De producent/productiehuis dient de productie- en exploitatiekosten binnen een periode van ten hoogste 18 maanden (en 24 maanden voor animatiefilms) vanaf de datum van de ondertekening van de raamovereenkomst uit te geven.⁹⁸ Het Tax Shelter initiatief wordt goed ontvangen in kleinere markten waar de producenten beschikken over een beperkte middelen.
- *Rebate*: de producent zal een percentage van het gependeerde productiebudget kunnen terugvorderen. Het gaat hier om een *terugbetalen* van productiekosten. Bv. in Nederland geldt een cash rebate van 30% voor aantoonbaar bestede en kwalificerende Nederlandse productiekosten.⁹⁹ (Dit wil zeggen dat de producent de productie zelf zal moeten voorfinancieren.)

⁹⁶ European Audiovisual Observatory. (2014). Impact analysis of fiscal incentive schemes supporting film and audiovisual production in Europe. <https://rm.coe.int/impact-analysis-of-fiscal-incentive-schemes-supporting-film-and-audiov/16808e4506>;

Raats, T., Evens, T. & Pauwels, C. (2015). Towards sustainable financing models for television production? Challenges for audiovisual policy support in small media markets. Proceedings of the 30th European Communications Policy Research Conference (EuroCPR) 2015, March 23-24, 2015, Brussels, Belgium

⁹⁷ VLAIO. (2021). Tax Shelter audiovisuele werken en podiumkunsten. <https://www.vlaio.be/nl/subsidies-financiering/subsidi databank/tax-shelter-audiovisuele-werken-en-podiumkunsten>

⁹⁸ Federale Overheidsdienst. (2020). Belgian Tax Shelter 2020. <https://financien.belgium.be/sites/default/files/downloads/121-brochure-tax-shelter-2020-nl.pdf>

⁹⁹ Filmfonds Nederland. (2021). Netherlands Film Production Incentive. <https://www.filmfonds.nl/film-producties/film-production-incentive>

- *Credits*: de producent zal een percentage van het gespendeerde productiebudget terugvorderen door een belastingvoordeel verwerkt in de jaarlijkse belastingaangiften.

Tax Shelter Audiovisuele werken in België

De Tax Shelter Audiovisuele werken heeft bijgedragen aan de professionalisering en internationalisering van de Belgische en de Vlaamse audiovisuele sector.^{100,101} De Tax Shelter Audiovisuele werken ondersteunt de volgende soorten werken:

- een fictiefilm (lange, gemiddelde en korte duurtijd), een documentaire, een animatiefilm of een kortfilm voor bioscopen;
- een lange fictiefilm voor televisie (mogelijk opgedeeld in afleveringen);
- een fictieserie, animatieserie, kinderreeks of documentaire bedoeld voor televisie;
- een kinder- of jeugdreeks.

In 2003 werd het initiatief gelanceerd, met grote successen als gevolg. De Tax Shelter Audiovisuele werken vormt de brug tussen de audiovisuele sector en privé-investeerders. Het belastingvoordeel maakt het investeren in audiovisuele projecten aantrekkelijk, en creëert een win-winsituatie voor beide partijen.

Vergelijking buitenland

Verscheidene lidstaten voorzien fiscale voordelen ter ondersteuning van hun audiovisuele sector. De meerderheid van de lidstaten maken gebruik van een rebate of creditsysteem waarbij het gaat om het terugbetalen van productiekosten (de producent zal dus zelf eerst de productie moeten voorfinanciering). Kleine markten zoals België, Hongarije en Ierland verkiezen daarom een shelter constructie waarbij een privé-investeerder de productie (mee) financiert door een (toekomstig) fiscaal Tax Shelterattest te kopen van de producent/productiehuis via het sluiten van een raamovereenkomst.

Tabel 22: Benchmark shelter constructies van gelijkaardige lidstaten

Land	Jaar	Percentage	Projecten
Hongarije	2004	30%	• Film • TV
Ierland	1997	32-37%	• Film • TV
Italië	2009	30%	• Film • TV
Litouwen	2014	30%	• Film • TV

Tabel 23: Overzicht fiscale voordelen van Europese lidstaten

Land	Naam	Soort	Jaar	Film	TV	Games	Andere
AT	FISA	rebate	2010	X			
BE	Tax Shelter Audiovisuele werken	shelter	2003	X	X		
CZ	FISP	rebate	2010	X	X		

¹⁰⁰ Vlaams Parlement. (2015). Commissievergadering donderdag 11 juni 2015: vraag om uitleg over de Tax Shelter. <https://www.vlaamsparlement.be/commissies/commissievergaderingen/986246/verslag/988616>

¹⁰¹ Ballegeer, D. (2015). A Fistful of Tax Dollars. De nieuwe taxshelter onder de loep. <http://ec2-18-197-1-103.eu-central-1.compute.amazonaws.com/artikel/fistful-tax-dollars-de-nieuwe-taxshelter-onder-de-loep>

DE	DFFF	rebate	2004	X	X		
ES	Tax Credit	credit	2004	X	X		
FR	SOFICA	shelter	1985	X			
FR	Crédits d'impôt cinéma	credit	2004	X			
FR	Crédit d'impôt jeux video	credit	2009			X	
VK	Film Tax Relief	credit	2007	X			
VK	High-End Television Tax Relief	credit	2013		X		
VK	Animation Tax Relief	credit	2013		X		X
VK	Video Games Tax Relief	credit	2014			X	
HR	CashRebate	rebate	2012	X	X		
HU	Indirect Subsidy	shelter	2004	X	X		X
IE	Section 481	shelter	1997	X	X		
IS	Reimbursement	rebate	1999	X	X		
IT	Tax Credit	credit	2008	X	X		X (web)
LT	Film Tax Incentive	shelter	2014	X	X		
MK	Film Incentive Programme	rebate	2014	X			
MT	Cash Rebate	rebate	2008	X	X		X
MT	Tax Credit	credit	2008	X	X		X
NL	Film Production Incentive	rebate	2014	X	X		
SK	Cash Rebate	rebate	2014	X	X		

Stimuleringsregeling voor dienstenverdelers in Vlaanderen

De dienstenverdelers zijn medeverantwoordelijk voor het garanderen van een lokaal en divers aanbod. Via de stimuleringsregeling moeten dienstenverdelers financieel bijdragen aan nieuwe tv-producties. De dienstenverdelers kunnen kiezen tussen een financiële vergoeding aan het VAF of deze vergoeding zelf investeren in één of meerdere coproducties.

De stimuleringsregeling voor dienstenverdelers werd geregeld bij het "decreet tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, houdende invoering van een stimuleringsregeling voor de audiovisuele sector" (B.S. 12/02/2014)¹⁰² en door het uitvoeringsbesluit van 21 maart 2014 (B.S. 03/04/2014). Deze regeling is ingevoegd bij artikel 184/1 van het Mediadecreet.

Investeringsverplichting voor niet-lineaire televisieomroeporganisaties

Overheidsregulering en een ondersteuningsbeleid zijn steeds van groot belang geweest voor het in stand houden van audiovisuele sectoren in Europa. De in 2018 herziene richtlijn Audiovisuele Mediadiensten laat de mogelijkheid aan lidstaten om investeringsverplichtingen te heffen op niet-lineaire televisieomroeporganisaties. De voorbije jaren hebben vanuit die optiek beleidsmakers in toenemende

¹⁰² Vlaamse Overheid. (2014). Decreet tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, houdende invoering van een stimuleringsregeling voor de audiovisuele sector.
http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=nl&la=N&table_name=wet&cn=2014011711

mate maatregelen geëxploreerd om niet-lineaire televisieomroeporganisaties te doen bijdragen tot audiovisuele productie, in de vorm van een heffing of quota. Dergelijke heffingen zijn theoretisch niet nieuw, noch zijn ze beperkt tot heffingen op on-demand audiovisuele diensten alleen. Investeringsverplichtingen volgen het principe van *participatieve financiering* of *autofinanciering*. Bedoeling is dat iedereen die inkomsten haalt uit de exploitatie van audiovisuele content bijdraagt tot de productie ervan. In Frankrijk bijvoorbeeld is de financiering van het *Centre National du Cinéma* (CNC) nagenoeg volledig gebaseerd op diverse heffingen en investeringsverplichtingen op omroepen, on-demand audiovisuele diensten, bioscoopexploitatie en recent ook video-sharing-platformen. Ook in andere landen, o.m. Nederland, formuleren overheidsactoren en industrieën investeringsverplichtingen als antwoord op de druk op financiering van audiovisuele producties. Ondertussen ontwerpen diverse Europese lidstaten in sneltempo hun versie van een investeringsverplichting voor on-demand audiovisuele diensten (Cyprus, Denemarken, Ierland, Nederland en Roemenië).¹⁰³

Vanaf 1 januari 2019 is er een stimuleringsregeling voor niet-lineaire televisieomroeporganisaties van kracht.¹⁰⁴ Deze stimuleringsregeling is ook van toepassing voor buitenlandse niet-lineaire televisieomroeporganisaties, in casu spelers als Disney+, Netflix of Amazon Prime Video. De dienst kan kiezen voor een financiële bijdrage aan de productie of de coproductie van Vlaamse audiovisuele werken of een gelijkwaardige bijdrage aan het VAF. De stimuleringsregeling, of 'investeringsverplichting', voor niet-lineaire televisieomroeporganisaties werd geregeld bij het "decreet houdende wijziging van diverse bepalingen van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie van 29 juni 2018" (B.S. 26/07/2018)¹⁰⁵ en bekrachtigd bij het "decreet houdende bekrachtiging van het besluit van de Vlaamse Regering van 1 februari 2019 betreffende de deelname van de particuliere niet-lineaire televisieomroeporganisaties aan de productie van Vlaamse audiovisuele werken (26 april 2019)" (B.S. 20/05/2019).¹⁰⁶ Deze regeling is ingevoerd bij artikel 157 in het Mediadecreet.

Vergelijking buitenland

Imec-SMIT-VUB heeft in 2018 een rapport gepubliceerd dat de verschillende investeringsverplichtingen voor niet-lineaire tv-omroepdiensten in de EU-lidstaten presenteert.¹⁰⁷ Imec-SMIT-VUB heeft een update van deze studie gedaan dat gepubliceerd werd op 3/06/2021.¹⁰⁸ Dit nieuwe rapport bevat (zoals het vorige rapport) verschillende casestudies: de criteria en type investeringsverplichtingen die verschillende landen/regio's in de EU momenteel handhaven. De casestudies in de update-studie zijn: Oostenrijk, België (Vlaanderen), België (Wallonië), Kroatië, Tsjechië, Frankrijk, Duitsland, Italië, Polen,

¹⁰³ Komorowski, M., Lordache, C., Kostovska, I., Tintel, S. & Raats, T. (2021). Obligations for VOD providers to financially contribute to the production of European works, a 2021 update. Brussel: imecSMIT-VUB. https://smit.vub.ac.be/wp-content/uploads/2021/06/Komorowski-et-al_2021_-A-European-comparison-of-investment-obligations-on-VOD-providers-to-financially-contribute-to-the-production-of-European-works_Report-2021_FINAL.pdf

¹⁰⁴ Vlaamse Overheid. (2019). Besluit van de Vlaamse Regering betreffende de deelname van de particuliere niet-lineaire televisieomroeporganisaties aan de productie van Vlaamse audiovisuele werken.

http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg_2.pl?language=nl&nm=2019011088&la=N

¹⁰⁵ Vlaamse Overheid. (2018). Decreet houdende wijziging van diverse bepalingen van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie.

https://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=nl&la=N&table_name=wet&cn=2018062913

¹⁰⁶ Vlaamse Overheid. (2019). Decreet houdende bekrachtiging van het besluit van de Vlaamse Regering van 1 februari 2019 betreffende de deelname van de particuliere niet-lineaire televisieomroeporganisaties aan de productie van Vlaamse audiovisuele werken.

http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=nl&la=N&table_name=wet&cn=2019042612

¹⁰⁷ Donders, K., Raats, T., Komorowski, M., Kostovska, I., Tintel, S., Lordache, C. (2018). Obligations on on-demand audiovisual media services providers to financially contribute to the production of European works. <https://smit.vub.ac.be/wp-content/uploads/2018/12/VUB-VOD-report-2018-.pdf>

¹⁰⁸ Komorowski, M., Lordache, C., Kostovska, I., Tintel, S. & Raats, T. (2021). Obligations for VOD providers to financially contribute to the production of European works, a 2021 update. Brussel: imecSMIT-VUB. https://smit.vub.ac.be/wp-content/uploads/2021/06/Komorowski-et-al_2021_-A-European-comparison-of-investment-obligations-on-VOD-providers-to-financially-contribute-to-the-production-of-European-works_Report-2021_FINAL.pdf

Portugal, Slovenië en Spanje. Onderstaande tabel toont een overzicht van de soorten investeringsverplichtingen die van toepassing zijn voor niet-lineaire televisieomroeporganisaties in de EU-lidstaten. Imec-SMIT-VUB (2021, p. 22) identificeerde “vier soorten investeringsverplichtingen voor niet-lineaire televisieomroeporganisaties onder de EU-lidstaten:

1. een heffing (‘levy’) die betaald wordt aan overheidsinstanties, zoals het filmfonds of een andere instantie die de creatie van Europese (en specifiek lokale) audiovisuele werken ondersteunt;
2. een verplichting om direct te investeren in de productie van Europese audiovisuele werken door de aankoop van rechten en/of (co-)productie;
3. een heffing OF verplichting om direct te investeren, waartussen de niet-lineaire televisieomroeporganisatie mag kiezen;
4. een heffing OF verplichting om rechtstreeks te investeren, een ‘dubbele’ verplichting.”

Tabel 24: Overzicht van de criteria investeringsverplichtingen voor niet-lineaire televisieomroeporganisaties EU-lidstaten¹⁰⁹

		Form of investment obligations	Service	%	Basis
(1) LEVY ('heffing')	AU	Levy paid to RTR-GmbH	Domestic	Market share	Sales/turnover in Austria in previous year based on needed budget of RTR-GmbH and industry-specific total sales
	HR	Levy paid to Croatian Audiovisual Centre	Domestic	2%	Annual gross income from VOD services (related to advertising revenues and subscription revenues)
	DE	Levy paid to Filmförderungsanstalt	Domestic + foreign	1.8%	Turnover from sales of cinema films in previous year in Germany ... if ≤ €20m and > €500K
				2.5%	... if > €20m
	PL	Levy paid to National Film Institute	Domestic + foreign	1.5%	Revenue obtained from fees for access to VOD services or revenue obtained from broadcasting commercial communications
(2) DIRECT INVESTMENT ('directe investering')	IT	Pre-purchase, purchase, production, and co-production of fiction, animation, documentary, or any other type of European works produced anywhere, by independent producers in the last 5 years	Domestic + foreign	12.5%	Reported annual net revenue in Italy ... if provider has headquarters in Italy and >20 employees
				20%	... investment modalities deemed insufficient
				+3%	... if provider has no headquarters/employees in Italy
				+4.5%	... if provider only gives independent producers executive role
	ES	Participation in production or acquisition of rights of European works (and % for certain formats and Spanish language work)	Domestic	5%	Annual reported income ... if commercial company
				6%	... if public service providers
	SL	Quota of 10% for European film in catalogues OR Invest in (co-)production or rights acquisition of European works	Domestic	1%	Revenue from audiovisual media services in the previous year
	(3) DIRECT INVESTMENT OR LEVY ('directe investering of heffing')	BE (FR)	Finance co-production or pre-purchase of audiovisual media works OR Levy paid to the Cinema and Audiovisual Centre	Domestic + foreign	1.4%

¹⁰⁹ Komorowski, M., Iordache, C., Kostovska, I., Tintel, S. & Raats, T. (2021). Obligations for VOD providers to financially contribute to the production of European works, a 2021 update. Brussel: imecSMIT-VUB. https://smit.vub.ac.be/wp-content/uploads/2021/06/Komorowski-et-al_2021_-A-European-comparison-of-investment-obligations-on-VOD-providers-to-financially-contribute-to-the-production-of-European-works_Report-2021_FINAL.pdf

					... if between €300K –5m (+index)	
				1.6%	... if between €5–10m (+index)	
				1.8%	... if between €10–15m (+index)	
				2%	... if between €15–20m (+index)	
				2.2%	... if > €20m (+index)	
	BE (NL)	Finance (co-)production of (Flemish) television series (fiction, documentary or animation) OR financial contribution to the Flemish Audiovisual Fund	Domestic VOD + linear TV	€3m	Lump sum per year	
				€1.3	Or per subscriber in previous year	
			Domestic + foreign (≠linear)	2%	Annual revenues in previous year	
(4) DIRECT INVESTMENT AND LEVY ('directe investering en heffing')	FR	Purchase of exploitation rights, investment in producer's shares or sums paid for the adaptation to the deaf or hard-of-hearing persons for European cinematographic and audiovisual works and/or production of European cinematographic works (parts of the share must be made in works of French cultural expression)	Domestic SVOD	26%	Net annual turnover (exploitation of cinematographic or AV works taxes deducted) ... if >€10m and ≥10 cinematographic works are made available with a window of: ... <22 months after theatrical release in France	
				21%	... ≥ 22 and < 36 months after theatrical release in France	
				15%	... > 36 months after their theatrical release in France	
				Domestic TVOD	15%	... if > €10m
				Domestic Catch-up	3.2%	(only if their income is not included in the resources of the television service they originate from)
		Tax paid and distributed to the Centre National du Cinéma	Domestic + foreign	5.15%	Price paid (excl. VAT) for sales and leasing transactions ... for video recordings.	
	15%			... for works or documents of a pornographic nature or inciting violence		
		CZ	Quota of 10% of European film in catalogue OR Investment in production or rights acquisition of European works	Domestic	1%	Total revenues generated by the service in a reporting period
					Fee paid to the Czech Film Fund	0.5%
		PT	Tax to be paid to Portuguese Institute of Cinema and Audiovisual Media	Domestic + foreign	1%	Amount of the relevant income (if not possible to determine = €1 m) if > €200K annual income and >1% market share

	Financing the writing and development of projects of creative cinematographic and audiovisual works		0.5-4%	Relevant income (calculated based on audiovisual commercial communications and on subscriptions or occasional transactions) if > €200K annual income and >1% market share (if not possible to determine = €4m) (possible decrease by 50% if programme catalogue specific)	
			€0.5-€4	Or per subscriber	
			€10K-4m	Or fixed amount	
			Stages	... if between €200,000-1,999,999 relevant income	
				... if between €2,000,000-9,999,999 relevant income	
				... if between €10,000,000-24,999,999 relevant income	
				... if between €25,000,000-49,999,999 relevant income	
				... if > €50,000,000 relevant income	
			Tax to be declared and paid	4%	Price paid out for advertising (transmitted and in electronic program guides) (based on number of subscriptions with formula)

Frankrijk is de enige EU-lidstaat die doelbewust en waarneembaar buiten de reikwijdte van de AVMSd-definitie van niet-lineaire televisieomroeporganisatie valt. Frankrijk heeft een 'directe investeringsverplichting' voor niet-lineaire televisieomroeporganisaties ('Décret n°2010-1379 du 12 novembre 2010 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande' of het '**SMAD Decreet**').¹¹⁰ Frankrijk heeft de deadline van de transpositie van de AVMSd richtlijn (19 september 2020) niet gehaald en is nog bezig met de *draft*. Ten vroegste 1 juli 2021 zal de nieuwe versie van het SMAD Decreet van kracht gaan. Het is wel al duidelijk dat het aandeel dat niet-lineaire televisieomroeporganisaties zullen moeten bijdragen naar omhoog gaat (20-25%). Ondertussen zijn ze ook bezig met de hervorming van het 'décret TNT', het decreet dat relaties tussen televisieomroepen en audiovisuele productie vastlegt.¹¹¹ Naast de directe investeringsverplichting is er ook een '**Video en VOD Taks**' (Artikel 1609 sexdecies B) die niet-lineaire televisieomroeporganisaties verplicht om bij te dragen aan de productie van Europese audiovisuele en cinematografische werken. Deze taks is ondergebracht in de belastingwetgeving en in 2018 heeft Frankrijk de deze taks uitgebreid zodat ook gratis (bv. YouTube) en buitenlandse spelers (bv. Netflix) worden gecapteerd. De diensten die gecapteerd worden onder de 'Video en VOD Taks' worden in Article 1609 Sexdecies B, 3° beschreven:

¹¹⁰ Légifrance. (2017). Décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande. <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000023038244/>

¹¹¹ Lion, B. (2021). Commission européenne, CSA, Netflix : les avis divergent sur le projet de décret SMAD. <https://www.lesnumeriques.com/vie-du-net/commission-europeenne-csa-netflix-les-avis-divergent-sur-le-projet-de-decret-smad-n162587.html>

“3° De mise à disposition du public en France de services donnant ou permettant l'accès à titre gratuit à des contenus audiovisuels, sur demande individuelle formulée par un procédé de communication électronique. Sont exonérés les services dont les contenus audiovisuels sont secondaires, les services dont l'objet principal est consacré à l'information, ainsi que les services dont l'objet principal est de fournir des informations relatives aux œuvres cinématographiques et audiovisuelles et à leur diffusion auprès du public et d'en assurer la promotion, au moyen notamment d'extraits ou de bandes annonces.”

In **Nederland** is een investeringsverplichting voor niet-lineaire tv-omroepdiensten ook in ontwikkeling. Voorlopig is het voorstel (29/10/2020)¹¹² dat **SVOD diensten 6%** en **AVOD en TVOD 3%** van hun relevante omzet per boekjaar dienen te investeren in een Nederlands cultureel audiovisueel product. Nederland maakt een onderscheid tussen twee categorieën van aanbieders waarvoor verschillende percentages zullen gelden. De eerste categorie zijn de aanbieders die direct verdienen aan het media-aanbod, maar doorgaans niet rechtstreeks investeren in het media-aanbod (bioscoopdiensten, TVOD en AVOD). Voor deze diensten geldt een investeringsverplichting van 3% voor hun in Nederland gegenereerde relevante jaaromzet. De tweede categorie zijn de aanbieders die doorgaans wel rechtstreeks investeren in het media-aanbod. Dit zijn de diensten van de landelijke publieke omroep en aanbieders van SVOD-diensten. Voor deze categorie geldt een investeringsverplichting van 6% voor hun in Nederland gegenereerde jaaromzet. Onderdelen van de relevante jaaromzet zijn: reclame, sponsoring, productplaatsing, abonnementen en omzet uit gebruikerstransacties. Voor bioscoopdiensten telt de omzet uit kaartverkoop, abonnementen en reclame. Er zal een vrijstelling gelden voor diensten die een beperkte omzet hebben: €1 miljoen is het drempelbedrag.

Subsidies voor audioproducties

Het financieren van audiowerken in Vlaanderen verloopt moeizaam. In december 2020 werd de noodzaak omtrent het stimuleren van audioproducties opgenomen in de VRT-beheersovereenkomst. Hierdoor zal de VRT jaarlijks €500.000 beschikbaar stellen ter ondersteuning van Vlaamse audiowerken. Uit onze bevraging werd duidelijk dat Vlaanderen beschikt over getalenteerde audio producenten die moeilijk hun projecten kunnen realiseren. Buurlanden Duitsland en Nederland subsidiëren al ettelijke jaren audioproducties die ook Vlaamse producenten aantrekken. In de onderstaande tabel wordt een kort overzicht weergegeven van enkele buitenlandse fondsen die audiowerken ondersteunen.

Tabel 25: Overzicht financiering audioproducties (dotatie en ondersteunde audiowerken volgens podcast en radio)

Land	Fonds	Dotatie	Podcast	Radio
DE	Film und Medien Stiftung NRW (2019)	€110.000		27
NL	NPO-fonds (2019)	€1.015.175	20	7
IR	BAI (2019)	€1.274.880		185
VK	The BFA Fund	£50.000		

¹¹² Overheid.nl. (2020). Wetsvoorstel investeringsverplichting voor het Nederlands cultureel audiovisueel product. <https://www.internetconsultatie.nl/investeringsverplichting>

Overige maatregelen

De Vlaamse overheid voorziet naast de steunmaatregelen specifiek voor de audiovisuele sector nog andere initiatieven. De meerderheid van de initiatieven zijn leningen en subsidies ter ondersteuning van allerlei sectoren. In de onderstaande tabel geven we een beknopt overzicht van de steunmaatregelen.

Tabel 26: Overzicht overige steunmaatregelen (leningen en subsidies)

Orgaan	Naam	Vorm	Doel
PMV/z	Startlening	lening	achtergestelde lening van maximum €100K voor starters verspreid over 3-10 jaar (3% rente)
PMV/z	Cofinanciering	lening	achtergestelde lening van maximum €350K verspreid over 3-10 jaar voor starters en bestaande kmo's. De lening wordt gecombineerd met een investeringsfonds, bank, etc. die 20% bijdraagt.
Vlaamse overheid	CultuurKrediet	lening	krediet voor bedrijven actief in de culturele sector die geen leningen vastkrijgen van banken voor investeringen of werkingskosten. Met budgetten tussen €5K-100K.
PMV	Impulskrediet, microkrediet voor ondernemers	lening	voor micro-ondernemers die geen toegang hebben tot traditionele leningen
PMV	PMV-bedrijfslening	lening	leningen op lange termijn voor kmo's en grote ondernemingen met bedragen tussen €350K-5M
PMV	PMV-risicokapitaal	leningen	voorziet risicokapitaal voor beloftevolle ondernemingen
Agentschap Innoveren & Ondernemen	KMO-portefeuille: steun voor opleiding en advies	subsidie	subsidies voor opleidingen tot €7.500 (jaarlijks)
Agentschap Innoveren & Ondernemen	KMO-groeisubsidie (strategisch advies/aanwerving bij groeitraject)	subsidie	subsiëring van strategische kennis voor beloftevolle ondernemingen tot €25K
Agentschap Innoveren & Ondernemen	Onderzoeksproject	subsidie	voor het ondersteunen van onderzoeksprojecten (€100K-3M)
Agentschap Innoveren & Ondernemen	Ontwikkelingsproject	subsidie	voor het ondersteunen van innovatieprojecten (€25-3M)
Media Invest	PMV+VRT	Lening Kapitaals-participatie	leningen voor innovatieve mediaprojecten en technologie met budgetten tussen €250K-1M

Overzicht totale publieke steun in Vlaanderen

In dit deel maken we de totale berekening van publieke ondersteuning voor de audiovisuele sector. Belangrijk bij het interpreteren van de data:

- Bij de berekening beperken we ons tot de bedragen die effectief naar creatie gaan. Steun aan distributie, publiekswerking, en allerhande indirecte financiering (bv. medewerkers Mediadesk, werkingskosten VAF, onderzoek naar de audiovisuele sector, opleidingsinitiatieven voor de sector, etc.) worden niet meegerekend.
- We baseren ons voor rapportering VAF en Screen Flanders op cijfers van 2019, omdat die niet beïnvloed zijn door extra maatregelen en impact van COVID-19.

- We vermelden voor Eurimages en Creative Europe zowel minoritair als majoritair Vlaamse producties. Voor Eurimages lijkt de toegekende steun daardoor relatief hoog, maar niet al deze toegekende middelen worden in Vlaanderen geïnvesteerd. De cijfers zijn berekend op basis van toegekende premies in 2019.
- Voor de investeringsverplichting maken we de berekening op basis van data van 2020 omdat daar al buitenlandse spelers zijn meegenomen.
- Voor Tax Shelter Audiovisuele werken nemen we data van 2020.¹¹³ De cijfers omvatten zowel majoritair als minoritair Vlaamse investeringen.
- We nemen ook de VRT uitgaven aan de externe audiovisuele sector mee (onafhankelijke productie + facilitaire spelers). Daar nemen we van de totale uitgave 61,4%, oftewel het aandeel van de overheidsdotatie binnen de totale financiering van de VRT. Bestedingen die VRT doet voor interne productie (nieuws, duiding, soap) nemen we voor deze berekening niet mee omdat de klemtoon ligt op producties gerealiseerd door de onafhankelijke productiesector. Het gaat om cijfers van 2020.

De analyse toont duidelijk dat de Tax Shelter Audiovisuele werken het belangrijkste financiële instrument is ter ondersteuning van de audiovisuele sector. Echter, vooral de samenhang tussen de verschillende maatregelen is cruciaal, bv. steun van de investeringsverplichting of VAF/Mediafonds laten toe dat het budget groter is van een productie, wat op zijn beurt leidt tot een groter % Tax Shelter Audiovisuele werken middelen dat kan worden opgehaald, wat op haar beurt de mogelijkheid van buitenlandse investeerders vergroot, etc.

In totaal vloeit er via de overheid in de vorm van subsidies, indirecte fiscale maatregelen en via de stimuleringsregelingen opgelegd vanuit de overheid **€123 miljoen** naar Vlaamse audiovisuele producties. De middelen van de private lineaire omroepen die op basis van verplichte quota in het Mediadecreet investeren in lokale content van onafhankelijke producenten zijn hier buiten beschouwing gelaten.

Tabel 27: Totale som publieke middelen in audiovisuele productie

Fonds	Niveau	Type steun	Totale som	Jaar
VAF/Filmfonds	Vlaams	Steun aan film Majoritair en minoritaire producties Lang, middellang en kort Fictie, docu en animatie innovatielab	€10.660.000	2019
VAF/Mediafonds	Vlaams	Steun aan reeksen Majoritair en minoritaire producties Fictie, docu en animatie Innovatielab	€6.134.000	2019
Screen Flanders	Vlaams	Steun aan coproducties Fictiefilms/reeksen, documentairefilm/reeksen, animatiefilms/reeksen	€4.400.000	2019
Eurimages	Europa	Majoritair en minoritaire filmprojecten (fictie, docu, animatie)	€ 2.622.000 230.000€ voor majoritair Vlaams	2019
Creative Europe	Europa	Slate funding Steun aan development Steun aan televisieproductie	€1.564.135	2019

¹¹³ C.J.M. (2020). Aanvullende financiering via Taks Shelter Podiumkunsten & Audiovisuele werken. https://www.vlaanderen.be/cjm/sites/default/files/2021-05/taxshelter_evaluatierapport-2020.pdf

Stimuleringsregelingen	Vlaams	Stimuleringsregeling voor dienstenverdelers Simuleringsregeling ('investeringsverplichting') voor niet-lineaire televisieomroeporganisaties	€4.850.000	2020
Tax Shelter Audiovisuele werken	Federaal	Steun aan fictie, documentaire, animatie; kort en lang formaat; majoritair en minoritair Vlaamse producties	€55.383.503	2020
VRT	Vlaams	Vlaamse publieke omroep; ondersteuning onafhankelijke productie via bestedingsverplichting	€37.401.000	2020
Totaal			€123.014.638	

Tabel 28: Benchmark type publieke steunmaatregelen van gelijkaardige markten

Steunmaatregel	Denemarken	Zweden	Ierland	Nederland	Wallonië
Subsidies	X	X	X	X	X
Economisch fondsen/regionale investeringen	X	X			X
Fiscale incentives		X	X	X	X
Stimuleringsverplichting (lineaire) omroepen en dienstenverdelers	X	X	X	X	X
Investeringsverplichting niet-lineaire tv-diensten	X				X

Maatregelen m.b.t. gendergelijkheid, diversiteit en inclusie

Een aantal fondsen in Europa zijn de voorbije jaren al overgegaan tot meer concrete ambities en maatregelen. Voorbeelden van de belangrijkste initiatieven zijn opgenomen in de tabel hieronder. Initiatieven voor gendergelijkheid kennen een iets langere trackrecord. Initiatieven ter bevordering van etnisch-culturele diversiteit zijn pas recenter meegenomen in de discussie rond representatie, gelijkheid en inclusie in de audiovisuele sector. Samengevat gaat het telkens om initiatieven gericht op:

- In kaart brengen van gender en inclusie in de sector
- Rapporteren van fondsen
- Awareness campagnes
- Meldpunten voor seksueel grensoverschrijdend gedrag
- Voorwaarden m.b.t. aantoonbare diversiteit in crews voor het verkrijgen van steun bij fondsen
- Streefcijfers of quota in de aanvragen

Tabel 29: Overzicht diversiteit maatregelen van verschillende fondsen m.b.t. gendergelijkheid

Land	Fonds	Doelstelling	Tools
SE	SFI	50/50 verdeling van kansen en middelen De Zweede sector streeft naar een gelijke verdeling zonder het opleggen van harde quota's. In 2015 werden voor het eerst de steunmaatregelen <i>fiftyfifty</i> verdeeld. Toch is er nog geen sprake van een gelijke audiovisuele sector.	Actieplan Sensibiliseren Visibiliteit
DK	DFI	50/50 verdeling van kansen en middelen	Sensibiliteit Dataverzameling Visibiliteit

		Denemarken zet sterk in op een gendergelijk beleid zonder het opleggen van harde quota's. Ze schenken meer aandacht aan visibiliteit en het publiceren en monitoren van data.	
IE	Screen Ireland	50/50 verdeling van kansen en middelen Ierland streeft naar een gelijke verhouding qua tewerkstelling, representatie en financiële middelen.	Six Point Plan on Gender Equality
UK	BFI	50/50 verdeling van kansen en middelen Het Verenigd Koninkrijk besliste in 2017 het onevenwicht in de sector hardhandig aan te pakken. Door het invoeren van harde quota's is er sprake van een gelijke verhouding.	Rigide richtlijnen
EU	Eurimages	Gender equality strategy 1. Vermijden/eliminieren van genderstereotypen 2. Vermijden/eliminieren van geweld vrouwenmishandeling 3. Garanderen van gelijke kansen 4. Garanderen van een eerlijke participatie binnen het politiek en publieksdebat 5. De rechten van vrouwelijke migranten, vluchtelingen en asielzoekers waarborgen 6. Toewerken naar gelijke kansen in ieder sector, maatregel en regelgeving	Driejaarlijks actieplan Rapportage Visibiliteit
EU	Creative Europe	De Europese instanties creëren aandacht over gendergelijkheid met o.a. het rapporteren van data	Awareness Rapportage

Maatregelen n.a.v. COVID-19

Vanaf de eerste lockdown was het VAF betrokken partij voor het ondersteunen van de audiovisuele sector. De eerste stap was het achterhalen van de noden binnen de sector d.m.v. een bevraging. Daaropvolgend werden in april 2020 de eerste reeks maatregelen uitgerold die de sector voorzagen van extra ademruimte. De sector snakte naar financiële ondersteuning waardoor de budgetten werden vergroot en goedgekeurde projecten onmiddellijk 5% van hun subsidies ontvingen. Daarnaast werden verschillende fiscale initiatieven ingevoerd met o.a. leningen, uitstel van betalingen en werkloosheid ondersteuning. In april (2020) werd extra financiering voorzien door het VAF d.m.v. slate funding waarbij de producent het budget over meerdere projecten kon verdelen. Daaropvolgend werd in juni het Noodfonds geactiveerd waarbij het VAF €6,9 miljoen ontving voor de geleden schade te herstellen. In 2021 werden er nieuwe maatregelen ingevoerd waaronder distributiesteun, en het Garantiefonds waarbij €10 miljoen werd vrijgemaakt voor het herstel van de Vlaamse audiovisuele sector en het digitale transformatieplan.

Tabel 30: COVID-19 steunmaatregelen Vlaanderen

Vorm	Actor	Periode	Doelstelling
Flexibele reglementen	VAF	april 2020	uitstel deadlines aanvragen Flexibele regeling omtrent budgetbesteding Periode waarin steunmaatregelen moeten worden gespendeerd wordt verlengd met zes maanden
Subsidie	VAF	april 2020	producenten krijgen onmiddellijk 5% uitbetaald + grotere bedragen
Ondersteuning Lening uitstel betaling compensatie	Vlaamse overheid	april 2020	compensatie voor bedrijven die inkomsten verliezen mogelijkheid tot leningen werkloosheid ondersteuning uitstel van betalen van elektriciteits-, gas- en waterfactuur Uitstel onroerende voorheffing voor bedrijven

Informatie	Cultuurloket	april 2020	het Cultuurloket is het centraal informatiepunt voor de media-actoren die vragen hebben omtrent de COVID-19 maatregelen
Subsidie	VAF	april 2020	slate funding voor 3-5 projecten
Uitstel	Vlaamse overheid	april 2020	Uitstel van belastingen voor bedrijven.
Subsidie	Vlaamse overheid	juni 2020	het Vlaams Noodfonds Corona stelt €6.9 miljoen beschikbaar voor de audiovisuele sector in samenwerking met het VAF
Subsidie	VAF	februari 2021	het VAF ondersteunt de Vlaamse filmdistributie
Subsidie	Vlaamse overheid	februari 2021	het Garantiefonds stelt €10 miljoen beschikbaar voor de audiovisuele sector in samenwerking met het VAF
Subsidie	Vlaamse overheid	april 2021	10 miljoen euro voor het VAF, eenmalig en te besteden in 2021 en 2022

Ook in andere lidstaten werd de audiovisuele sector zwaar verstoord door o.a. verplichte lockdowns. Hierdoor zien we gelijkaardige steunmaatregelen waaronder subsidies, leningen en uitkeringen de meest voorkomende maatregelen zijn. In de onderstaande tabellen geven we een overzicht van steunmaatregelen in Ierland en Nederland.

Tabel 31: COVID-19 steunmaatregelen Ierland

Soort	Actor	Periode	Doelstelling
Subsidie	Screen Ireland	maart 2020	<ul style="list-style-type: none"> •Screen Ireland zal 90% van leningen op voorhand uitbetalen. •productie en ontwikkelingsleningen worden verlengd tot 31/05. •extra budget voor marketing en promotie (tv en film). •Screen Ireland zal de geplande workshops gratis online aanbieden.
Subsidie	Screen Ireland	april 2020	Screen Skills Ireland Introduces New Screen Stakeholders Funding Scheme: €200K voor scenario sector: coaching, webinars, onderzoek, etc.
Subsidie	Screen Ireland	april 2020	Enhanced Project Development Fund - Writer / Producer / Director Collaboration: €1M subsidie voor unieke projecten. Maximum €40K per aanvraag.
Subsidie	Screen Ireland	april 2020	Strategic Slate Development Fund: extra €2.5-3 miljoen beschikbaar voor film- en televisieproducties
Uitkering	Overheid	april 2020	COVID-19 Pandemic Unemployment Payment: uitkering voor de tijdelijke werkloosheid te ondersteunen.
Uitkering	Overheid	april 2020	Temporary COVID-19 Wage Subsidy Scheme: steun voor het uitbetalen van werknemers.
Lening	SBCI	april 2020	SBCI COVID-19 Working Capital Loan Scheme: leningen voor kleine en middelgrote ondernemingen (€25K- 1.5M) die nood hebben aan cash flow en/of steun.
Subsidie	Overheid	juni 2020	Microfinance Ireland COVID-19 Business Loan: lening van max. 3 jaar voor kleine bedrijven (micro-enterprise) €5K-25K (interest 4,5%-5,5%). (Staat 80% garant)
Subsidie	Screen Ireland	juni 2020	Enhanced Investment in Screenplay and Spotlight Development Schemes to support screenwriters: extra budget voor het screenplay Development en Spotlight Schemes (€100K).
Subsidie	Screen Ireland	juni 2020	New €1 Million COVID-19 Production Fund
Subsidie	Overheid	oktober 2020	Screen Ireland ontvangt in 2021 52% extra inkomsten = €26.2 miljoen

Tabel 32: COVID-19 steunmaatregelen Nederland

Soort	Actor	Periode	Doelstelling
Lening	Overheid	maart 2020	BMKB-regeling: Het MKB staat borg voor ondernemers. Ook wordt het borgstellingskrediet verhoogd van 50% naar 75% waardoor de banken meer krediet kunnen lenen. (Staat = 90% garant)
Lening	Overheid	maart 2020	Garantie Ondernemersfinanciering (GO-C): Banken stellen krediet beschikbaar voor bedrijven met liquiditeitstekorten. Leningen tussen €1.5 – 150 miljoen met een maximum looptijd van 6 jaar. (Staat 80% garant)
Uitkering	Overheid	maart 2020	Tijdelijke Noodmaatregel Overbrugging voor Werkgelegenheid (NOW): steun voor het uitbetalen en dienst houden van werknemers.
Subsidie	NFF	maart 2020	<ul style="list-style-type: none"> •extra budget voor marketing en distributie van film, televisie en documentaire (€10K-25K). •extra budget voor ter ondersteuning van onverwachte (pre) productiekosten (€25-75K). •vervroegde uitbetaling door het fonds.
Subsidie	NFF en Netflix	april 2020	NFF en Netflix ontwikkelen een steunfonds voor de werknemers actief in de audiovisuele sector. Netflix stelt €1 miljoen beschikbaar
Subsidie	Overheid	april 2020	Overheid voorziet €300 miljoen extra budget voor de Cultuursector. <ul style="list-style-type: none"> -€30 miljoen voor Cultuur Opstart Lening. -€3.5 miljoen voor bioscopen via Filmfonds -€5 miljoen voor filmproducenten via Filmfonds -€10 miljoen Steunfonds Rechtensector
Uitstel	Overheid	mei 2020	Bedrijven actief in de cultuur/creatieve sector kunnen 3 maanden uitstel van belastingen aanvragen.
Subsidie	NFF	juni 2020	<ul style="list-style-type: none"> •pandemic guarantee scheme: ondersteunen van onverwachte productiekosten voor projecten die al steun ontvingen van het fonds. •lockdown Cinema: ondersteunen van filmproducties actief tijdens de pandemie. (max. €500K per productie) •Film Fast Forward: steunmaatregelen voor de ontwikkeling en onderzoek van nieuwe projecten.

Samenvatting en lessons learned

Tabel 33: Highlights Hoofdstuk 3

Highlights
<ul style="list-style-type: none"> • Fondsen oriënteren zich steeds meer naar tv-fictie of nieuwe vormen van productie zoals web-series/short format-content of videogames. Ze richten zich niet alleen tot de ondersteuning van productie/creatie, maar ook naar talentontwikkeling, duurzaam filmen, promotie, publiekswerking ('audience development') en kennisopbouw. Bovendien wordt de economische dimensie (de rol als hefboom voor de lokale productiesector) sterker beklemtoond. Die accentverschuiving ligt in lijn met de toevoeging van diverse economische fondsen en fiscale maatregelen (zoals de Tax Shelter Audiovisuele werken of Screen Flanders) aan het portfolio steunmaatregelen van beleidsmakers, zoals hierboven beschreven op Europees niveau. • VAF/Filmfonds had een dotatie van €17.795.000 in 2019, waarvan €10.660.000 (59,7%) naar Steun aan Creatie, €825.000 (4,6%) aan Promotie & Communicatie, €600.000 (3,4%) aan Talentontwikkeling, €4.029.000 (22,5%) aan Publiekswerking, €1.700.000 (9,6%) aan Werkingskosten en €45.000 (0,3%) aan Promotie Screen

Flanders. De uitgegeven subsidies van het Deens filmfonds (DFI) in 2019 bedragen 2,4 keer meer dan die van VAF/Filmfonds. Ook het Duitse (FFF-Bayern, regionaal), Noorse (Norsk Filminstitut) en het Finse (Finnish Film Foundation) filmfonds hebben elk een hoger budget dan VAF/Filmfonds. Echter, het budget van het Litouws filmfonds (LFC/LKC) en van het Kroaats filmfonds (HAVC) zijn minder dan dat van het VAF/Filmfonds.

- Screen Flanders is een economisch hefboom fonds dat jaarlijks €3.5 miljoen voorziet ter ondersteuning van de Vlaamse audiovisuele sector. Het fonds is toegankelijk voor zowel Belgische als internationale producenten. Echter, ligt de klemtoon op het aantrekken van buitenlandse producenten. Screen Flanders heeft zijn middelen zien reduceren van €4,5 miljoen (2016) naar €3,5 miljoen (2020) in de laatste 5 jaar, terwijl de economische fondsen in Wallonië en Brussel een min of meer tegenovergestelde beweging gemaakt hebben. In vergelijking met de andere regionale fondsen heeft Screen Flanders in 2019 het minst aantal projecten ondersteund. Screen Brussels heeft 31 projecten ondersteund, Wallimage 41, en Screen Flanders 29. Screen Flanders had een hefboom van 7,93 in 2019, tegenover 11.79 bij Screen Brussels en 5,72 bij Wallimage.
- Het VAF/Mediafonds had een dotatie van €6.014.000 in 2019, waarvan €1.300.000 naar high-end projecten, €800.000 naar domestic projecten, €800.000 naar eigenzinnige projecten, €500.000 voor experimentele projecten en €500.000 voor kinder- en jeugd projecten is gegaan.
- De in 2018 herziene richtlijn Audiovisuele Mediadiensten laat de mogelijkheid aan lidstaten om investeringsverplichtingen te heffen op on-demand audiovisuele mediadiensten (bij ons gecategoriseerd als 'niet-lineaire televisieomroeporganisaties'). De investeringsverplichtingen kaderen in wezen in het principe van *participatieve financiering* of *autofinanciering*. Bedoeling is dat iedereen die inkomsten haalt uit de exploitatie van audiovisuele content bijdraagt tot de productie ervan. Ook in andere landen, o.m. Nederland, formuleren overheidsactoren en industrieën investeringsverplichtingen als antwoord op de druk op financiering van audiovisuele producties. Ondertussen ontwerpen diverse Europese lidstaten (Cyprus, Denemarken, Ierland, Nederland en Roemenië) in sneltempo hun versie van een investeringsverplichting voor on-demand audiovisuele mediadiensten. In December 2020 heeft Frankrijk aangekondigd dat het percentage van zijn directe investeringsverplichting voor niet-lineaire televisieomroeporganisaties zal verhogen naar 20-25%. Deze verhoging zou ten vroegste vanaf 1 juli 2021 ingaan.¹¹⁴ In Nederland is een investeringsverplichting voor niet-lineaire televisieomroepdiensten ook in ontwikkeling. Voorlopig is het voorstel (29/10/2020)¹¹⁵ dat SVOD diensten 6% en AVOD en TVOD 3% van hun relevante omzet per boekjaar dienen te investeren aan het Nederlands cultureel audiovisueel product.
- Het financieren van audiowerken in Vlaanderen verloopt moeizaam. VRT moet jaarlijks €500.000 beschikbaar stellen ter ondersteuning van Vlaamse audiowerken.

¹¹⁴ 20 Minutes. (2020). Netflix et Amazon devront investir 20 à 25% de leur chiffre d'affaires dans la création française'. <https://www.20minutes.fr/arts-stars/culture/2937783-20201222-netflix-amazon-devront-investir-20-25-chiffre-affaires-creation-francaise>; Keslassy, E. (2020). France leading charge with EU Directive to get streamers to invest in local content. <https://variety.com/2020/film/global/eu-directive-streamers-local-content-netflix-amazon-france-1234839918/>

¹¹⁵ Overheid.nl. (2020). Wetsvoorstel investeringsverplichting voor het Nederlands cultureel audiovisueel product. <https://www.internetconsultatie.nl/investeringsverplichting>

De Nederlandse en Ierse publieke omroepen stellen ieder meer middelen ter beschikking voor audiowerken dan VRT.

- In totaal vloeit er via de overheid in de vorm van subsidies, indirecte fiscale maatregelen en investeringsverplichtingen vanuit de overheid €123 miljoen naar Vlaamse audiovisuele producties.
- Een aantal fondsen zijn de voorbije jaren al overgegaan tot meer concrete ambities en maatregelen m.b.t. gendergelijkheid en inclusie. Deze initiatieven zijn gericht op: in kaart brengen van gender en inclusie in de sector, rapporteren van fondsen, awareness campagnes, meldpunten voor seksueel grensoverschrijdend gedrag, voorwaarden m.b.t. aantoonbare diversiteit in crews voor het verkrijgen van steun bij fondsen en streefcijfers of quota in de aanvragen.
- Vlaanderen nam kordate maatregelen m.b.t. COVID-19-crisis: de budgetten werden vergroot en goedgekeurde projecten ontvingen onmiddellijk 5% van hun subsidies. Daarnaast werden verschillende fiscale initiatieven ingevoerd met o.a. leningen, uitstel van betalingen en werkloosheid ondersteuning. In april (2020) werd extra financiering voorzien door het VAF d.m.v. slate funding waarbij de producent het budget over meerdere projecten kon verdelen. Daaropvolgend werd in juni het Noodfonds geactiveerd waarbij het VAF €6,9 miljoen ontving ter bevordering van de Vlaamse sector. In 2021 werden er nieuwe maatregelen ingevoerd waaronder distributiesteun, en het Garantiefonds waarbij €10 miljoen werd vrijgemaakt voor het herstel van de Vlaamse audiovisuele sector. Als onderdeel van het relanceplan Vlaamse veerkracht werden extra middelen toegekend aan het VAF.

Hoofdstuk 4

Evaluatie steunmaatregelen audiovisueel beleid

Inleiding

Het VAF is één van de belangrijke spelers voor de Vlaamse audiovisuele sector. Door de steun van het VAF worden jaarlijks talrijke producties gerealiseerd die de Vlaamse cultuur representeren. In 2010 werd de werking van het VAF uitgebreid door de oprichting van het VAF/Mediafonds ter ondersteuning van Vlaamse high-end fictie markt. Het VAF/Gamefonds was in 2012 het derde luik dat werd toegevoegd aan het VAF. Ieder fonds beschikt over een eigen budget bepaald door de vierjaarlijkse beheersovereenkomst. De premies worden toegekend door onpartijdige commissies bestaande uit vakexperts. In commissierondes buigen de experts zich over de verschillende aanvragen, waar enkel projecten met het oog op kwaliteit worden geselecteerd. Het criterium kwaliteit wordt door het VAF breder beschouwd dan louter economisch rendement. Kwaliteit uit zich evenzeer in artistiek, unieke of uitdagende projecten met minder commerciële slaagkansen. Publiekspotentieel wordt eveneens meegenomen in de beoordeling van het VAF.

Dit hoofdstuk presenteert een evaluatie van de belangrijkste steunmaatregelen in de audiovisuele sector. De klemtoon in dit hoofdstuk ligt in de eerste plaats op het VAF in het algemeen, het VAF/Filmfonds en VAF/Mediafonds en een evaluatie van de investeringsverplichtingen voor dienstenverdelers en niet-lineaire omroeporganisaties. De analyse van overige maatregelen blijft daardoor een stuk beperkter. Binnen de analyse van VAF werd geen gedetailleerde analyse gemaakt van de middelen van publiekswerking. Wel werd publiekswerking meegenomen in de interviews met VAF en betrokken stakeholders. Vervolgens werd ook een gedetailleerde analyse van Screen Flanders gemaakt. Tot slot werd een beknopte analyse van de Vlaamse gesteunde projecten binnen Europese ondersteuningsmechanismen (Creative Europe MEDIA en Eurimages) gemaakt.

Input voor dit hoofdstuk is afkomstig van een analyse van ingediende en goedgekeurde projecten bij het VAF en gesprekken met 45 stakeholders uit de brede audiovisuele sector. Dit hoofdstuk is met andere woorden een beknopte weergave van een erg uitgebreide interviewronde, en beperkt zich voor de leesbaarheid van dit rapport tot de belangrijkste punten. Gezien de beperkingen ingegeven door COVID-19, werden interviews via een digitale tool georganiseerd. Interviews volgen de structuur van semi-gestructureerde kwalitatieve interviews. Er werd vertrokken vanuit een vaste topiclijst, maar vragen werden telkens aangepast naargelang de behoeften en de aard van de stakeholder. Interviews werden opgenomen maar niet volledig getranscribeerd. Elke betrokken expert werd vertrouwelijkheid gegarandeerd. Voor de aanvang van elk interview werd per mail een *informed consent* doorgestuurd naar de geïnterviewde. Elke geïnterviewde gaf vervolgens schriftelijk zijn/haar akkoord via mail of mondeling voor de aanvang van het interview. Dit *informed consent* bevat voornamelijk informatie over: de doelstelling van het onderzoek, de wijze waarop de onderzoekers omgaan met de verkregen informatie (verwerking) en wat de rechten zijn van de geïnterviewde (bv. recht op toegang tot of verwijdering van persoonsgegevens). De betrokken onderzoekers beschikken over uitvoerige ervaring in het afnemen van expertinterviews en sterke affiniteit met de audiovisuele sector. In de bijlagen is een lijst opgenomen van betrokken experts. Elk interview had een duurtijd van gemiddeld 2 uur.

VAF/Filmfonds

VAF/Filmfonds: analyse steunaanvragen

We kijken achtereenvolgens naar (i) verdeling steunaanvragen; (ii) verdeling budget; (iii) spreiding spelers. Belangrijke opmerkingen i.v.m. de analyse van de steunaanvragen onder het VAF/Filmfonds:

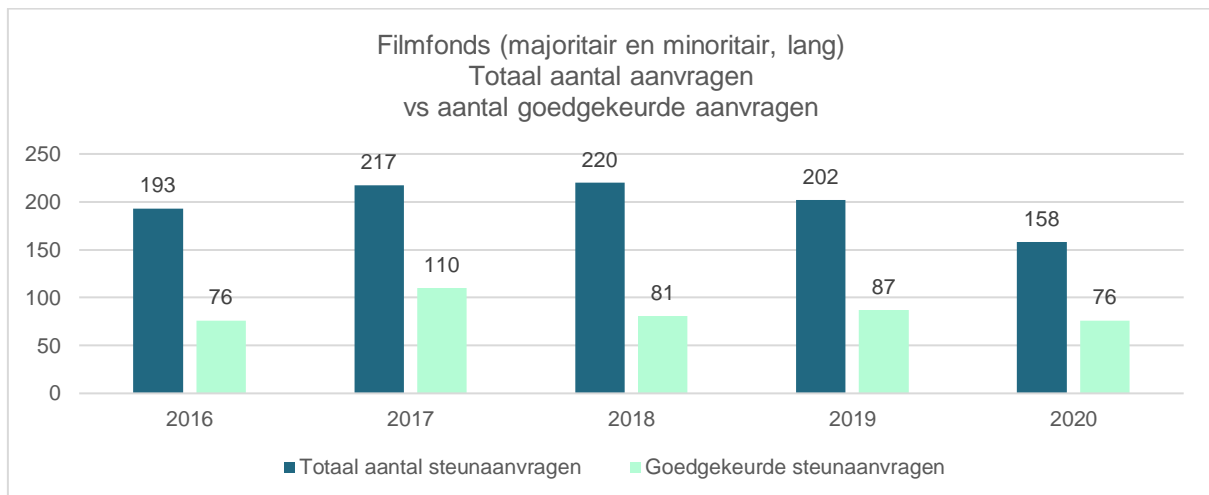
- We analyseren de steunaanvragen voor de majoritaire en minoritaire, exclusief de door fondsen geselecteerde CCA- en NFF- projecten. Indien we enkel naar steunaanvragen voor majoritaire projecten kijken, dan wordt dit aangeven;
- We analyseren enkel de categorieën: fictie, documentaire, animatie en FilmLab;

- We analyseren enkel de aanvragen voor: scenariosteun, ontwikkelingssteun, productiesteun en productiesteun na opstart opnames;
- We analyseren alleen de projecten van lang formaat (dus projecten van een kort en middellang formaat zijn buiten beschouwing gelaten);
- De analyses coveren de periode 2016-2020.

Verdeling steunaanvragen

Tussen 2016 en 2019 werden jaarlijks gemiddeld 208 aanvragen ingediend voor steun bij het VAF/Filmfonds. 2020 werd niet in dat gemiddelde meegenomen door de merkkelijk lagere aantal aanvragen (158) als gevolg van COVID-19. Het aantal goedgekeurde steunaanvragen van het VAF/Filmfonds voor creatie bedraagt gemiddeld 86, over alle categorieën (animatie, documentaire en fictie) en voor de projecten van lang formaat (majoritair en minoritair Vlaamse projecten, exclusief minoritaire CCA en NFF-projecten). **Oftewel: gemiddeld wordt 42,5% van alle ingediende steunaanvragen goedgekeurd.**

Het aantal ingediende aanvragen kende een stijging tussen 2016 en 2017 maar deze stabiliseerde in de jaren die daarop volgden. Het gemiddeld aantal projecten (dus niet premies, want één project kan meerdere premies aanvragen naargelang de fase van productie) bedroeg 80 tussen 2016 en 2020.

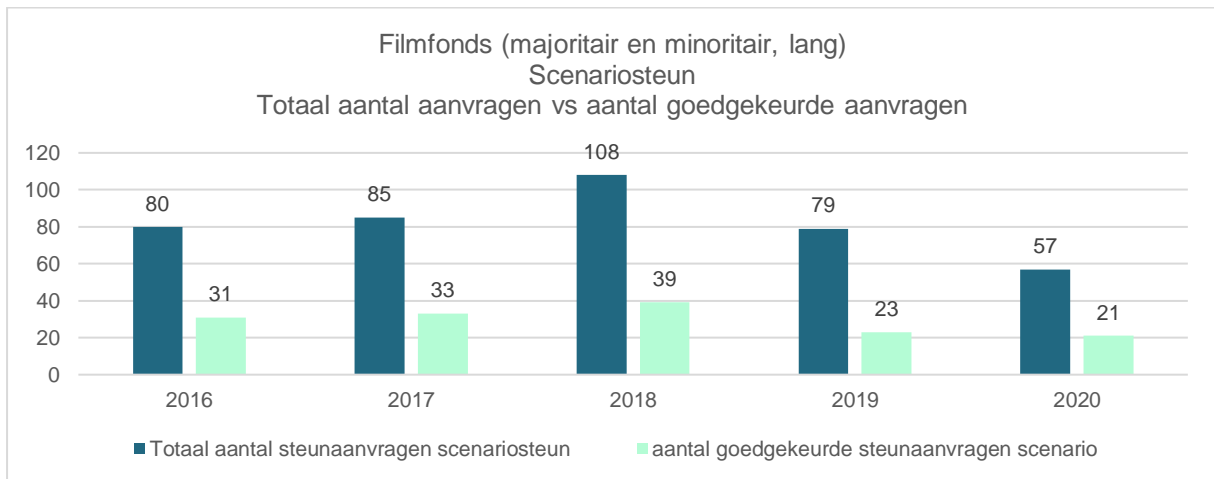


Figuur 68: VAF/Filmfonds – Verdeling goedgekeurde vs totale aanvragen (2016-2020) (VAF)

Er tekenen zich wel duidelijk verschillen in het aandeel goedgekeurde versus ingediende projecten tussen de steuncategorieën. In de **scenariofase** vindt de grootste cut-off plaats. Het aandeel goedgekeurde projecten bedraagt hier gemiddeld 36% tussen 2016 en 2020. Voor fictie alleen bedroeg de slaagkans gemiddeld 34% over de laatste vijf jaar voor scenariosteun. Voor **ontwikkelingssteun** over alle categorieën is het gemiddelde 54% en voor **productiesteun** 53%. Projecten die genieten van ontwikkelingssteun stromen in de meeste gevallen ook door naar productiesteun. De slaagkans voor projecten die indienden voor productiesteun na opstart was een stuk beperkter: gemiddeld 35%.

Tabel 34: VAF/Filmfonds – Verdeling totale aanvragen vs goedgekeurde aanvragen (2016-2020) (VAF)

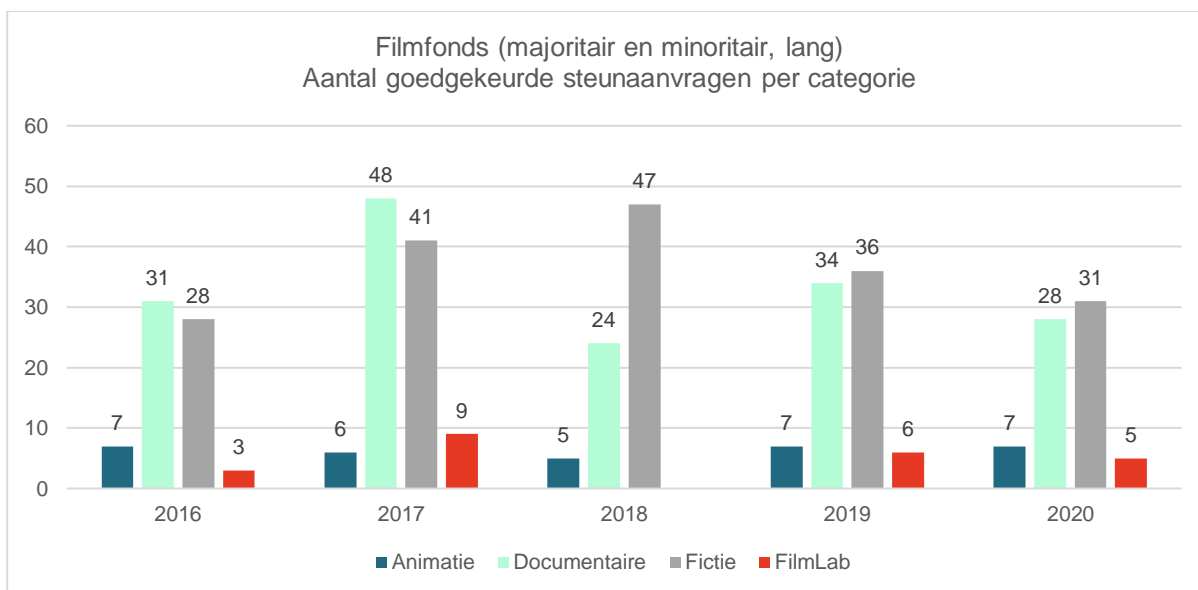
	Scenario		Ontwikkeling		Productie	
	Ingediend	Goedgekeurd	Ingediend	Goedgekeurd	Ingediend	Goedgekeurd
2016	80	31	22	13	49	15
2017	85	33	38	20	41	31
2018	108	39	17	5	41	19
2019	79	23	28	19	46	28
2020	57	21	30	19	59	31



Figuur 69: VAF/Filmfonds – Verhouding totale aanvragen vs goedgekeurde aanvragen (2016-2020) (VAF)

Een analyse van de verdeling per categorie leert ons dat **fictie het grootste aantal toegekende projecten** kent, met gemiddeld 36 goedgekeurde aanvragen per jaar, nipt gevolgd door documentaire met gemiddeld 33 goedgekeurde aanvragen. Animatieprojecten zijn een stuk beperkter en schommelen rond de 6 goedgekeurde aanvragen per jaar. De meeste daarvan zijn coproductieprojecten met een minderheidsaandeel voor Vlaanderen.

Voor FilmLab gaat het eveneens om gemiddeld 6 goedgekeurde premies per jaar. Het aantal goedkeuringen voor fictie kent een stijgend verloop tot 2018 en daalt daarna weer. Voor documentaire was 2017 een uitzonderlijk jaar met 48 goedgekeurde aanvragen. De jaren daarop schommelt het aantal goedkeuringen tussen 24 en 34.



Figuur 70: VAF/Filmfonds – Goedgekeurde aanvragen per categorie (2016-2020) (VAF)

Tabel 35: VAF/Filmfonds – Goedgekeurde aanvragen (maj/min, excl. NFF en CCA, lang) (VAF)

% goedgekeurde aanvragen (maj, lang, alle typen steun)	Animatie	Documentaire	Fictie	FilmLab	% per jaar
2016	54%	45%	33%	27%	39%
2017	75%	56%	46%	41%	51%
2018	50%	34%	38%	0%	36%
2019	78%	47%	38%	40%	43%
2020	78%	39%	53%	56%	48%
% per categorie	65%	45%	40%	37%	43%

Het percentage goedgekeurde projecten (slaagkans) is het hoogst bij animatie. Dit komt omdat het gaat om een beperkter aantal projecten waarvan de meeste coproductieprojecten zijn en de steunhoogte voor het Vlaams aandeel (en daarmee ook het risico) dus ook een stuk beperkter is.

Verdeling budgetten

De toekenning van de budgetten is uiteraard sterk samenhangend met het beschikbare budget van het VAF via de dotatie van de Vlaamse overheid, het aantal gesteunde projecten en de steunhoogte van de projecten.

Tabel 36: VAF/Filmfonds – Totaal toegekende steun - Fictie (maj/min, excl. NFF en CCA, lang) (2016-2020) (VAF)

Toegekende steun Fictie (maj/min, excl. NFF en CCA, lang) (in €)	2016	2017	2018	2019	2020	Totaal
Ontwikkelingssteun					455.000	455.000
Productiesteun		3.765.000	2.912.500	5.827.500	4.932.250	17.437.250
Productiesteun na start opnames		163.449		150.000	20.000	333.449
Scenariosteun	143.750	156.500	399.000	138.000	120.000	957.250
Eindtotaal	143.750	4.084.949	3.311.500	6.115.500	5.527.250	19.182.949

Tabel 37: VAF/Filmfonds – Totaal toegekende steun – Documentaire (maj/min, excl. NFF en CCA, lang) (2016-2020) (VAF)

Toegekende steun Documentaire (maj/min, excl. NFF en CCA, lang) (in €)	2016	2017	2018	2019	2020	Totaal
Ontwikkelingssteun	190.000	415.000	160.000	367.500	210.000	1.342.500
Productiesteun	907.500	1.200.000	707.000	947.500	1.033.225	4.795.225
Productiesteun na start opnames	25.000		25.000	25.000		75.000
Scenariosteun	105.000	127.500	57.500	112.500	112.500	515.000
Eindtotaal	1.227.500	1.742.500	949.500	1.452.500	1.355.725	6.727.725

Tabel 38: VAF/Filmfonds – Totaal toegekende steun – Animatie (maj/min, excl. NFF en CCA, lang) (2016-2020) (VAF)

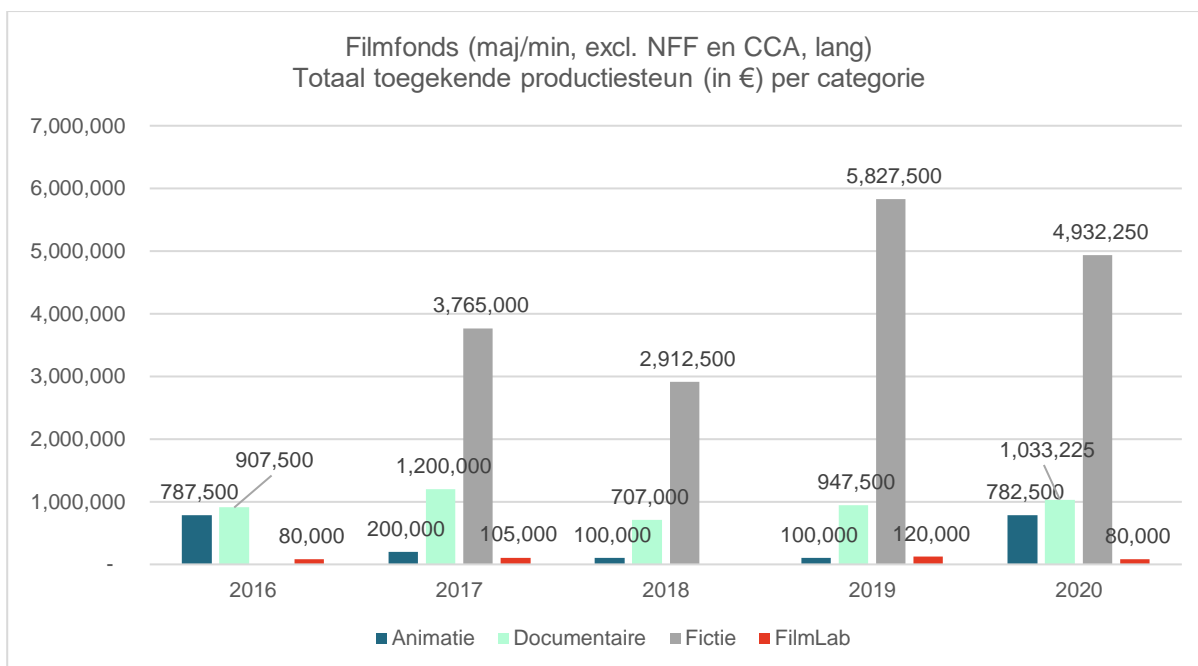
Toegekende steun Animatie (maj/min, excl. NFF en CCA, lang) (in €)	2016	2017	2018	2019	2020	Totaal
Ontwikkelingssteun	200.000	200.000		400.000		800.000
Productiesteun	787.500	200.000	100.000	100.000	782.500	1.970.000
Productiesteun na start opnames		100.000	175.000		105.000	380.000
Scenariosteun	52.500	17.500	40.000	48.000		158.000
Eindtotaal	1.040.000	517.500	315.000	548.000	887.500	3.308.000

Tabel 39: VAF/Filmfonds – Totaal toegekende steun – FilmLab (maj/min, excl. NFF en CCA, lang) (2016-2020) (VAF)

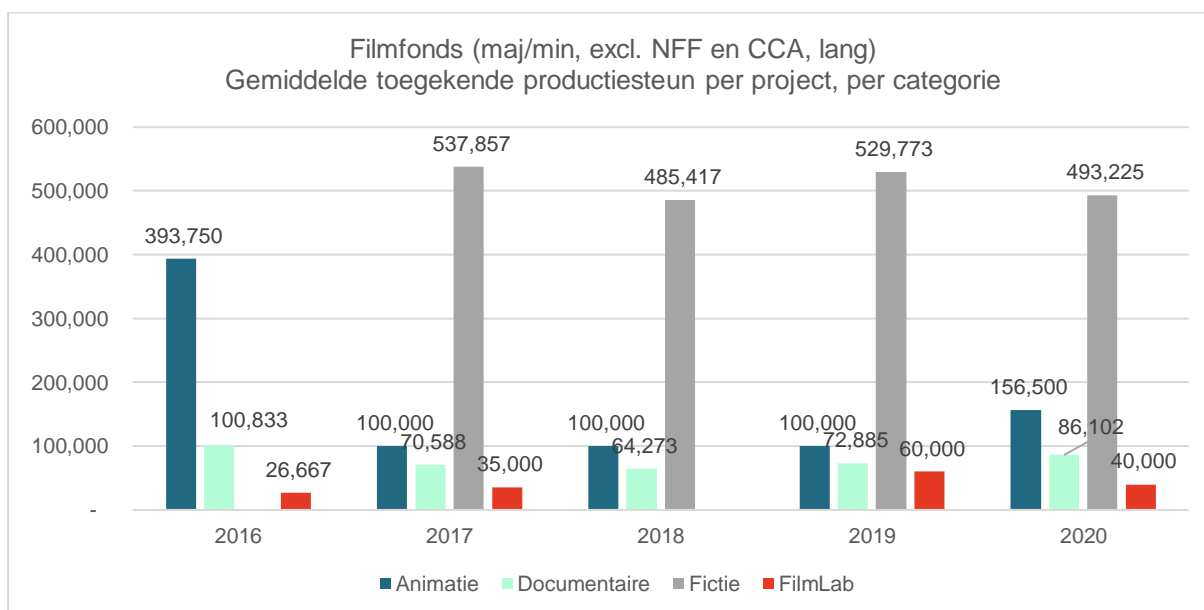
Toegekende steun FilmLab (maj/min, excl. NFF en CCA, lang) (in €)	2016	2017	2018	2019	2020	Totaal
Ontwikkelingssteun		20.000	0	28.710	20.000	68.710
Productiesteun	80.000	105.000	0	120.000	80.000	385.000
Productiesteun na start opnames		90.000	0	20.000	30.000	140.000
Scenariosteun		7.500	0	12.500	12.500	32.500
Eindtotaal	80.000	222.500	0	181.210	142.500	626.210

Isoleren we enkel productiesteun van de totale toegekende steun van het VAF/Filmfonds (omdat productiesteun de hoogste premies geniet), dan valt duidelijk het verschil op tussen de toekenningen voor fictie ten opzichte van de andere categorieën.

Verschillen tussen de sommen per jaar zijn te verklaren door 1 of 2 projecten meer of minder te steunen in dat jaar. Voor documentaire schommelen toegekende sommen productiesteun tussen de €0,5M en €1,2M. Voor animatie zijn de budgetten vrij laag omdat het én om erg weinig producties gaat, én lagere premies doordat de projecten voornamelijk minoritair Vlaams zijn. Voor FilmLab was er zelfs niet in elk jaar een project dat productiesteun kreeg (door het beperkter aantal projecten). Voor fictie schommelt de totaalsom productiesteun tussen de €3M en €6M. We zien wel een merkelijke stijging van de toegekende sommen productiesteun in 2019 en 2020 ten opzichte van vorige jaren, van €2,9M toegekende steun voor fictie in 2017 naar €5,8M in 2019.



Figuur 71: VAF/Filmfonds – Totaal toegekende productiesteun per jaar (2016-2020) (VAF)



Figuur 72: VAF/Filmfonds – Gemiddelde toegekende productiesteun per project, per categorie (2016-2020) (VAF)

De **gemiddelde toegekende productiesteun** over alle projecten heen blijft voor documentaire en FilmLab projecten relatief gelijkaardig. Vooral opvallend is dat de premies voor documentaire-producties, waarvan een aantal ook bioscooprelease krijgen, toch merkkelijk lager liggen dan voor feature film, wat mogelijks ook de *production value* van die films kan beperken. Voor animatie zijn de toegekende premies voor majoritair Vlaamse projecten erg beperkt; er zijn niet elk jaar projecten ingediend voor majoritaire steun gezien de enorme kost voor het produceren van animatie. Voor fictie gaat het in principe om een zes tot achtal fictiefilms. Daar schommelen de gemiddelden rond de €0,5M. 2020 werd niet meegenomen in de berekening omdat daar het gemiddelde sterk naar beneden getrokken werd als gevolg van één project (zie hieronder).

Bovendien is er diversiteit van toegekende steun tussen de projecten best groot, afhankelijk van het type film dat ingediend wordt. In 2020 besliste het VAF om premies fictie te verdelen volgens nieuwe categorieën, met een duidelijke verdeling tussen meer experimentele, kleinere projecten en de projecten met groot publiekspotentieel. Dit creëert duidelijkere verschillen in de steunhoogtes, maar het valt af te wachten wat dit betekent voor het gemiddelde per jaar. Teneinde een duidelijk beeld te geven, zijn alle toegekende productiepremie's opgesomd in onderstaande tabel, inclusief de ene productie waarvoor €50.000 werd toegekend. Samengeteld met scenario en ontwikkelingssteun gaan projecten dus niet boven de €800.000 toegekende steun. Als gevolg van COVID-19-re lance maatregelen worden vanaf 2021 extra middelen toegekend voor productiesteun. Gezien de moeilijkere financiering van feature film, ook films met groot publiekspotentieel, valt het te overwegen deze hogere premies voor kwaliteitsfilm met groot publiekspotentieel te behouden. De tabel toont ten slotte ook een verhoging van het aantal gesteunde projecten vanaf 2019.

Tabel 40: VAF/Filmfonds – Toegekende productiesteun per titel (Fictie) (2016-2020) (VAF)

Jaar	Aanvraag (titel)	Toegekende productiesteun Fictie (maj/min, excl. NFF en CCA, lang)
2017	Ascension day	491.000
	Cleo	506.500
	Coureur	492.500
	Engel	595.000
	Niet schieten	597.500
	Patser	582.500
	Under my skin	500.000
2018	All of Us	595.000
	De Patrick	482.500
	Muidhond	582.500
	The barefoot emperor	585.000
	Wees blij dat het regent	592.500
	Yummy	75.000
2019	Baghdad messi	477.500
	Cool abdoul	477.500
	Fortress	580.000
	Het smelt	490.000
	L'Inconnu(e)	577.500
	La civil	520.000
	Rebel	582.500
	Red sandra	590.000
	Ritueel	577.500
	The Age of Magic	477.500
True biker	477.500	
2020	Aller/retour	607.500
	Dealer	477.500
	Dust	585.000
	Four brothers	50.000
	J'aime la vie	477.500
	Skunk	350.000
	Stille nacht	606.500
	The chapel	593.250
	The silent treatment	607.500
Zillion	577.500	
Eindtotaal		17.437.250

Spreiding spelers (diversiteit productiehuizen)

Hieronder vermelden we de spreiding van het aantal producenten over de toegekende steunaanvragen, dus niet over het aantal goedgekeurde projecten, op basis van data aangereikt door het Vlaams Audiovisueel Fonds. Van een beperkt aantal projecten werd geen producent opgesomd, in dat geval werd het huis niet meegenomen in onderstaande telling.

In totaal genoten 42 unieke productiehuizen fictiesteun van het VAF/Filmfonds, voor een totaal van 183 goedgekeurde aanvragen. De top 5 wordt ingenomen door Eyeworks, Savage, Minds Meet, Lunanime en A Team. Eyeworks nam ook het grootste aandeel in bij de toegekende aanvragen voor

VAF/Mediafonds en focust zich als één van de grootste Vlaamse producenten zowel op het vlak van feature film als tv-reeksen. Savage Film, Minds Meet, Lunanime en A Team zijn voornamelijk gespecialiseerd in feature film-producties.

Tabel 41: VAF/Filmfonds – Spreiding filmproducenten (2016-2020) (VAF)

FICTIE FEATURE			
Productiehuis	Aantal toegekende premies (2016-2020)	Productiehuis	Aantal toegekende premies (2016-2020)
Eyeworks Film & TV Drama	16	Accattonne films	2
Savage Film	14	Fobic Films	2
Minds Meet	15	LOOK@LEO	2
Lunanime	12	Inti Films	2
A team productions	12	Zapomatik	1
Czar Film & TV	12	Borgerhoff & Lamberigts TV	1
Caviar	10	Las Belgas	1
Prime Time	8	CARTOUCHE	1
A Private View	7	Vivi Film	1
Potemkino	7	Panenka	1
Menuet	5	Ciné Cri de Coeur	1
Menuetto	4	Cassette for timescapes	1
FBO	4	Serendipity Films	1
Skyline Entertainment	4	Pollock & Bacon en Lecter	1
Bo Films	4	EarlyBirds Films	2
W2	3	Gust Van den Berghe	1
De Wereldvrede	2	House By The Railroad	1
De Mensen	2	Zonderling	1
TOREADOR	2	Crazy Horses	1
Quetzalcoatl	2	Koekentroef	1
Polar Bear	2	Onbekend	9
Bulletproof Cupid	2	42 unieke productiehuizen	183 premies

In totaal genoten 40 unieke productiehuizen documentairesteun van het VAF/Filmfonds, voor een totaal van 166 goedgekeurde aanvragen. Met uitzondering van Savage Film, omvat de top 5 vooral projecten van productiehuizen die zich bijna uitsluitend specialiseren in documentaire. De meeste van onderstaande opgesomde producenten specialiseren zich voornamelijk in documentaire.

Tabel 42: VAF/Filmfonds – Spreiding documentaireproducenten (2016-2020) (VAF)

DOCUMENTAIRE			
Productiehuis	Aantal toegekende premies (2016-2020)	Productiehuis	Aantal toegekende premies (2016-2020)
Cassette for timescapes	15	Caviar Antwerp	2
Savage Film	12	Mountain View	2
Clin d'oeil films	12	Inti Producties	2
Diplodokus b.v.b.a	10	Bulletproof Cupid	1,5
Associate Directors	10	Intifilms	1

Visualantics Productions	7	NOXVILLE	1
Las Belgas	7	True Blue vzw	1
Off World	6	NYX film	1
Storyhouse	6,5	Auguste Orts	1
Minds Meet	5	Picoux Productions	1
Limerick Films	5	Transatlantic Film Productions	1
Accattone films	4	Poolhert Productions	1
ZON*DER_LING	4	BVBA VALS PLAT	1
Inti Films	3	Quetzalcoatl	1
Menuetto	3	Milagro nv	1
Sophimages	3	Balthasar	1
Lionheart Productions	2	Aminata Productions	1
Escautville	2	Serendipity Films	1
Jeepster	2	Bekke Films	1
Animal Tank	2	<i>Onbekend</i>	21
Wild Heart Productions	2	40 unieke productiehuizen	166 premies

De spreiding van animatie is het kleinst, wat ook het gevolg is van het beduidend aantal minder goedgekeurde aanvragen uitgereikt voor deze categorie. In totaal genoten minstens 13 unieke productiehuizen animatiesteun van het VAF/Filmfonds, voor een totaal van 32 goedgekeurde aanvragen.

Tabel 43: VAF/Filmfonds – Spreiding animatieproducenten (2016-2020) (VAF)

ANIMATIE			
Productiehuis	Aantal premies (2016-2020)	Productiehuis	Aantal toegekende premies (2016-2020)
TONDO	5	Potemkino	2
Walking the Dog	4	CineVenture	1
Hamlet	3	Lunanime	1
Fabrique Fantastique	3	S.O.I.L.	1
MOVI3D	3	Stacka	1
Grid Animation	2	<i>Onbekend</i>	2
Minds Meet	2	13 unieke productiehuizen	32 premies
Vivi Film	2		

In het totaal genoten minstens 14 unieke productiehuizen FilmLab-steun voor een totaal van 23 premies.

Tabel 44: VAF/Filmfonds – Spreiding FilmLab (2016-2020) (VAF)

FILMLAB			
Productiehuis	Aantal premies (2016-2020)	Productiehuis	Aantal toegekende premies (2016-2020)
Auguste Orts	4	Czar Film & TV	1
Escautville	4	Blauwhuis	1
Mountain View	2	Sophimages	1
Dagvorm Films	2	Associate Directors	1
TRIPOT vzw	1	Argos vzw Centre for Art and Media	1
Inti Films	1	Harald House Belgium BVBA	1
Het Soortelijk Gewicht vzw	1	<i>Onbekend</i>	1
JUBILEE vzw	1	14 unieke productiehuizen	23 premies

Evaluatie aan de hand van interviews

Onderstaande tabellen geven de bevindingen weer op basis van de interviews met betrokken stakeholders. De eerste tabel presenteert enkele algemene – over de domeinen heen – bevindingen. Dit zijn bevindingen die betrekking hebben tot de gehele organisatie (taken en bestuur) van het VAF. De tweede tabel presenteert de bevindingen over de domeinen van het VAF (Talentontwikkeling, Promotie, Publiekswerking, Kennisopbouw en steun aan creatie van het VAF/Filmfonds). De bevindingen met betrekking tot steun aan creatie van het VAF/Mediafonds worden gepresenteerd in de analyse van de VAF/Mediafonds steunaanvragen.

Tabel 45: Bevindingen interviews met stakeholders: VAF als organisatie (taken en goed bestuur)

Bevindingen interviews stakeholders: VAF als organisatie (taken en goed bestuur)

Commissies

- Stakeholders zijn over het algemeen tevreden over het werk dat de commissies leveren. Ze zijn vooral dankbaar voor de constructieve feedback die geleverd wordt
- Stakeholders geven aan dat commissies in alle onafhankelijkheid dienen te beoordelen
- Stakeholders geven aan dat het belangrijk is dat er een open en directe dialoog is tussen de commissies en de sector. Ze geven aan dat de commissies waakzaam moeten zijn voor subjectieve beoordelingen. In uitzonderlijke gevallen wordt er een gebrek aan kennis en know-how (i.v.m. script-analyse) gepercipieerd
- Stakeholders bevestigen het belang van een duidelijke, heldere en vlotte communicatie. Ze verwachten dat het VAF extra aandacht geeft aan hun communicatiestrategie
- Stakeholders vragen of dat het VAF kan streven naar zo veel mogelijk transparantie in beslissingen die ze nemen en doelstellingen die ze vooropstellen, en dit over alle domeinen heen

Steunaanvragen ('premies')

- Een aantal stakeholders geeft aan dat er hogere premies moeten gaan naar kwaliteitsfilms met publiekspotentieel. Veel spelers geven aan dat er mogelijks een ondergrens kan gesteld worden voor het aantal films dat het VAF ondersteunt per jaar
- Stakeholders geven aan dat de verwachtingen per type steunaanvraag helder moeten gesteld worden
- Stakeholders geven aan dat de reflectie van de aanvrager over gendergelijkheid, diversiteit en inclusie extra aandacht moet krijgen

- Over de doorlooptijd lopen de meningen uiteen. Sommige stakeholders geven aan dat het proces in sommige gevallen nog te traag en te log verloopt, en dat een aanvraagprocedure in uitzonderlijke gevallen sneller zou moeten kunnen verlopen. Die stakeholders geven aan dat het proces van de steunaanvraagprocedure bij het VAF/Filmfonds soms tot 1,5 jaar in totaal kan duren. Voor bepaalde documentairefilm zou de steunaanvraagprocedure volgens stakeholders idealiter sneller kunnen verlopen gezien de urgentie, actualiteit en tijdsafhankelijkheid van sommige verhalen. Aan de andere kant geven de stakeholders wel aan dat sommige producties ook wel echt de tijd nodig hebben om te zich te kunnen ontwikkelen, dus daar is een proces van 1,5 jaar net wel gepast. Ook kan een langere doorlooptijd de kwaliteit van scenario en ontwikkeling ten goede komen.
- Stakeholders uit de documentairesector vermelden dat het proces zich niet optimaal leent aan het proces waarin een documentaire tot stand komt, en vragen om het proces meer te laten aansluiten aan de manier waarop een documentaire geproduceerd wordt (zie hierboven)
- Stakeholders geven aan dat het VAF zich uitermate flexibel heeft opgesteld tijdens het begin van de COVID-19 crisis en appreciëren de inspanning die zij geleverd heeft om de sector te ondersteunen
- Spelers geven aan dat reserves over de jaren heen getild moeten kunnen worden, maar dat we schotten moeten behouden om de kwetsbare genres te beschermen

Gendergelijkheid, diversiteit en inclusie

- Stakeholders appreciëren de inspanningen die het VAF reeds geleverd heeft, en levert, op vlak van gendergelijkheid, diversiteit en inclusie. Ze merken ook de inspanningen op die VAF levert op vlak van transparantie en kennisdeling over gendergelijkheid, diversiteit en inclusie (in de projecten die ze ondersteunen).
- De meeste geïnterviewden geven aan om gendergelijkheid, diversiteit en inclusie niet te agressief te stimuleren, omdat dit polariserend zou kunnen werken *“want met quota sluit je per slot van rekening ook mensen uit”*. Ze beargumenteren dat het streefdoel niet mag zijn om 100% representatief te zijn omdat 100% representatie vandaag niet hetzelfde is als die van morgen; 100% representatief zijn is niet mogelijk. Ze geven aan dat men erop moet letten dat keuzes gemaakt worden in functie van *“dit is het interessantste verhaal”* en niet *“omdat de film de meeste vrouwen telt”*. Voor sommigen mag dit bovendien verder gaan dan enkel een diversiteitstoets en zij pleiten voor streefcijfers of soft quota.
- Spelers geven wel aan dat diversiteits- en inclusie-parameters zeker te overwegen zijn: gender, migratie-achtergrond, leeftijd, opleiding, nieuw/gevestigd talent, eerste/niet-eerste indiening.

Inzetten op jonge makers

- Stakeholders appreciëren de inspanningen die het VAF reeds levert op vlak van de ondersteuning voor jonge makers. Ze geven aan dat we als sector moeten inzetten op jonge makers, want een cultuursector die niet teert op nieuwe stemmen, die blijft steken. VAF moeten investeren in jonge makers, hen ondersteunen en begeleiden.

Slate funding

- Stakeholders zijn tevreden met de call voor slate funding die in de COVID-19 crisis gelanceerd werd
- Stakeholders geven aan dat indien het VAF hier mee verder zet het naar een *“producer-driven slate”* kan gaan in plaats van een *“maker driven slate”* (zie Frankrijk)
- Stakeholders zijn in lichte mate bezorgd of dat alle producties die hieronder steun gekregen hebben wel gerealiseerd zullen worden
- Ze geven aan dat indien VAF hier mee verder gaat er gezorgd kan worden voor een model dat jonge, nieuwe producenten koppelt aan meer gevestigde producenten

Storytelling en relevantie

- Stakeholders geven aan dat de klemtoon op storytelling en de relevantie van het verhaal moet liggen. Ze geven aan dat het VAF kan aansturen op producties die gemaakt worden omdat ze (1) een goed verhaal hebben en (2) relevant zijn
- Stakeholders geven aan of dat we kunnen afstappen van “is dit formaat wel goed voor het verhaal” en kunnen evolueren naar “welk formaat past het beste bij het verhaal?”
- Stakeholders geven aan dat we moeten inzetten op verhalen met internationale uitstraling

Podcasts

- Stakeholders halen aan dat audioproductie (podcasts) aan populariteit winnen en dat deze sector aan het groeien is
- Stakeholders staan open voor middelen voor audioproductie van het VAF, mits dit met bijkomende financiering komt

Tabel 46: Bevindingen interviews: domeinen VAF

Bevindingen interviews met stakeholders: domeinen VAF

Talentontwikkeling

- Stakeholders bevestigen het belang en de waarde van de middelen onder Talentontwikkeling voor zowel beginnende als ervaren makers. Ze vragen wel om een heldere communicatie over wat het VAF verwacht van iemand die middelen ontvangt onder Talentontwikkeling
- Stakeholders vragen om extra aandacht voor documentaire binnen dit domein
- Stakeholders geven aan dat de begeleiding van de coaches ten zeerste geapprecieerd is maar sturen aan op iets meer op maat gemaakte begeleidingstrajecten (customized traject per deelnemer)
- Sommigen geven aan in te spelen op het belang van “travelling content” (internationale exploitatie) en de internationale productiecontext waarin we ons vandaag bevinden
- Stakeholders geven aan aandacht te hebben voor gendergelijkheid, diversiteit en inclusie zodat iedereen met dezelfde kansen in een traject van Talentontwikkeling terecht kan komen

Promotie/Flanders Image:

- Stakeholders zijn uitermate tevreden over de werking van Flanders Image; de waarde van deze middelen wordt hoog ingeschat. Ze pleiten voor een blijvende inzet op internationale promotie. Stakeholders pleiten bijkomend voor een scherpere inzet op binnenlandse promotie; promotie van Vlaamse film in eigen land.
- Stakeholders raden aan meer gewicht te geven aan distributie en marketing (in zijn geheel). Ze duiden op het belang van de zichtbaarheid van het VAF en halen aan dat de branding van het merk “VAF” belangrijk is. Sommigen geven aan dat er voor het outreach-deel mogelijks te weinig middelen zijn en vragen of hier extra budget voor kan zijn (om distributeurs een duwtje in de rug te geven).
- Stakeholders benadrukken het belang van een festival-vertoning voor het verdere succes van een film, maar geven aan dat dit type vertoning onder druk staat omdat meer en meer films direct verkocht worden aan streaming-platformen en zo een festival-vertoning mislopen. Dit is overigens niet alleen door COVID-19, maar is een trend die al langer plaatsvindt.
- Stakeholders geven het belang aan van de “beleving” en “ervaring” tijdens een cinemavertoning en sturen aan op een promotiecampagne die hierop inspeelt

- Stakeholders halen het belang aan van het evalueren van de impact van een film op het publiek, meer specifiek gaat dit over “(1) de lokale impact (Vlaamse filmfestivalselecties, bezoekersdata Vlaamse bioscopen, aanwezigheid op lokale streamingplatformen, ...) en (2) de culturele exportwaarde (internationale filmfestivalselecties, bezoekersdata buitenlandse bioscopen, territoriale verkoop, wereldwijde verkoop, aanwezigheid op internationale streamingplatformen...)”. De stakeholders suggereren dat dit zou kunnen omgezet worden in een evaluatietool.

Publiekswerking

- Stakeholders bevestigen het belang van het domein Publiekswerking en beschouwen deze middelen minstens even noodzakelijk als de middelen voor Steun aan Creatie. Ze bevestigen de noodzaak van de middelen onder Publiekswerking voor het stimuleren van de Vlaamse filmcultuur en filmvertoning. Ze geven aan dat de doelstellingen van Publiekswerking afgetoetst dienen te worden aan de realiteit waarin de ondersteunde organisaties vandaag werken
- Stakeholders bevestigen de waarde van initiatieven als de FilmClub, maar geven aan dat dit principe nog iets te veel afhangt van de bereidheid van scholen en leerkrachten (wat niet altijd voordelig is)
- Stakeholders geven aan dat het VAF transparant dient te zijn over de verwachtingen die het heeft over de organisaties die met deze middelen ondersteund worden. Ze geven aan dat het beleid en de doelstellingen helder dienen gecommuniceerd te worden
- Spelers vragen om extra aandacht in het beleid voor de kleine, lokale bioscopen, alsook het belang van jaarwerkingen en continue, of “all-year-round” publiekswerking binnen de organisaties die ondersteund worden. Stakeholders bevestigen de noodzaak aan versterking van de infrastructuur voor filmvertoning
- Stakeholders halen aan dat er extra aandacht moet gaan naar gendergelijkheid, diversiteit en inclusie in publiekswerking, waarbij o.m. kan ingezet worden op filmbeleving in woonzorgcentra of projecten met maatschappelijk kwetsbare groepen
- Stakeholders geven het belang aan van het VAF als aanspreekpunt voor spelers die aan de slag willen gaan met filmeducatie
- Stakeholders vragen zich af of Publiekswerking meer moet inspelen op de digitaliseringstrend en innovatie. In welke mate kan het domein Publiekswerking (ook) initiatieven ondersteunen die zich specifiek toeleggen op publiekstoeliding naar de Vlaamse online kanalen (VOD-diensten) waar film aanwezig is?

Kennisopbouw

- Stakeholders hechten belang aan het domein Kennisopbouw en zien de noodzaak in van de middelen die hiernaar toe gaan. Stakeholders zijn van mening dat het VAF in de eerste plaats data verzamelt voor haar eigen werking, en in de tweede plaats data aanbiedt over de sector aan de sector (kennisdeling); zowel het VAF als de industrie heeft nood aan meer kennisdeling
- Stakeholders geven aan dat er afspraken dienen gemaakt te worden over de uitwisseling en het gebruik van elkaars data in de sector. Er wordt op dit moment nog te weinig data gedeeld in de sector. Stakeholders zijn voorstander dat er vanuit het beleid condities opgelegd worden i.v.m. het delen van data, en dat er concreet moet afgesproken worden tot welk detaillevel dit gaat
- Stakeholders zien een noodzaak in het uitvoeren van (meer) onderzoek naar “het publiek”: wat zijn de huidige gewoonten, voorkeuren en kenmerken van het publiek?, en dit zeker voor het jonge publiek. Ze voelen een disconnectie tussen wat er gemaakt wordt (aanbod) en wat er nodig is (vraag)

VAF/Filmfonds (Steun aan creatie)

- Stakeholders geven aan dat een producent moet beloond worden voor het risico dat die neemt. Tegelijk zeggen sommigen dat het ongezond is voor een productiebedrijf om zelf mee te investeren/te financieren in een project, terwijl deze beweging toch meer lijkt voor te komen.
- Stakeholders geven aan dat er weinig geld in de markt aanwezig is, dat de bedragen van het VAF hoger moeten; zowel film- als animatie- en documentaireproducenten merkten dit op. Stakeholders uit de animatiesector geven aan dat er al jaren geld te kort is voor animatie en dat op vlak van animatie een extra inspanning geleverd mag worden.
- Stakeholders bevestigen het belang en de absolute noodzaak van de middelen van het VAF/Filmfonds voor een rendabele Vlaamse filmsector
- Stakeholders schuiven het belang van het hebben van een strategie voor publieksbereik naar voren
- De pitch, volgens de stakeholders wordt beschouwd als gatekeeper van de kwaliteit; dient als quality check; is een moment van zelfreflectie voor de maker; zorgt voor waardevolle en constructieve feedback; dient plaats te vinden in een vertrouwelijke, optimale sfeer, zeker in het geval een beginnende of nog onervaren filmmaker; blijkt ervaren te worden door kleinere, en/of beginnende makers als een drempel

VAF/Mediafonds

VAF/Mediafonds: analyse steunaanvragen

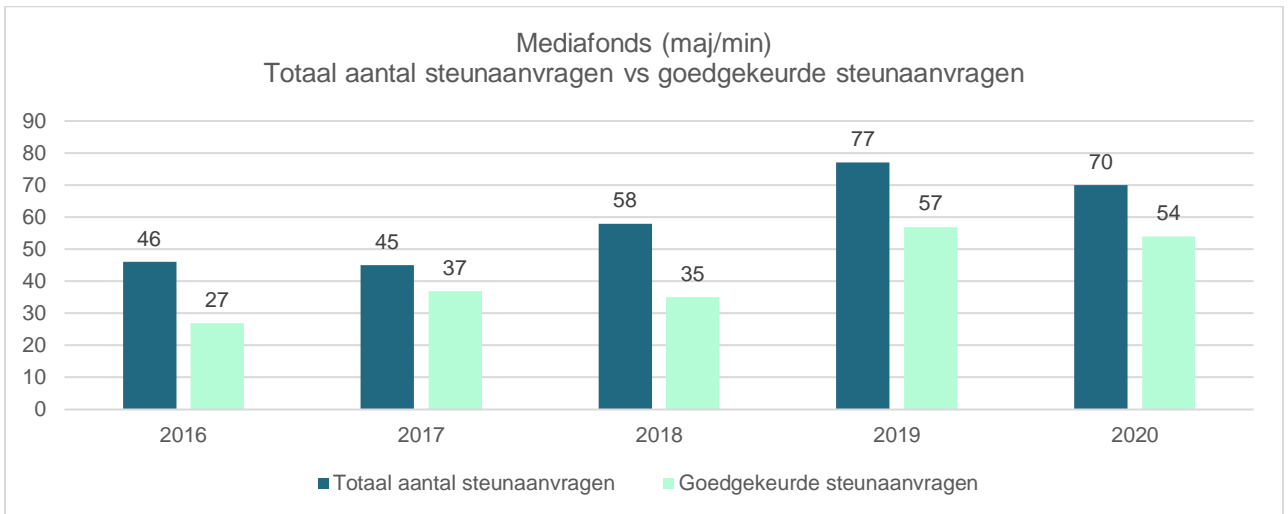
Voor de analyse van de steunaanvragen onder het VAF/Mediafonds kijken we achtereenvolgens naar:

1. Verdeling van de steunaanvragen
2. Verdeling van het toegekende steunbedrag (in €)
3. Verdeling volgens omroep
4. Diversiteit productiehuisen
5. Export van reeksen

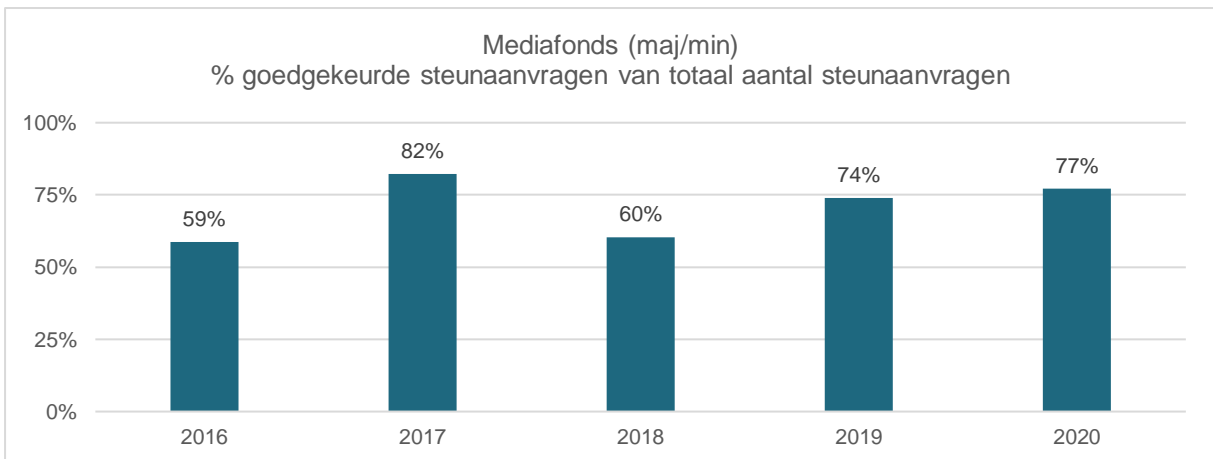
Belangrijke opmerkingen i.v.m. de analyse van de steunaanvragen onder het VAF/Mediafonds:

- We analyseren de steunaanvragen voor de majoritaire en minoritaire producties
- We analyseren de categorieën: fictie, documentaire, animatie en InnovatieLab;
- We analyseren de aanvragen voor: scenarioosteun, ontwikkelingssteun, productiesteun en productiesteun na opstart opnames;
- De analyses coveren de periode 2016-2020.

Verdeling steunaanvragen VAF/Mediafonds



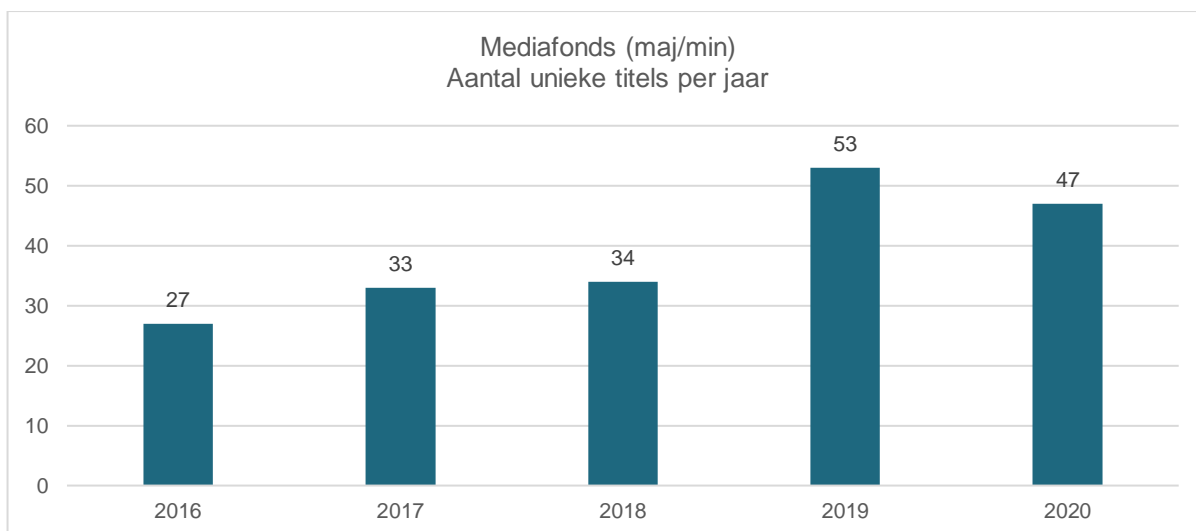
Figuur 73: VAF/Mediafonds – Totaal aantal aanvragen vs aantal goedgekeurde aanvragen (2016-2020) (VAF)



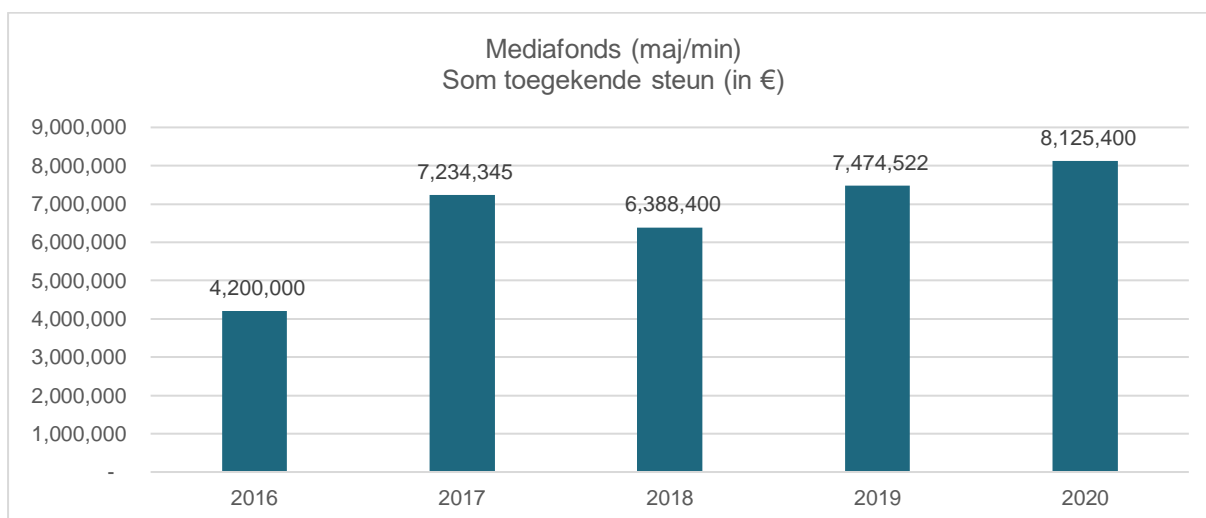
Figuur 74: VAF/Mediafonds – % goedgekeurde aanvragen van het totaal aantal aanvragen (2016-2020) (VAF)

Het aantal aanvragen binnen het VAF/Mediafonds schommelt de laatste jaren tussen de 46 en 77 per jaar (gemiddelde over 5 jaar is 59 aanvragen). Van die aantallen worden er tussen de 27 en 57 goedgekeurd (gemiddelde over 5 jaar is 42 goedgekeurde projecten). Het gemiddelde slaagpercentage (2016-2020) is 70%, m.a.w. gemiddeld worden 70% van de aanvragen goedgekeurd.

Het aantal aanvragen is sinds 2016 merkbaar gestegen, maar ook het aantal goedkeuringen is gestegen, van 59% in 2016 tot 77% goedkeuringen in 2020. Voor een stuk is dit toe te schrijven aan een verhoging van het budget van het VAF/Mediafonds, en voor een stuk aan de uitbreiding van de steun-categorieën, met de toevoeging van innovatiepremies. Het aantal projecten dat elk jaar gesteund wordt vanuit het VAF/Mediafonds kende daarmee ook een stijgend verloop. In 2019 ging het nog om 53 projecten (over alle genres heen), in 2020 om 47 projecten, tegenover 70 ingediende projecten.



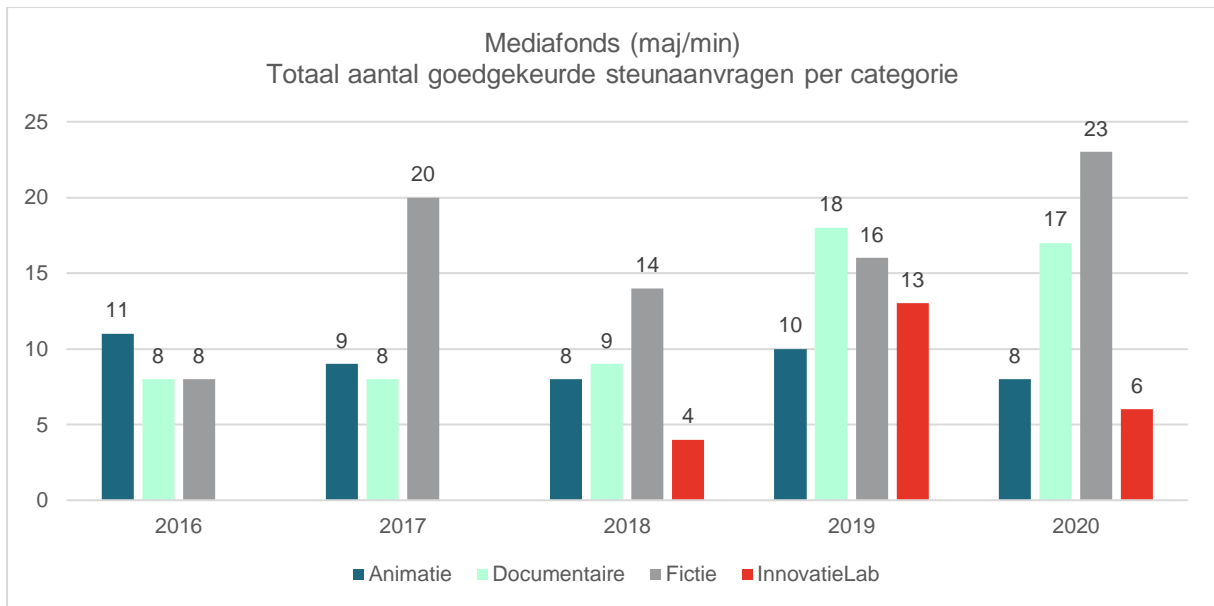
Figuur 75: VAF/Mediafonds – Aantal unieke projecten die gesteund werden (2016-2020) (VAF)



Figuur 76: VAF/Mediafonds – Totaal toegekende steun per jaar (in €) (2016-2020) (VAF)

Tabel 47: VAF/Mediafonds – totaal aantal goedgekeurde steunaanvragen per categorie (maj/min) (VAF)

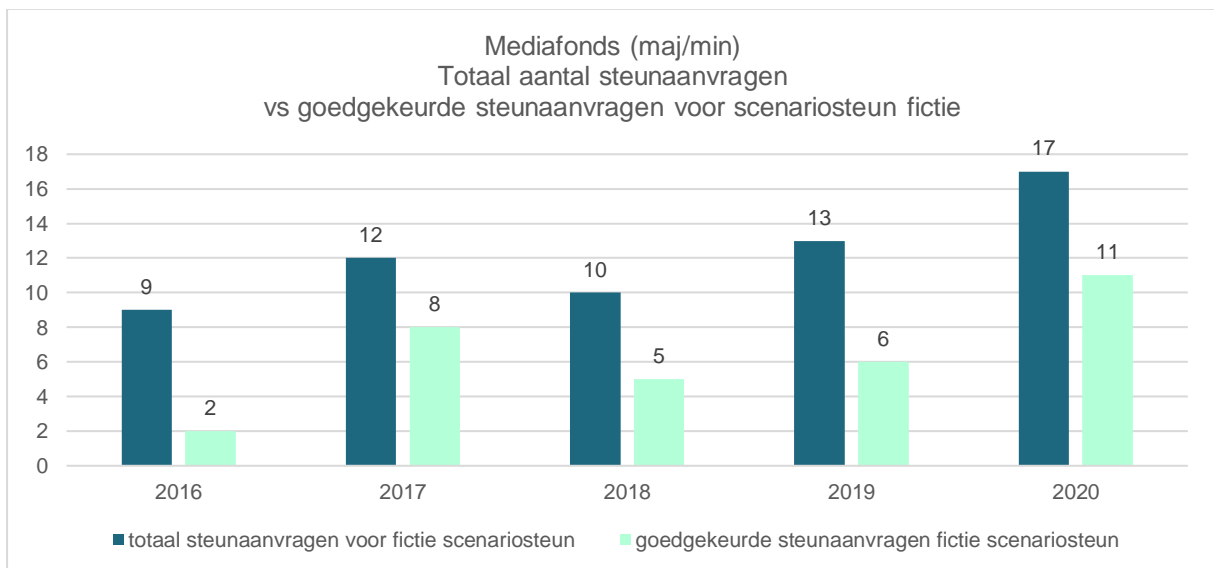
Totaal aantal goedgekeurde steunaanvragen per categorie (maj/min)	2016	2017	2018	2019	2020	Totaal
Animatie	11	9	8	10	8	46
Documentaire	8	8	9	18	17	60
Fictie	8	20	14	16	23	81
InnovatieLab			4	13	6	23
Eindtotaal	27	37	35	57	54	210



Figuur 77: VAF/Mediafonds – Totaal aantal goedgekeurde steunaanvragen per categorie (2016-2020) (VAF)

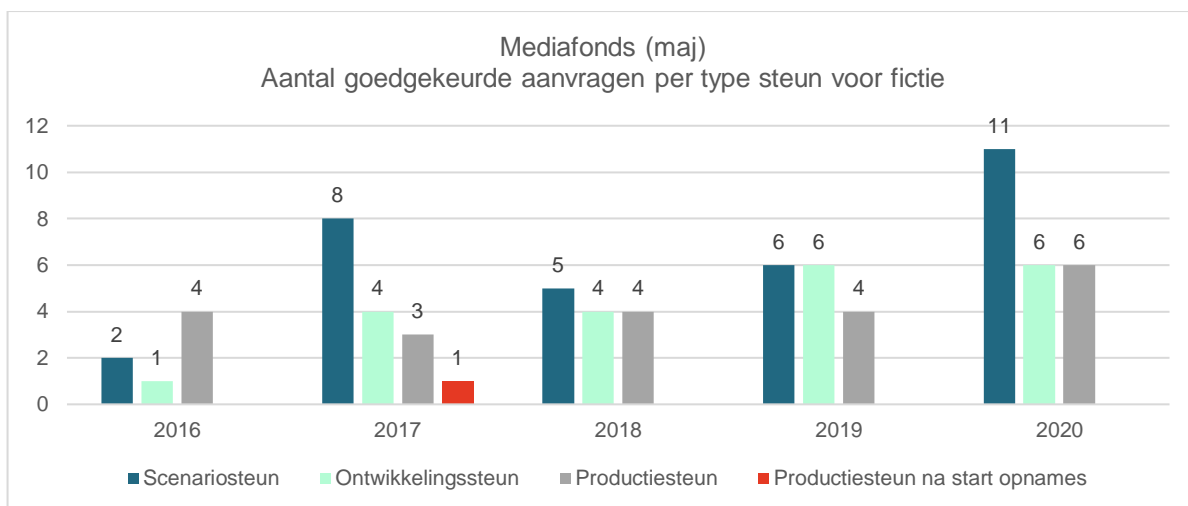
Fictieprojecten kenden het grootste aandeel goedgekeurde premies (scenario, ontwikkeling, productie en productie na start opnames samen). Het aandeel toegekende premies voor documentaire ligt een stuk hoger in 2019 en 2020, het aandeel premies voor animatie blijft relatief constant.

Indien we vergelijken tussen de verschillende types steuncategorieën (scenario, ontwikkeling, productie, steun na opstart productie), dan is het aantal ingediende en goedgekeurde aanvragen het grootst in de scenariofase. We zien zowel een stijging van het aantal aanvragen, als het gemiddeld aantal goedgekeurde scenario-aanvragen. Voor fictie ziet de verdeling er als volgt uit (zie figuur hieronder).



Figuur 78: VAF/Mediafonds – Totaal aantal steunaanvragen vs goedgekeurde steunaanvragen (scenariosteun, fictie) (2016-2020) (VAF)

Onderstaande figuur toont de verhouding van het aantal goedgekeurde projecten per steuncategorie. Het aandeel goedgekeurde aanvragen ligt weinig verrassend het hoogst bij de scenario-aanvragen, wat ook het begin is van het creatieve proces.



Figuur 79: VAF/Mediafonds – Totaal aantal goedgekeurde aanvragen per type steun, fictie (2016-2020) (VAF)

Opvallend is wel dat het aandeel goedgekeurde scenariopremies niet substantieel veel hoger ligt dan het aandeel goedgekeurde ontwikkelings- en productie-aanvragen. Met andere woorden, **eens een fictiereeks scenarioesteun krijgt, is de kans relatief groot dat de reeks doorstroomt naar ontwikkeling en productie**. Van de goedgekeurde scenario-aanvragen in 2016 en 2017 – in totaal gaat het om 10 projecten – zijn er 7 doorggegaan naar ontwikkelings- en/of productiesteun.

Verdeling van het toegekende steunbedrag (in €)

De som productiesteun is het hoogst bij fictie (tussen €2M en €3,7M per jaar; gemiddeld €2,9M). Toegekende sommen productiesteun voor animatie en documentaire zijn nagenoeg dezelfde (tussen €0,55M en €1,4M). De schommelingen in jaarlijkse toegekende sommen productiesteun lijken sterk afhankelijk van schommelingen in de totaalfinanciering van het fonds (of omgekeerd: extra toegekende overheidsfinanciering gaat het meest ten voordele van fictie).

De bedragen van toegekende aanvragen liggen ook het hoogst bij fictie. De tabel hieronder geeft ook per genre het gemiddelde toegekende bedrag weer. Let wel: de toegekende bedragen zijn vrij constant per project, maar kunnen verschillen (a) als gevolg van de beschikbare budgetten, en (b) als gevolg van het soort reeks waarvoor werd ingediend (vervolgreeks of niet, kinderreeks, experimentele, domestic reeks of high-end reeks). 2020 vertoont sterk afwijkende cijfers voor productiesteun in fictie, maar dit lijkt een gevolg van de COVID-19-crisis.

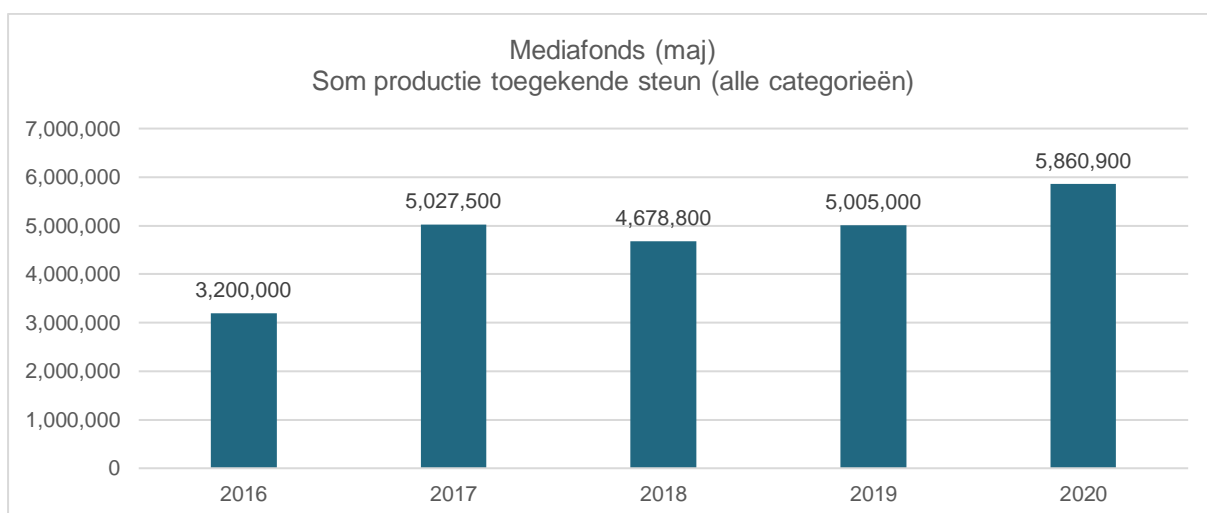
Tabel 48: VAF/Mediafonds – Totaal toegekende productiesteun (majoritair) (in €) per categorie (2016-2020) (VAF)

Totaal toegekende productiesteun (majoritair) (in €) per categorie	2016	2017	2018	2019	2020
Animatie	575.000	1.207.500	445.000	600.000	1.418.400
Documentaire	610.000	1.150.000	703.800	550.000	1.430.000
Fictie	2.015.000	2.670.000	3.530.000	3.670.000	2.655.000
InnovatieLab				185.000	357.500

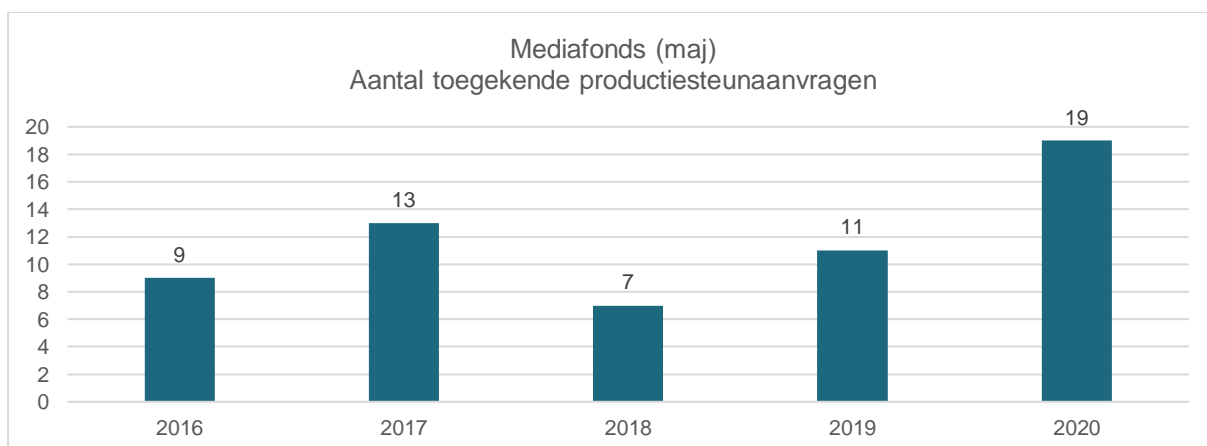
Tabel 49: VAF/Mediafonds – Gemiddelde productiesteun per project (majoritair) (in €) per categorie (2016-2020) (VAF)

Gemiddelde toegekende productiesteun (majoritair) (in €) per categorie	2016	2017	2018	2019	2020
Animatie	287.500	301.875	445.000	300.000	354.600
Documentaire	203.333	191.667	351.900	275.000	286.000
Fictie	503.750	890.000	882.500	917.500	442.500
InnovatieLab				61.667	89.375

Sinds 2016 kent het VAF/Mediafonds een stijging in haar budget. We zien dat dit vooral ten goede is gekomen van de totaal toegekende productiesteun, die in 2016 nog €3,2M bedroeg, en in 2020 €5,8M.



Figuur 80: VAF/Mediafonds – Totaal toegekende productiesteun (in €) (majoritair, alle categorieën) (2016-2020) (VAF)



Figuur 81: VAF/Mediafonds – Aantal aanvragen productiesteun (majoritair, alle categorieën) (2016-2020) (VAF)

Maken we de uitsplitsing naar genres binnen dat aandeel productiesteun, dan valt op dat de gemiddelde toegekende steun elk jaar tussen animatie en documentaire enerzijds en fictie anderzijds, gemiddeld ongeveer 60% lager ligt (€300.000 t.o.v. €730.000). Dit heeft te maken met de prioriteit binnen VAF/Mediafonds op fictie, en de hogere premies voor fictie in vergelijking met documentaire. De eerder

lagere gemiddelde sommen toegekend aan animatie zijn te verklaren doordat de meeste animatieprojecten minoritaire (en dus van een lager bedrag aan steun genieten) projecten zijn.

Sinds 2016 zijn de gemiddelde toegekende steunbedragen voor de projecten wel merkbaar hoger. Dit is het gevolg van het gevoelig optrekken van scenariosteun in 2017, wat ook een aanbeveling was van de vorige Doorlichting uitgevoerd in 2016. Scenariosteunpremies voor high-end projecten zijn nu €75.000. Ook de productiesteun gemiddelden liggen een stuk hoger dan in 2016 en de periode daarvoor. Dit is het gevolg van het gevoelig optrekken van het maximumbudget voor high-end fictiereeksen naar €1,25M.

Tabel 50: VAF/Mediafonds – Totaal toegekende scenariosteun (majoritair) (in €) per categorie (2016-2020) (VAF)

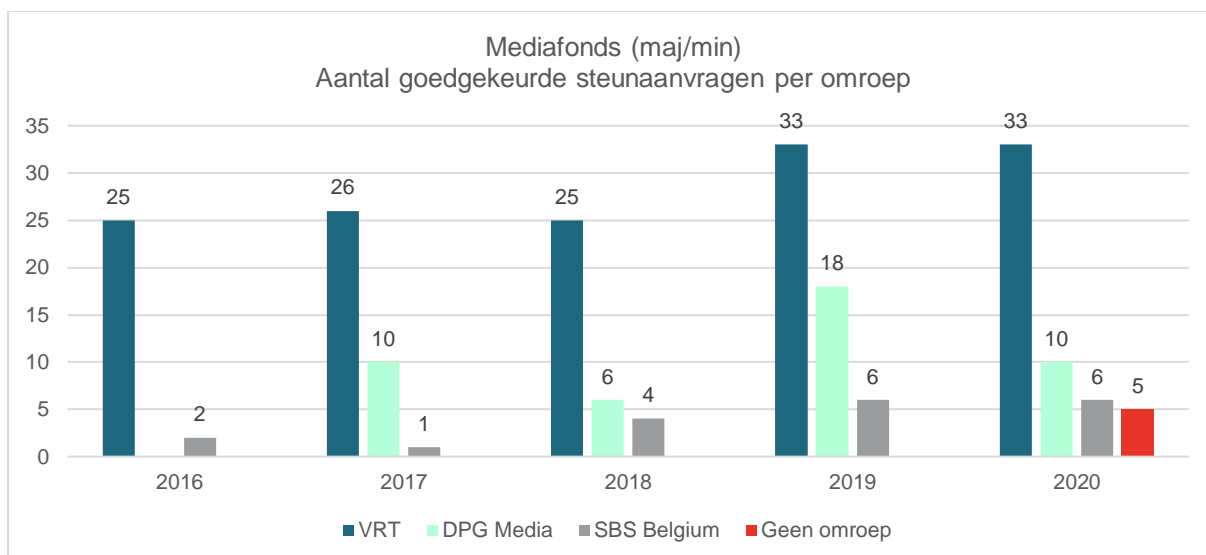
Totaal toegekende scenariosteun (majoritair) (in €) per categorie	2016	2017	2018	2019	2020
Animatie	70.000	25.000	175.000	200.000	50.000
Documentaire	30.000	25.000	100.000	122.500	25.000
Fictie	50.000	225.000	325.000	325.000	727.000
InnovatieLab			30.000	37.500	7.500

Tabel 51: VAF/Mediafonds – Gemiddelde scenariosteun (majoritair) (in €) per categorie (2016-2020) (VAF)

Gemiddelde toegekende scenariosteun per project (majoritair) (in €) per categorie	2016	2017	2018	2019	2020
Animatie	35.000	25.000	43.750	50.000	50.000
Documentaire	15.000	25.000	25.000	24.500	25.000
Fictie	25.000	28.125	65.000	54.167	66.091
InnovatieLab			7.500	7.500	7.500

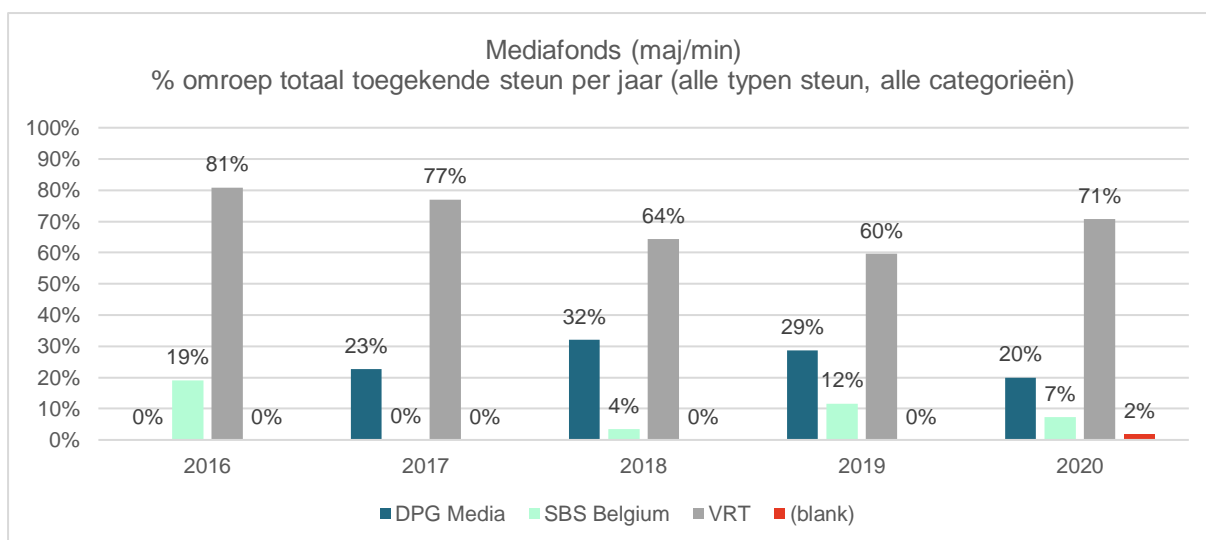
Spreiding volgens omroep

Gemiddeld genomen komt VAF/Mediafonds financiering ten goede aan 28 producenten per jaar. Opvallend: tussen 2016 en 2020 steeg dat aantal merkbaar. Wat de omroepen betreft die verbonden zijn aan een VAF/Mediafonds-project, steekt VRT er merkbaar bovenuit, met gemiddeld genomen het hoogste aandeel goedgekeurde projecten in alle categorieën (fictie, documentaire, animatie). Dit is vooral het gevolg van het groot aantal documentaire-projecten gemaakt voor Canvas, en het groot aantal kinderreeksen dat vooral voor Ketnet is bestemd. Sinds 2020 is het voor scenariopremies niet langer noodzakelijk om ook een omroep te verbinden aan een project, wat de 5 goedgekeurde projecten verklaart die gelabeld staan als 'geen omroep'.



Figuur 82: VAF/Mediafonds – Aantal goedgekeurde aanvragen per omroep (2016-2020) (VAF)

Omgerekend naar percentage van de totaaluitgaven van het VAF/Mediafonds tekent zich het contrast tussen VRT en de andere spelers zich nog sterker af. Gemiddeld gaat tussen de 60 en 80% van alle middelen voor creatie van het VAF/Mediafonds naar VRT-projecten. DPG Media komt op de tweede plaats, SBS Belgium is derde. De 2% middelen toegekend in 2020 waar geen omroep bijstaat, zijn het gevolg van aangepaste reglementen: het is niet langer verplicht dat de producent een intentieverklaring voor samenwerking met een omroep heeft in de scenario- en ontwikkelingsfase.



Figuur 83: VAF/Mediafonds – % omroep van totaal toegekende steun per jaar (alle typen steun, alle categorieën) (maj/min) (2016-2020) (VAF)

Diversiteit productiehuisen

In totaal genoten 32 verschillende producenten fictiesteun van het VAF/Mediafonds, voor een totaal van 81 goedgekeurde aanvragen.

Tabel 52: VAF/Mediafonds – Productiehuizen fictie (2016-2020) (VAF)

FICTIE			
Productiehuis	Aantal premies (2016-2020)	Productiehuis	Aantal premies (2016-2020)
De Mensen	12	Savage Film	1
Eyeworks Film & TV Drama	12	Walking the Dog	1
Caviar Antwerp	5	Haptic	1
TREADOR	5	Polar Bear	1
Lunanime	4	A TEAM PRODUCTIONS en Deep Bridge Entertainment	1
Ciné Cri de Coeur	3	dedsfilm	1
Sylvester TV	2	dedsfilm en CARTOUCHE	1
A Private View	2	Eyeworks	1
Mockingbird Productions	2	Hamlet Nv	1
a team productions	2	jonnydepony	1
De Wereldvrede	2	Menuetto	1
FBO	2	Minds Meet	1
Luna Films	2	Potemkino	1
Sputnik Media	2	Quetzalcoatl en Wilder Content Bv	1
Sylvester Productions	2	Skyline Entertainment	1
W2	2	VOF AMATEURS	1
Zodiak Belgium	2	Wilder Content Bv en Quetzalcoatl	1
Hotel Hungaria	1	32 unieke productiehuizen	81 premies

Voor documentaire ging het in totaal om 25 verschillende productiehuizen en een totaal van 60 goedgekeurde aanvragen. De meeste goedgekeurde aanvragen gingen naar productiehuizen die zich specifiek toeleggen op documentaire-productie. Echter, ook productiehuizen die op diverse genres (fictie, entertainment, reality), zoals De Chinezen, Het Nieuwshuis, Panenka, Hotel Hungaria, Sylvester en Geronimo, genoten steun van het fonds.

Tabel 53: VAF/Mediafonds – Productiehuizen documentaire (2016-2020) (VAF)

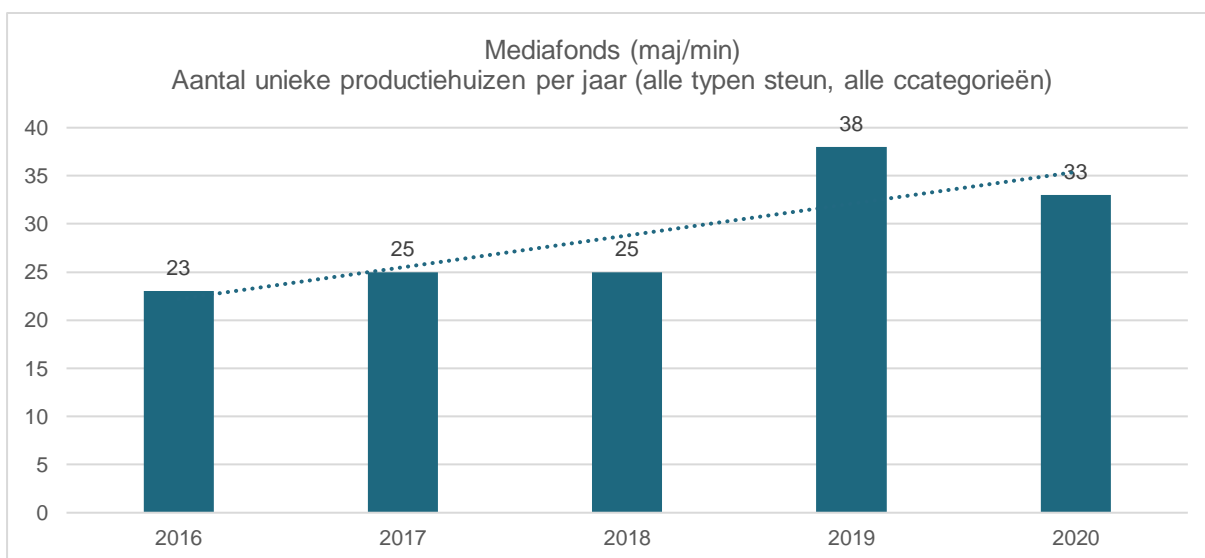
DOCUMENTAIRE			
Productiehuis	Aantal premies (2016-2020)	Productiehuis	Aantal premies (2016-2020)
Diplodokus b.v.b.a	8	De Mensen	1
Off World	7	Sylvester TV	1
Cassette for timescapes	6	Doctor Zhivago	1
Lionheart Productions	4	Geronimo	1
Panenka	4	Heartmade Media	1
Storyhouse	4	Het Nieuwshuis	1
Las Belgas	3	Hotel Hungaria en Dokma Film	1
Hotel Hungaria	2	LOOK@LEO, RICHE en RICHE & RICHE	1
Savage Film	2	NV de Chinezen	1
Associate Directors	2	Serendipity Films	1
Clin d'oeil films	2	Wisteria bvba	1
De chinezen	2	Onbekend	1
Diplodokus	2	25 unieke productiehuizen	60 premies

Voor animatiereeksen werden 46 goedgekeurde aanvragen toegekend aan 22 spelers. Fabrique Fantastique, Lunanime en Walking the Dog voeren hier de top 3 aan. In deze lijst valt vooral op dat, op een paar uitzondering na, het telkens gaat om producenten die zich nagenoeg uitsluitend toeleggen op animatie.

Tabel 54: VAF/Mediafonds – Productiehuizen animatie (2016-2020) (VAF)

ANIMATIE			
Productiehuis	Aantal premies (2016-2020)	Productiehuis	Aantal premies (2016-2020)
Fabrique Fantastique	6	Polar Bear	1
Lunanime	5	Beast Animation	1
Creative Conspiracy	5	Beast Productions en Lunanime	1
Walking the Dog	4	Bulletproof Cupid	1
Haptic	3	De Hofleveranciers	1
Animal Tank	3	Dingie	1
THURISTAR	3	Eugene and Louise	1
Beast Productions	2	Grid Animation	1
Vivi Film	2	Hoaxland Animation	1
Off World	1	Magicworlds bvba	1
A Private View	1	22 unieke productiehuizen	46 premies
Mockingbird Productions	1		

Het aantal unieke productiehuizen per jaar die steun ontvangen (alle typen steun, alle categorieën) neemt toe (+43% tussen 2016 en 2020), d.w.z. de diversiteit stijgt. Voor de periode 2016-2020 ligt het gemiddelde hier op 29 unieke productiehuizen per jaar.



Figuur 84: VAF/Mediafonds – Aantal unieke productiehuizen (alle typen steun, alle categorieën) (2016-2020) (VAF)

Export van reeksen

Wat documentaire betref, zijn alle reeksen met exportsucces projecten die steun genoten van het VAF/Mediafonds. Voor animatieprojecten is de opzet nagenoeg steeds een coproductie, door de hoge kosten voor productie van animatiefilms is het quasi onmogelijk om projecten te lanceren die niet in meerdere territoria zullen te zien zijn. Wat fictie betreft, zijn 87% van de Vlaamse (majoritaire) reeksen die verkocht werden aan het buitenland reeksen waarbij hetzij VAF/Mediafonds (58%), hetzij de investeringsverplichting voor dienstenverdelers of niet-lineaire omroeporganisaties (45%) betrokken was. Reeksen met VAF/Mediafonds-financiering reizen dus gemiddeld gezien beter dan niet-VAF/Mediafonds gesteunde reeksen. De reeksen met de hoogste budgetten zijn ook de reeksen die het meest hun weg naar het buitenland vinden.

Evaluatie van het VAF/Mediafonds o.b.v. interviews

Hieronder worden de bevindingen op basis van de interviews met stakeholders gepresenteerd die specifiek over het VAF/Mediafonds gingen. De bevindingen m.b.t. het VAF algemeen (organisatie, bestuur en taken) en de andere domeinen van het VAF (incl. VAF/Filmfonds) werden eerder al gepresenteerd (zie Evaluatie aan de hand van interviews).

Tabel 55: Bevindingen interviews VAF/Mediafonds

Bevindingen interviews: VAF/Mediafonds

- Stakeholders geven aan dat de middelen van het VAF/Mediafonds noodzakelijk zijn voor een leefbare Vlaamse audiovisuele sector;
- Stakeholders geven aan dat het VAF zou kunnen inzetten op flexibiliteit en innovativiteit door een premie te lanceren voor een multimedia of crossover formaat (om zo de kans te geven aan innovatieve formats en ruimte te bieden aan makers om met een nieuw formaat af te komen). Ze vinden dat het VAF zich iets meer zou mogen inzetten voor audiovisuele initiatieven die buiten de klassieke stroom vallen (zie online content);
- Stakeholders vinden over het algemeen dat Streamz ook aanspraak mag maken op VAF-middelen mits lokale verankering, maar spelers als Netflix niet. Ze geven aan dat de toegevoegde waarde (inkomsten) van de lineaire uitzending afneemt;
- Stakeholders geven aan dat de verdeling tussen de categorieën niet optimaal is (er gaat te veel naar fictiereeksen en te weinig naar documentaire-reeksen);
- Stakeholders zijn voorstanders van beschermingsregels voor kwetsbare projecten (je kan de vrije markt niet geheel zijn gang laten gaan, bv. documentairereeksen hebben bescherming nodig);
- Commerciële omroepen pleiten voor een versoepeling van de afbakening van documentairereeksen;
- Producenten en omroepen geven aan dat indien je audiodescriptie verplicht je dit ook moet subsidiëren;
- Stakeholders geven aan dat subsidies aan vervolgrekken niet nodig is omdat een goede serie ongetwijfeld elders fondsen zal kunnen vinden. Intussen zijn er meer mogelijkheden om fondsen te vinden en men dient ook niet langer grote volumes te hebben om reeks te kunnen verkopen aan het buitenland (bv. een reeks met 3 afleveringen zal nu ook verkocht kunnen raken terwijl dit enkele jaren geleden bijna niet mogelijk was);
- Een beperkt aantal stakeholders die niet in aanmerking komen voor steun van het VAF/Mediafonds (zie 'onafhankelijke producent') vinden dat de definitie versoepeld kan worden zodat zij ook in aanmerking kunnen komen voor steun. Dit gaat specifiek om spelers die een zeer klein aanbod aan zenders hebben, maar toch net niet als 'onafhankelijke producent' kunnen beschouwd worden (volgens de definitie van het Mediadecreet). Ze voegen hieraan toe dat ze volgens de EU-richtlijn (Artikel 17 AVMSD) wel als 'onafhankelijke producent' beschouwd zouden worden;
- Sommige dienstenverdelers vinden dat de uitzending via een lineaire omroep niet (meer) hoeft, maar veel andere spelers stellen dat, gezien het VAF/Mediafonds belastinggeld betreft, een lineaire uitzending moet gekoppeld blijven aan ondersteuning. Een minderheid van de spelers gaf aan dat het gratis ter beschikking moeten gesteld worden niet noodzakelijk nog hoeft verplicht gekoppeld worden aan uitzending in open net, maar voor veel andere spelers – inclusief VAF – is een open-net verplichting op dit moment nog het meest te verkiezen;

Screen Flanders

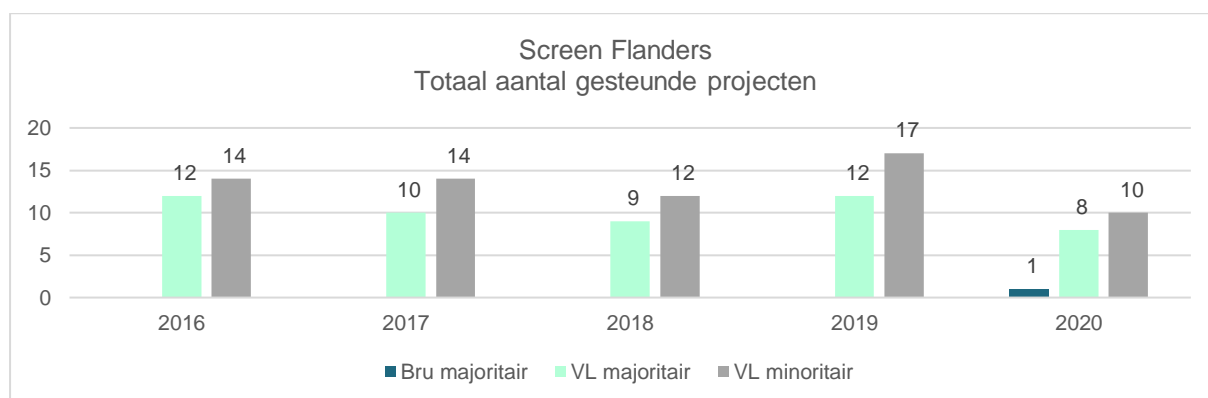
Screen Flanders: analyse steunaanvragen

We kijken achtereenvolgens naar:

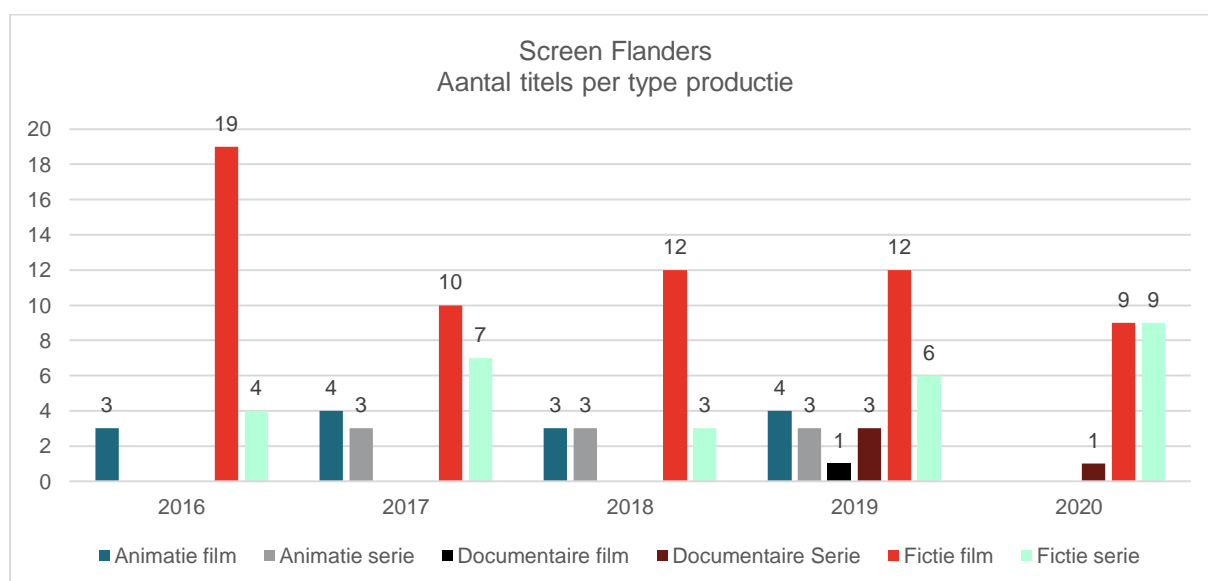
1. Verdeling van de steunaanvragen (of premies)
2. Verdeling van het toegekende steunbedrag (in €)
3. Diversiteit in aantal unieke productiehuisen
4. Verdeling coproducerende landen
5. Benchmark andere regionale economische fondsen

Verdeling van de steunaanvragen (of premies)

Screen Flanders heeft over de periode 2016-2020 in totaal 119 projecten ondersteund waarvan gemiddeld 43% majoritair Vlaamse projecten, 56% minoritair Vlaamse projecten, en 1% Brussel majoritair. In 2019 was er een piek aan ondersteunde projecten (29) en in 2020 werd het minst aantal projecten ondersteund (19). Over de periode 2016-2020 werden gemiddeld 24 producties per jaar ondersteund, waarvan 10 Vlaams majoritair en 14 Vlaams minoritair.

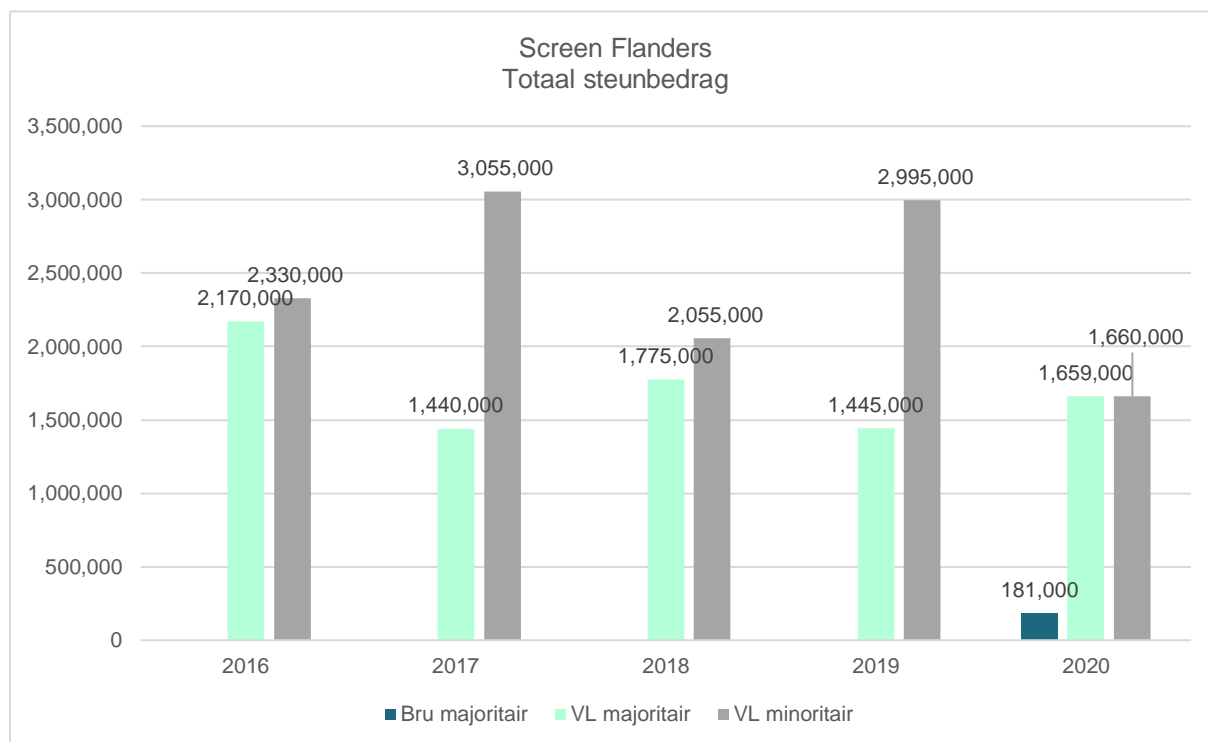


Figuur 85: Screen Flanders – Totaal aantal gesteunde projecten opgesplitst majoritair en minoritair Vlaams (2016-2020) (VAF)



Figuur 86: Screen Flanders – Aantal titels per categorie (2016-2020) (VAF)

Fictiefilm is de categorie die elk jaar het hoogste aantal goedgekeurde aanvragen kent, gevolgd door fictieseries. In 2020 was het aantal fictiefilms en fictieseries gelijk (elk 9 titels). Het aantal fictiefilms kende een piek in 2016 (19 titels), maar nam daarna af (nog slechts 9 fictiefilms in 2020). Het tweede hoogste aantal zijn de fictieseries. In 2016 kregen 4 fictieseries steun, in 2020 kregen 9 fictiefilms steun. Dit aantal neemt toe. Het aantal animatiefilms schommelt rond de 3 of 4 per jaar (geen in 2020) en het aantal animatieseries zit elk jaar op 3 (geen in 2016 en 2020). Er werd over de gehele periode 2016-2020 één documentairefilm ondersteund (in 2019) en 4 documentaireseries (3 in 2019 en 1 in 2020).

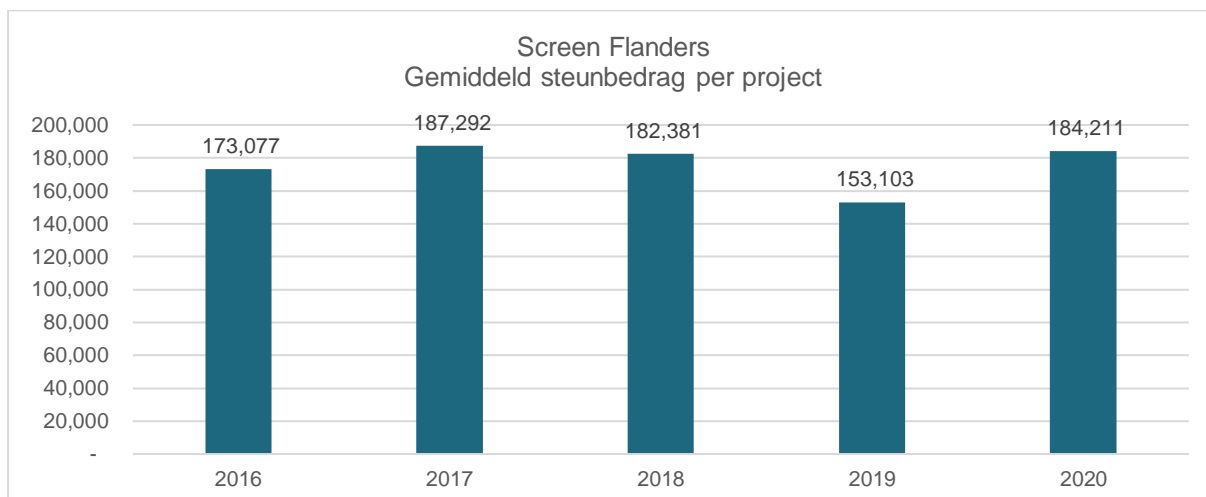


Figuur 87: Screen Flanders – Totaal toegekende steun (in €) (2016-2020) (VAF)

Over de periode 2016-2020 heeft Screen Flanders in totaal €20,8 miljoen steun uitgedeeld aan audiovisuele werken. Screen Flanders heeft zijn middelen zien dalen van een totaal van €4,5 miljoen in 2016 naar een totaal van €3,5 miljoen in 2020 (-22%). Het valt op dat in 2017 ongeveer twee keer zo veel middelen naar Vlaams minoritaire projecten gingen. Ook in 2018 en 2019 gingen er meer middelen naar minoritaire projecten. In 2016 en 2020 waren de middelen ongeveer gelijk verdeeld tussen Vlaamse minoritaire en majoritaire projecten. Het bedrag toegekende steun voor Vlaams majoritaire projecten is tussen 2016 en 2020 met 24% afgenomen, en met 29% voor Vlaams minoritaire projecten. In totaal is het toegekende steunbedrag 22% afgenomen tussen 2016 en 2020.

Tabel 56: Screen Flanders – Totaal toegekende steun (in €) (2016-2020) (VAF)

Totaal toegekende steun Screen Flanders (in €)	Bru majoritair	VL majoritair	VL minoritair	Totaal
2016		2.170.000	2.330.000	4.500.000
2017		1.440.000	3.055.000	4.495.000
2018		1.775.000	2.055.000	3.830.000
2019		1.445.000	2.995.000	4.440.000
2020	181.000	1.659.000	1.660.000	3.500.000
Eindtotaal	181.000	8.489.000	12.095.000	20.765.000



Figuur 88: Screen Flanders – Gemiddeld steunbedrag per project (in €) (2016-2020) (VAF)

Belgische coproducenten kunnen tot €400.000 aan terugbetaalbare voorschotten ontvangen (ondersteuning). Het gemiddeld voorschot per jaar dat uitgegeven werd, schommelt tussen de €153.103 en €187.292. Er is niet meteen een dalende of stijgende trend zichtbaar, enkel dat het gemiddelde steunbedrag opvallend lager was in 2019 in vergelijking met de andere jaren. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat in datzelfde jaar een hoog aantal (het hoogste) projecten ondersteund werden (29).

Tabel 57: Screen Flanders – Gemiddelde steun per jaar (2016-2020) (VAF)

Gemiddelde steun per jaar Screen Flanders (in €)	Bru majoritair	VL majoritair	VL minoritair	Jaargemiddelde
2016		180.833	166.429	173.077
2017		144.000	218.214	187.292
2018		197.222	171.250	182.381
2019		120.417	176.176	153.103
2020	181.000	207.375	166.000	184.211
Gemiddelde maj/min	181.000	166.451	180.522	174.496

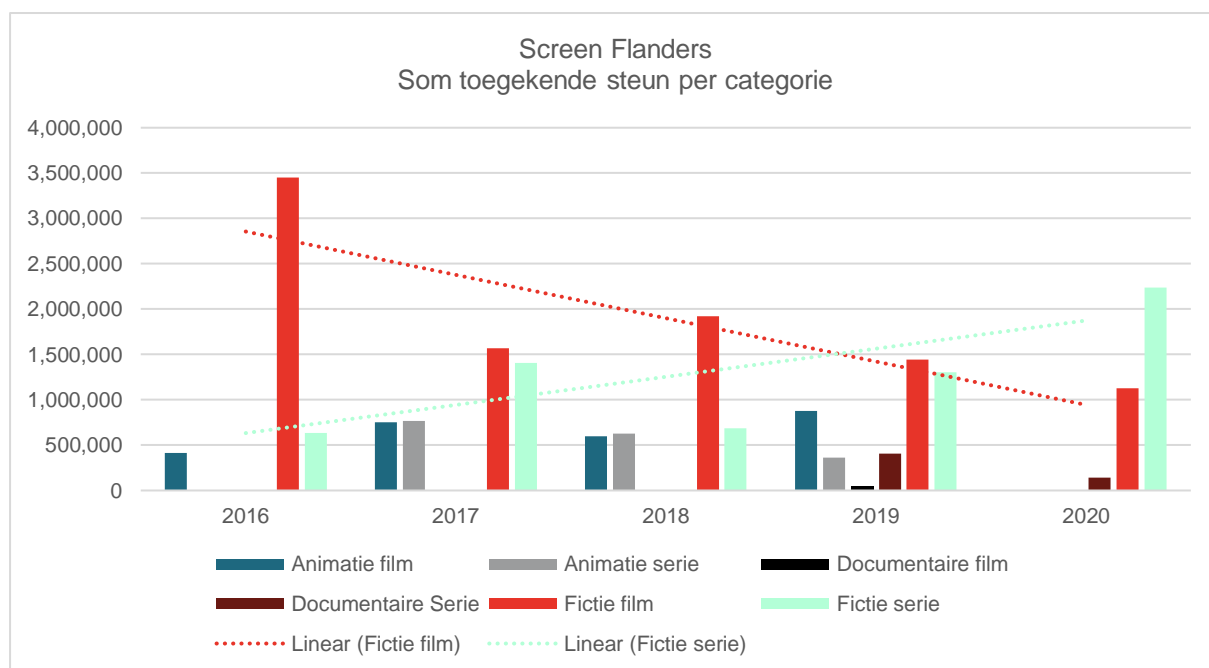
Het gemiddeld steunbedrag per project stijgt voor Vlaams majoritaire projecten van €180.833 in 2017 naar €207.375 in 2020 (+15%), terwijl de gemiddelde steun per project voor Vlaams minoritaire projecten in vergelijking tussen 2016 en 2020 niet veel verschilt (€166.000). Echter, de evolutie over de periode 2017-2020 toont wel een daling (-24%) in gemiddelde steun per minoritair project. Over de periode 2016-2020 is het gemiddelde steunbedrag voor Vlaams majoritaire projecten €166.451 en voor Vlaams minoritaire projecten €180.522. Het algemeen gemiddelde over de periode 2016-2020 ligt op €174.496, d.w.z. dat Vlaams majoritaire projecten onder het algemeen gemiddelde zitten, en Vlaams minoritaire projecten erboven. Dit betekent dat Vlaams majoritaire projecten per project gemiddeld minder steun krijgen dan Vlaams minoritaire projecten.

Tabel 58: Screen Flanders – Totaal toegekende steun per categorie (2016-2020) (VAF)

Totaal toegekende steun per categorie (in €)	2016	2017	2018	2019	2020	Totaal
Animatie film	415.000	755.000	600.000	880.000		2.650.000
Animatie serie		770.000	625.000	360.000		1.755.000
Documentaire film				45.000		1.755.000
Documentaire Serie				410.000	140.000	550.000

Fictie film	3.450.000	1.565.000	1.920.000	1.440.000	1.124.000	9.499.000
Fictie serie	635.000	1.405.000	685.000	1.305.000	2.236.000	6.266.000
Eindtotaal	4.500.000	4.495.000	3.830.000	4.440.000	3.500.000	20.765.000

In de periode 2016-2020 ging 46% van de totale toegekende steun naar fictiefilms, 30% naar fictieseries, 13% naar animatiefilms, 8% naar animatieseries en 3% naar documentairefilms. De totaal toegekende steun voor fictieseries is 255% gestegen tussen 2016 en 2020, dus 2,5 keer meer geworden, terwijl de totaal toegekende steun voor fictiefilms 67% gedaald is tussen 2016-2020 (zie visuele voorstelling in onderstaande grafiek).



Figuur 89: Screen Flanders – Som toegekende steun per categorie per jaar (2016-2020) (VAF)

De bovenstaande grafiek geeft een visuele weergave van de dalende trend in het aantal fictiefilms dat ondersteund werd, tegenover een stijgende trend van de fictieseries. Dus hoewel het totaalbedrag toegekende steun afnam, zien we een stijgende trend in aantal fictieseries dat ondersteund werd, maar wel een dalende trend voor het aantal fictiefilms. De daling van het totaalbudget weerspiegelt zich dus in de ondersteuning van fictiefilms, en niet in die van fictieseries (waar een stijging te zien is).

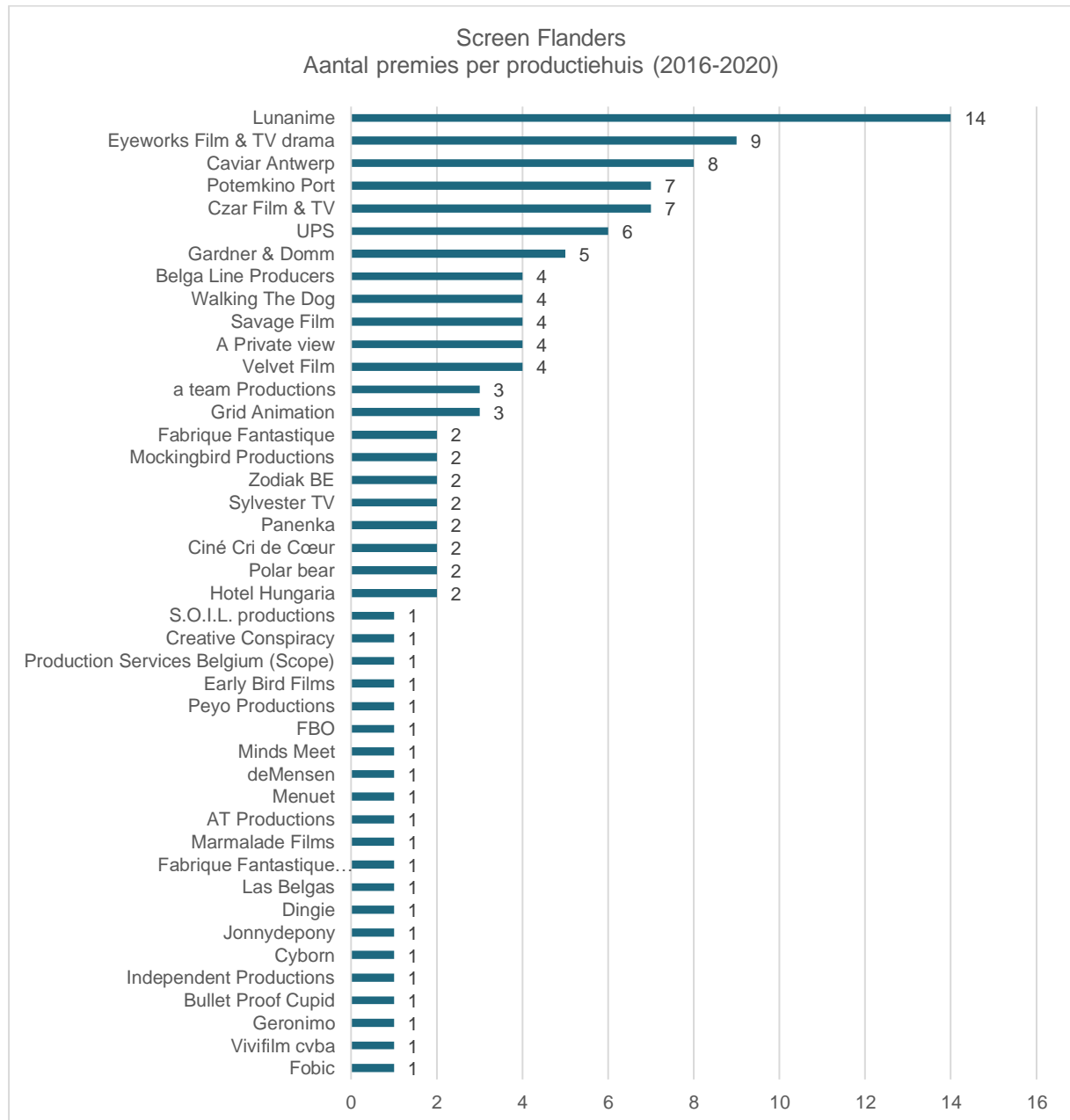
Tabel 59: Screen Flanders – Gemiddelde toegekende steun per categorie (2016-2020) (VAF)

Gemiddelde toegekende steun per categorie (in €)	2016	2017	2018	2019	2020	Gemiddelde per categorie
Animatie film	138.333	188.750	200.000	220.000		189.286
Animatie serie		256.667	208.333	120.000		195.000
Documentaire film				45.000		45.000
Documentaire Serie				136.667	140.000	137.500
Fictie film	181.579	156.500	160.000	120.000	124.889	153.210
Fictie serie	158.750	200.714	228.333	217.500	248.444	216.069
Jaargemiddelde	173.077	187.292	182.381	153.103	184.211	174.496

Animatiefilms krijgen gemiddeld €189.286 steun. Animatieseries krijgen gemiddeld iets meer (€195.000). Documentairefilm heeft één keer steun gehad in de periode 2016-2020, dit bedrag was €45.000 (en is dus ook het gemiddelde). Documentaireseries hebben gemiddeld €137.500 steun

ontvangen. Het gemiddeld steunbedrag voor documentaire series kende een lichte stijging van het gemiddelde bedrag van €136.667 in 2019 naar €140.000 in 2020. Fictiefilms krijgen gemiddeld €153.210 steun. Fictiefilms hebben het hoogste gemiddelde steunbedrag van alle categorieën, nl. €216.069. Het gemiddelde steunbedrag voor een fictieserie steeg van €158.750 naar €248.444 (+57%) tussen 2016 en 2020. Het gemiddelde steunbedrag voor een fictiefilm, daarentegen, daalde van €181.579 naar €124.889 (-31%) tussen 2016 en 2020.

Spreiding productiehuizen



Figuur 90: Screen Flanders - Aantal premies per productiehuis (2016-2020) (VAF)

Het productiehuis dat in de periode 2016-2020 de meeste steun ontvangen heeft, is Lunanime met 14 (12%) premies, gevolgd door Eyeworks Film & TV Drama met 9 (8%) premies en op de derde plaats staat Caviar met 8 (7%) premies. In totaal hebben 119 titels van 43 productiehuizen steun ontvangen in de periode 2016-2020.

Uitgesplitst per categorie, gaan de premies voor animatie voornamelijk naar Lunanime, Walking the Dog en Mockingbird Productions. De premies voor documentaire gaan naar Panenka, Czar Film & TV, Hotel Hungaria en Las Belgas. Voor fictie zijn UPS (Umedia Production Services), Eyeworks Film & TV, Caviar en Lunanime de grootste afnemers. Eyeworks Film & TV drama bevindt zich in elke categorie.

Tabel 60: Screen Flanders – Aantal premies per productiehuis (fictie film/serie) (2016-2020) (VAF)

Categorie	Productiehuis	Aantal premies (2016-2020)	Categorie	Productiehuis	premies (2016-2020)
Fictie film	UPS	6	Fictie serie	Lunanime	9
	Eyeworks Film & TV drama	6		Belga Line Producers	3
	Caviar Antwerp	5		Caviar Antwerp	3
	Potemkino Port	5		Czar Film & TV	2
	Savage Film	4		Potemkino Port	2
	Czar Film & TV	4		Gardner & Domm	2
	a team Productions	3		Eyeworks Film & TV drama	2
	Velvet Film	3		A Private view	1
	A Private view	3		Zodiak BE	1
	Gardner & Domm	3		Velvet Film	1
	Polar bear	2		jonnydepony	1
	Sylvester TV	2		Ciné Cri de Cœur	1
	Belga Line Producers	1		AT Productions	1
	FBO	1		Totaal	29
	Fobic	1			
	Production Services Belgium (Scope)	1			
	Geronimo	1			
	Early Bird Films	1			
	Hotel Hungaria	1			
	Bullet Proof Cupid	1			
	Independent Productions	1			
	deMensen	1			
	Marmalade Films	1			
	Dingie	1			
	Zodiak BE	1			
	Ciné Cri de Cœur	1			
Minds Meet	1				
Menuet	1				
Totaal		62			

Tabel 61: Screen Flanders – Aantal premies per productiehuis (animatie film/serie) (2016-2020) (VAF)

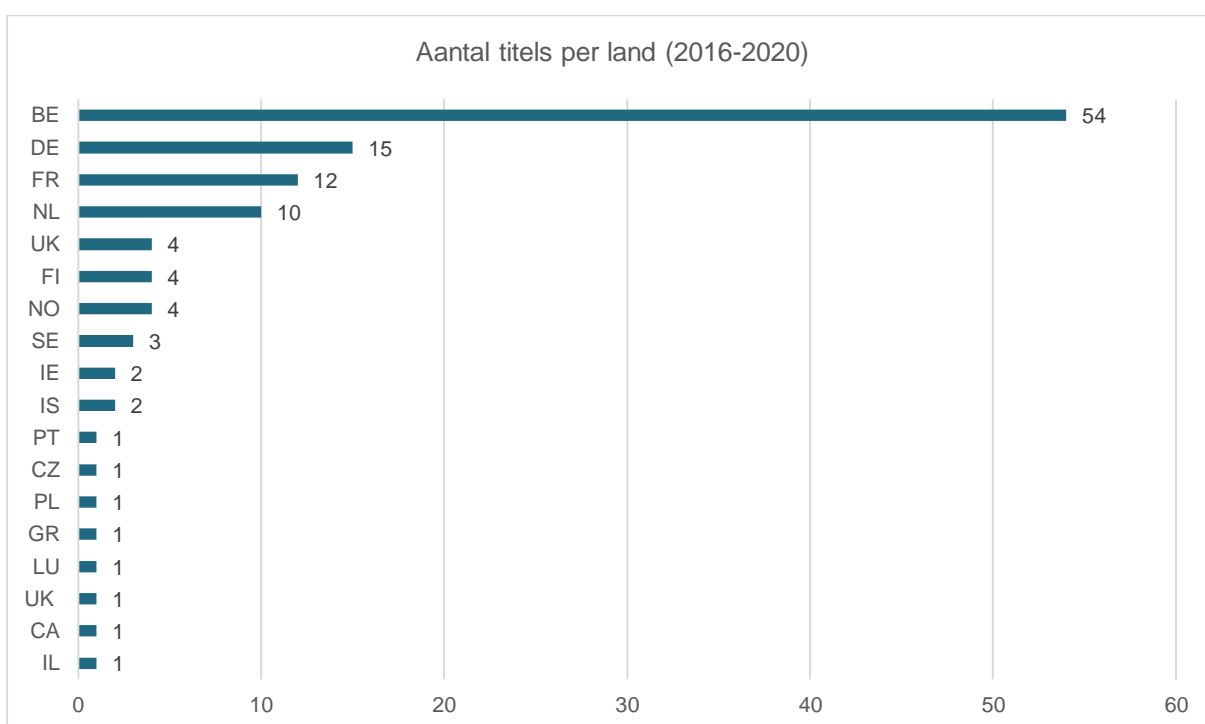
Categorie	Productiehuis	Aantal premies (2016-2020)	Categorie	Productiehuis	premies (2016-2020)
Animatie film	Lunanime	3	Animatie serie	Mockingbird Productions	2
	Walking The Dog	3		Lunanime	2
	Grid Animation	3		Peyo Productions	1
	Vivifilm cvba	1		Fabrique Fantastique (was Grid)	1
	Cyborn	1		Walking The Dog	1
	Fabrique Fantastique	1		Creative Conspiracy	1
	Eyeworks Film & TV drama	1		Fabrique Fantastique	1
	S.O.I.L. productions	1			
Totaal		14	Totaal	9	

Tabel 62: Screen Flanders –Premies per productiehuis (documentaire film/serie) (2016-2020) (VAF)

Categorie	Productiehuis	Aantal premies (2016-2020)	Categorie	Productiehuis	premie (2016-2020)
Documentaire film	Las Belgas	1	Documentaire Serie	Paneka	2
Totaal		1		Czar Film & TV	1
				Hotel Hungaria	1
			Totaal		4

Verdeling coproducerende landen

Screen Flanders heeft in 2020 de kaap van 200 ondersteunde projecten gehaald (2012-2020). België blijkt het grootste coproducerende land te zijn; 93 van de 200 projecten waren gecoproduceerd met België (47%). Nederland is het tweede grootste coproducerende land (15%), dan Denemarken (11%) en dan Frankrijk (9%).



Figuur 91: Screen Flanders - Coproducerende landen (2016-2020) (Screen Flanders)

Bevindingen uit de interviews met stakeholders

Tabel 63: Screen Flanders – Bevindingen uit de interviews met stakeholders

Bevindingen uit de interviews met stakeholders: Screen Flanders

- Stakeholders zijn tevreden met de open, ondersteunende en professionele houding en werking van Screen Flanders. Ze geven aan dat Screen Flanders te kampen heeft met enorme competitie (heel veel aanvragen voor een “beperkt” budget). Stakeholders zijn voorstander om het budget van Screen Flanders te verhogen;
- Stakeholders uit de documentairesector vinden de criteria onhaalbaar: de *threshold* is te hoog (instapdrempel van €250.000);
- Stakeholders geven aan dat het zinvol kan zijn om game toe te voegen aan Screen

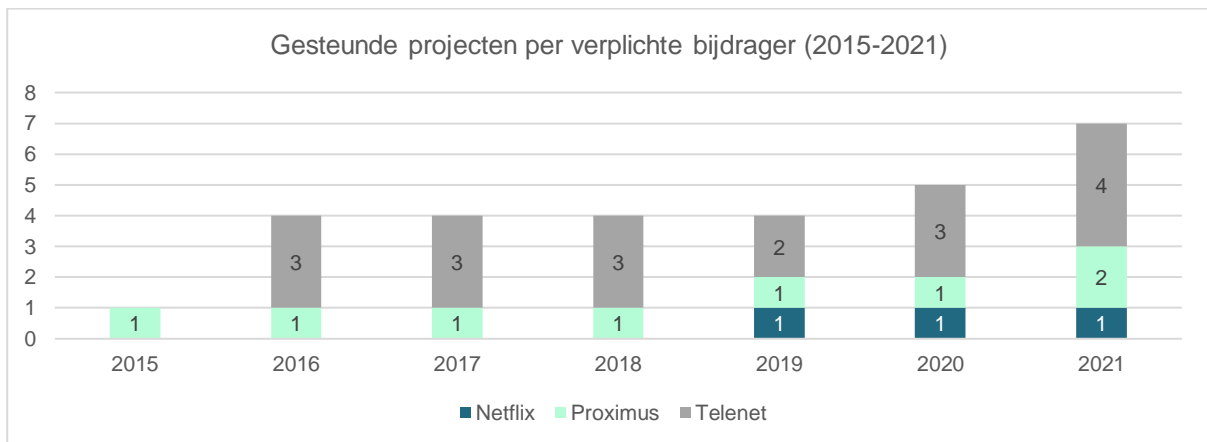
Flanders;

- Screen Flanders zelf is wel vragende partij om uit te breiden naar game mits meer middelen en expertise
- Stakeholders geven aan dat gezien het huidige klimaat dergelijk fonds flexibel moet kunnen omspringen met zijn middelen

Stimuleringsregeling en investeringsverplichting

Analyse op basis van de output

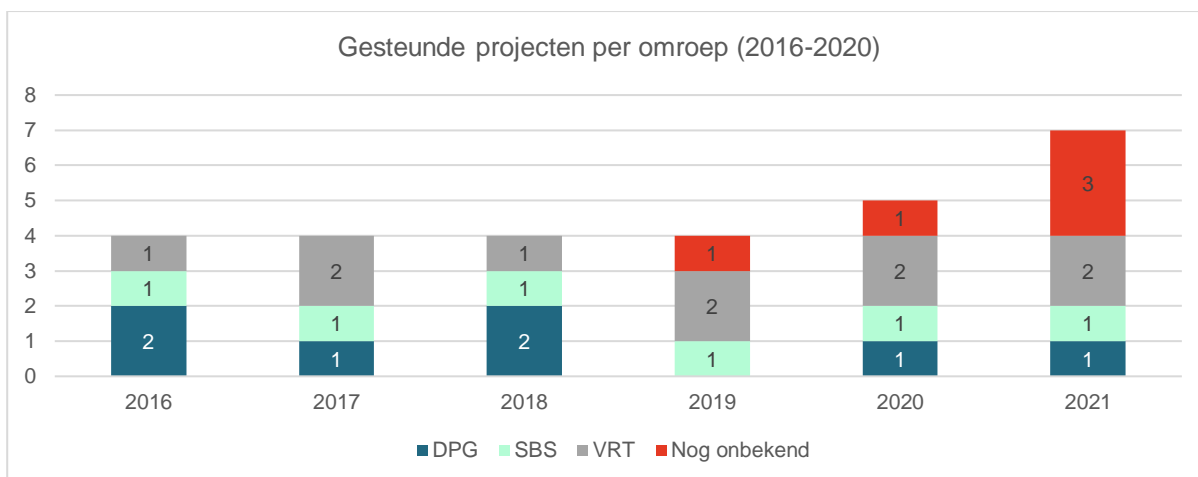
De middelen die geïnvesteerd worden in de audiovisuele sector via de investeringsverplichting komen enerzijds via de stimuleringsregeling voor dienstenverdelers (sinds 2014), anderzijds via de investeringsverplichting voor niet-lineaire televisieomroeporganisaties (sinds 2019). Onder deze laatste vallen ook niet-lineaire televisieomroeporganisaties die niet in Vlaanderen zijn gevestigd maar wel de Vlaamse markt bedienen. Spelers kunnen ofwel rechtstreeks investeren, ofwel een storting doen in het VAF/Mediafonds. Telenet, Proximus en Netflix kiezen voor rechtstreekse investering. Proximus doet dit van bij de start, Telenet sinds 2016. Onderstaande figuur toont het aantal projecten waaraan de investeringsverplichting is verbonden.



Figuur 92: Coproductieprojecten investeringsverplichting per distributiespeler (imec-SMIT-VUB)

Tussen 2015 en 2021 werden in totaal 29 projecten goedgekeurd onder de huidige regeling. Gezien Telenet de grootste bijdrage levert als grootste speler, zijn het grootste deel (18 projecten) reeksen waar Telenet aan verbonden is. Met uitzondering van slechts één Netflix documentaireproductie (*Voices of Liberation*) zijn alle goedgekeurde projecten fictiereeksen. In de huidige stimuleringsregeling is er steeds een lineaire omroep betrokken bij het coproductieproject. In totaal gingen tot nog toe 7 reeksen naar DPG Media-zenders, 6 naar SBS Belgium en 10 naar VRT. Dienstenverdelers verkiezen een duidelijke spreiding over de zenders waarmee ze samenwerken.

De figuur hieronder geeft de verdeling weer per omroep betrokken bij de productie. Onder het label 'nog onbekend' vallen hetzij de projecten waarvan op het moment van redactie van dit rapport niet duidelijk was aan welke zender ze verbonden waren, hetzij projecten die vallen onder de investeringsverplichting voor niet-lineaire omroeporganisaties (zoals Netflix). In dat geval is geen vereiste voor een betrokken lineaire FTA-omroep.



Figuur 93: Coproductieprojecten stimuleringsregelingen per omroep (imec-SMIT-VUB)

De evolutie van geïnvesteerde sommen blijft relatief gelijk tussen 2016 en 2020. Door de toevoeging van Netflix kon worden verwacht dat er een duidelijke stijging zou zijn vanaf 2020 in totaal opgehaalde gelden uit investeringsverplichtingen, maar omdat één project van Telenet niet door de VRM werd erkend als coproductieproject en doorgestort werd naar het VAF/Mediafonds is de stijging pas vanaf 2021 duidelijk merkbaar. Uit confidentialiteitsoverwegingen geven we geen absolute bedragen weer per jaar.

Spelers die niet rechtstreeks investeren doen een bijdrage aan het VAF/Mediafonds, hetzij op basis van het aantal abonnees, hetzij op basis van de omzet in Vlaanderen. Onderstaande tabel geeft de bedragen weer die spelers in 2020 bijdroegen aan het VAF/Mediafonds.

Tabel 64: Investeringsverplichting doorstortingen naar VAF (VAF jaarverslag 2020)

Bijdrage aan het VAF 2020	Stimuleringsregeling dienstenverdelers(in EUR)	Investeringsverplichting niet-lineaire televisieomroependiensten (in EUR)
Orange Belgium	145.360	
M7	110.711	
Stievie	12.427	
Nethys	943	
Amazon		34.404
Apple		42.076
Totaal	269.441	76.480

Wel geven we mee dat de totale som van gelden geïnvesteerd in de audiovisuele sector door de investeringsverplichting in totaal neerkomt op **€4.850.000**. Dit is inclusief de sommen van de bijdragen van spelers aan het VAF/Mediafonds. Onderstaande tabel geeft de goedgekeurde coproductieprojecten weer tussen 2015 en 2021.

Tabel 65: Coproductieprojecten investeringsverplichtingen (VRM)

Jaar	Productie	Zender	Omroep	Distributeur
2015	Tytgat chocolat	één	VRT	Proximus
2016	De Bende van Jan De Lichte	vtm	DPG	Proximus
2016	Spitsbroers 2	vtm	DPG	Telenet
2016	Callboys 1	vier	SBS	Telenet
2016	Over Water 1	één	VRT	Telenet
2017	Gina en Chantal	vtm	DPG	Telenet

2017	Callboys 2	vier	SBS	Telenet
2017	Black Out	één/Streamz	VRT	Telenet
2017	Undercover	één	VRT	Proximus
2018	Fair Trade	vtm	DPG	Telenet
2018	Studio Tarara	vtm	DPG	Proximus
2018	Grond	vier	SBS	Telenet
2018	Over Water 2	één	VRT	Telenet
2019	Voices of Liberation			Netflix
2019	Nonkels	vier	SBS	Telenet
2019	GR5	één	VRT	Telenet
2019	Undercover 2	één	VRT	Proximus
2020	Twee Zomers	/	/	Netflix
2020	Geldwolven	vtm	DPG	Telenet
2020	De Kist	vier	SBS	Telenet
2020	Lost luggage	één	VRT	Telenet
2020	Undercover 3	één	VRT	Proximus
2021	Diamonds	/	/	Netflix
2021	Mobutu	/	/	Proximus
2021	Exen	vtm	DPG	Telenet
2021	Panna	vier	SBS	Telenet
2021	Chantal	één	VRT	Telenet
2021	De Twaalf (S2)	één	VRT	Proximus
2021	CIRO	(Onbekend)	(onbekend)	Telenet

Evaluatie uit interviews

Tabel 66: Stimuleringsregeling voor dienstenverdelers – Bevindingen uit interviews met stakeholders

Bevindingen uit interviews met stakeholders: Stimuleringsregeling

- Dienstenverdelers geven aan dat ze graag meer verschillende projecten willen stimuleren, in termen van genres en types, maar dat met de huidige begrenzings van 20% en 50% je slechts een paar grote projecten kan stimuleren. Zij zijn voorstander van een lagere onderbegrenzing (<20%) en een hogere bovenbegrenzing (>50%), met als reden dat dit voor meer diversiteit zou zorgen in wat ze kunnen ondersteunen. Echter, voor veel andere stakeholders (zoals producenten en VAF) lijkt er wel nog een belangrijke meerwaarde in het vasthouden aan de percentages om fragmentering tegen te gaan en voldoende budget voor producties te kunnen garanderen.
- Dienstenverdelers geven ook aan dat er tegenover de investering *iets* in ruil moet staan. Ze geven aan dat ze in ruil voor de investering rechten zouden willen ontvangen.
- Stakeholders geven aan dat er een nood is voor een open dialoog met de sector over ieders behoeften en noden, om dan te kijken hoe er meer op elkaar kan ingespeeld worden (naar analogie van Wallonië, met de 'Chambre de Concertation').¹¹⁶

Tabel 67: Investeringsverplichting voor niet-lineaire televisieomroepdiensten – Bevindingen uit interviews met stakeholders

Bevindingen uit interviews met stakeholders: Investeringsverplichting voor niet-lineaire omroepdiensten

- Alle stakeholders (buiten niet-lineaire televisieomroepdiensten zelf) geven aan dat de investeringsverplichting voor niet-lineaire televisieomroepdiensten meer geld moet kunnen ophalen en geven aan dat het % verhoogd kan worden.
- Niet-lineaire televisieomroepdiensten (dus de 'SVOD-spelers') zien liever een zo laag mogelijk percentage

¹¹⁶Fédération Wallonie-Bruxelles. (2020). Réforme de la gouvernance culturelle : lancement d'un appel à candidatures pour la constitution du Conseil supérieur de la Culture, des commissions d'avis et des chambres de concertation sectorielles. http://www.culture.be/index.php?id=13048&tx_ttnews%5Bpointer%5D=7&tx_ttnews%5BbackPid%5D=13044&tx_ttnews%5Btt_news%5D=9198&cHash=9cf45a226cb726b65c7410a030ef28f8

- Lineaire televisieomroeporganisaties sturen aan op het beschermen van een gelijk *level playing field* in de financiering van audiovisuele producties van zowel de lineaire als de niet-lineaire televisieomroepdiensten, indien de niet-lineaire televisiediensten meer zullen moeten investeren.
- Sommigen geven aan dat dergelijke investeringsplicht ook voor vertoners (bioscopen) en filmdistributeurs moet gelden (zie model Frankrijk), maar dat dit wel goed bekeken moet worden zeker in het huidige COVID-19 klimaat
- Stakeholders verwijzen naast het Franse model voor investeringsverplichting, wanneer men vraagt naar “het grote voorbeeld”, omdat er zowel een heffing als een directe investeringsverplichting van toepassing is, die elk hoge(re) percentages hebben en dat ook gratis diensten (bv. YouTube) door de heffing gecapteerd worden. Er moet ook zowel geïnvesteerd worden in ‘audiovisuele’ als in ‘cinematografische’ werken, en ze maken hier duidelijk een onderscheid in.¹¹⁷ Verder worden ook vertoners (bioscopen) gecapteerd door een investeringsverplichting.
- Stakeholders geven aan dat als er niets tegenover de investering staat, het heel moeilijk onderhandelen is; met andere woorden: investeerders willen iets terug in ruil voor de investeringen die ze doen (hier duiden de stakeholders op rechten in ruil).
- De documentairesector pleit ervoor dat de investeringsregeling ook documentaire ten goede komt, of dat documentaire er ook/meer baat bij heeft
- Stakeholders hebben uiteenlopende meningen of de investering gebaseerd moet zijn op de omzet of het aantal abonnees.

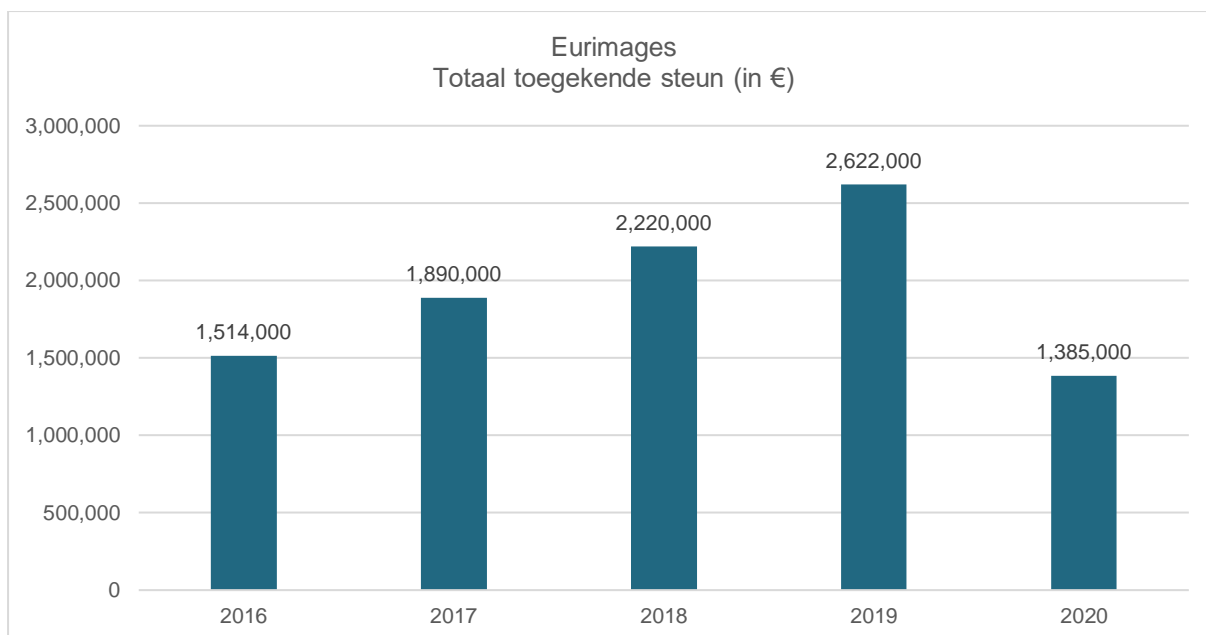
Eurimages

Analyse op basis van de output

Eurimages is een steunprogramma van de Raad van Europa, dat sinds 1989 steun geeft aan Europese coproductieprojecten voor film. Naast coproductie ondersteunt Eurimages ook distributie van Europese film buiten Europa en zet de organisatie recent sterk in op inclusie en gendergelijkheid in de audiovisuele sector. De financiering is afkomstig van vrijwillige deelname van lidstaten. Het kan dus voorkomen dat landen proportioneel meer bijdragen aan Eurimages dan dat ze eruit halen. In de praktijk wordt ook rekening gehouden dat landen die proportioneel veel meer bijdragen ook meer projecten toegekend krijgen. Dat heeft uiteraard ook te maken met het feit dat grote landen automatisch ook veel groter aandelen films maken en dus ook meer indieningen hebben bij Eurimages. Eurimages geeft steun in de vorm van gap financing, met andere woorden: de coproductie moet al bestaan voorafgaand aan de steunaanvraag bij Eurimages. De voorbije twee decennia zijn regels m.b.t. aantal coproductanten en aantal territoria waarin de film moet worden gereleased versoepeld. Toegekende bedragen variëren tussen 75.000 en 460.000 euro, waarbij vooral de animatieprojecten de hoogste steun genieten.

In de periode 2016-2020 werden 37 Vlaamse producties ondersteund door Eurimages voor een totaalbedrag van €9.6 miljoen. De meerderheid betreft echter wel minoritair Vlaamse projecten (26 projecten), tegenover 11 majoritaire producties. In totaal ging €2,45M, oftewel 25% van de toegekende middelen (€9,63M) naar majoritaire producties. Daarnaast zien we dat er aanzienlijk meer fictieprojecten steun ontvingen in vergelijking met het animatie- en documentairegenre (respectievelijk 23, 7 en 8). De toegekende steun kende een merkelijk stijgend verloop, om vervolgens te dalen in 2020.

¹¹⁷ Komorowski, M., Lordache, C., Kostovska, I., Tintel, S. & Raats, T. (2021). Obligations for VOD providers to financially contribute to the production of European works, a 2021 update. Brussel: imecSMIT-VUB. https://smit.vub.ac.be/wp-content/uploads/2021/06/Komorowski-et-al_2021_-A-European-comparison-of-investment-obligations-on-VOD-providers-to-financially-contribute-to-the-production-of-European-works_Report-2021_FINAL.pdf



Figuur 94: Eurimages – Totaal toegekende steun (in €) (Eurimages)

De gemiddelde toegekende steun over de vijf jaar voor majoritaire projecten bedroeg €222.727, voor minoritaire projecten €276.192. De tabel hieronder geeft de majoritair Vlaamse producties weer die gesteund werden tussen 2016 en 2020.

Tabel 68: Eurimages – Overzicht majoritair Vlaams (2016-2020) (Eurimages)

Jaar	Naam	Genre	Budget	Aandeel Vlaamse producent
2016	Zagros	fictie	€ 150.000	78,73%
2016	Le fidèle	fictie	€ 460.000	21,27%
2017	Sakawa	docu	€ 75.000	70,33%
2017	Drijven	fictie	€ 150.000	79,35%
2018	The Barefoot Emperor	fictie	€ 250.000	68,51%
2018	Het Mirakel van Almeria	docu	€ 60.000	68,92%
2018	Where is Anne Frank	animatie	€ 450.000	41,74%
2019	Mijn vader is een saucisse	fictie	€ 230.000	69,56%
2020	La Civil	fictie	€ 225.000	75,82%
2020	The Falling Sky	docu	€ 90.000	80%
2020	Het smelt	fictie	€ 310.000	77,86%

Uit de analyse besluiten we dat, ondanks de beperkte steunhoogte, Eurimages toch een meerwaarde biedt voor Vlaanderen, en deelname aan het Eurimages-programma met andere woorden aanbevolen blijft:

- Het vormt een extra financieringsbron voor vaak kwetsbare producties;
- Het geeft extra visibiliteit aan Vlaamse projecten, via communicatie van Eurimages zelf;
- Het ondersteunt producenten die coproduceren in Europa, en beloont op die manier vaak complexe en tijdsroevende ontwikkelingsprocessen;
- Van coproducties is geweten uit eerder onderzoek (o.a. het MeCETES-onderzoek) dat ze gemiddeld in meer territoria vertoond worden dan enkel de deelnemende landen, in vergelijking met films die geen coproductie zijn;

- Eurimages is een toonaangevende instelling op het vlak van inclusie en diversiteit.

Het strekt tot aanbeveling vanuit VAF ook samen met producenten na te gaan welke projecten mogelijk in aanmerking komen voor Eurimages en op die manier de maximum kansen te benutten. Uit gesprekken blijkt wel dat Eurimages, overigens net als Creative Europe, geen grote onbekende meer is bij Vlaamse producenten, en wellicht – indien de mogelijkheid tot steun van Eurimages bestaat – die opties al geëxploreerd worden.

Bevindingen uit interviews

Tabel 69: Eurimages – Bevindingen uit interviews met stakeholders

Bevindingen uit interviews met stakeholders: Eurimages	
•	Stakeholders zijn tevreden over de ondersteuning die Eurimages biedt, zowel op vlak van begeleiding als financiële ondersteuning
•	Stakeholders geven aan dat de producties die deze steun ontvangen vaak producties zijn met veel co-financieringspartners, en internationale financiering zorgt voor internationale distributie
•	Stakeholders geven aan dat Eurimages zowel ontwikkelingssteun als distributiesteun geeft, en zeker dat laatste is interessant
•	Stakeholders geven aan dat een samenwerking met Eurimages belangrijk is, zeker voor een territorium waar minder financieringsmogelijkheden zijn
•	Stakeholders geven aan dat Eurimages een soort van kwaliteitslabel voorstelt
•	Stakeholders geven aan dat het niet eenvoudig is om Eurimages ondersteuning vast te krijgen (dit geldt ook voor Creative Europe/MEDIA)

Creative Europe Desk Vlaanderen (MEDIA)

Analyse op basis van de output

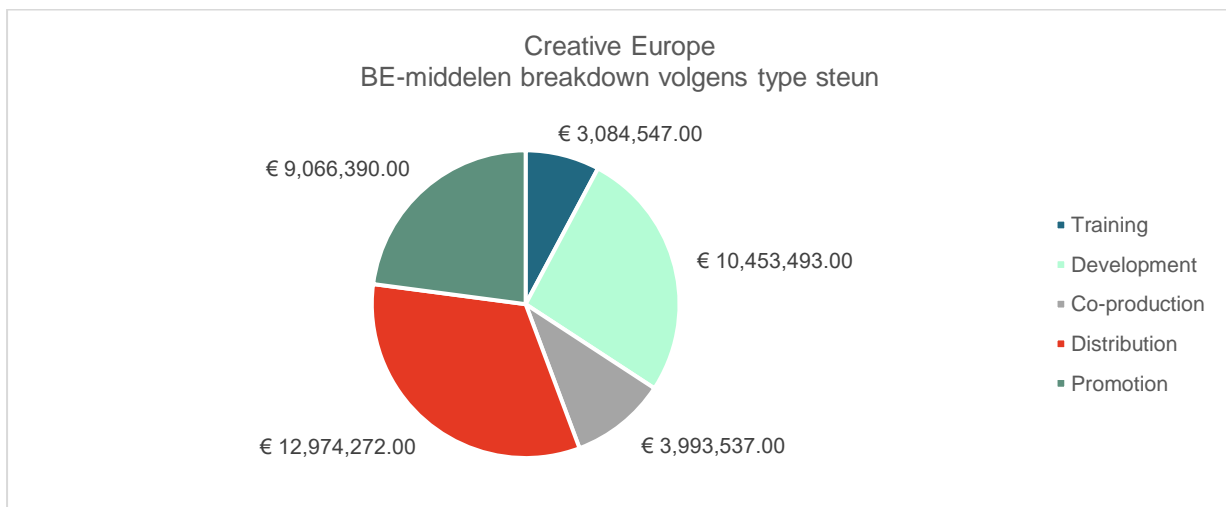
Creative Europe is een supranationaal steunprogramma van de Europese Commissie. Creative Europe overkoepelt zowel ondersteuning aan cultuur, media als cross-over tussen beide. Elke lidstaat kent minstens 1 Creative Europe Desk. De grootste meerwaarde van MEDIA situeert zich in de ondersteuning van opleiding, netwerking enerzijds, en ondersteuning van distributie anderzijds. Europese onafhankelijke distributeurs en vertoners van Europese film zijn vaak afhankelijk van steun van het programma. Daarnaast ondersteunt MEDIA ook ontwikkeling van kwetsbare genres (fictie, docu, animatie) en tv-productieprojecten. Recenter is er ook steun voor meer experimentele content en video games. Belangrijk op te merken is dat Creative Europe rapporteert op Belgisch niveau, niet op Vlaams niveau. Daardoor kunnen cijfers voor Vlaanderen en Vlaamse spelers in Brussel niet steeds afzonderlijk worden meegenomen. In totaal werd €795 miljoen gependend; €39.6 werd toegekend aan Belgische producties. Onderstaande tabel geeft de totale hoeveelheden financiering weer voor Belgische projecten.

Tabel 70: MEDIA – Overzicht aantal MEDIA producties (Creative Europe Desk Vlaanderen)

Year	EU Projects		BE Projects	
	Number	Amounts	Number	Amounts
2014	1 790	109.600.126 €	114	6.332.768 €
2015	2 061	106.885.366 €	101	3.910.518 €
2016	1 983	104.883.140 €	86	5.392.494 €

2017	2 133	110.819.280 €	82	4.944.282 €
2018	2 201	112.250.507 €	102	7.791.131 €
2019	1 161	124.215.612 €	48	5.442.105 €
2020	834	126.306.977 €	47	5.758.941 €
Total	12 163	794.961.008 €	580	39.572.239 €

Onderstaande figuur geeft de Belgische budgetverdeling weer. De grootste sommen worden geïnvesteerd in ontwikkeling (26%) en distributie (33%). Verder gaat 23% naar promotie, 10% naar co-productie en 8% naar training.



Figuur 95: Creative Europe Desk Vlaanderen - BE-middelen breakdown volgens type steun (Creative Europe Desk Vlaanderen)

Creative Europe Desk Vlaanderen volgt de resultaten van de ingediende en goedgekeurde projecten op. Op basis van data verkregen van Creative Europe Desk Vlaanderen kunnen alvast volgende vaststellingen worden gemaakt:

- In totaal werd meer dan €53,3 miljoen sinds 2014 verdeeld over 367 Europese trainingsinitiatieven. 14 projecten daarvan waren Belgisch (goed voor €3 miljoen).
- De directe maatregelen zorgen eveneens voor een indirecte impact op de Belgische sector. Dit zien we o.a. bij Europese filmdistributeurs en sales agents die steunmaatregelen herinvesteren in de distributie, campagnes, en ondersteuning van Belgische cinema's. Creative Europe Desk Vlaanderen schat de indirecte meerwaarde op een totaal van €14 miljoen.
- Het MEDIA-programma spendeerde meer dan €40 miljoen aan single projecten waarmee bijna 1.000 Europese projecten werden gerealiseerd, waarvan 54 Belgische projecten die bijna €2.2 miljoen aan subsidies ontvingen. In totaal werden er 24 documentaires (€600.000), 21 fictie projecten (€1.050.000) en negen animatiefilms (€540.000) ontwikkeld.
- Projecten die steun ontvangen van Creative Europe zijn bijna steeds gesteund door VAF (majoritair of minoritair)
- De circulatie van Europese werken is cruciaal voor het MEDIA-programma. Er zijn vijf initiatieven die bijdragen tot een daadkrachtige distributie van Europese content: automatische ondersteuning, selectieve ondersteuning, sales agents ondersteuning, Europees cinema netwerk en online promotie. In totaal spendeerde het MEDIA-programma €376,77 miljoen aan de vijf initiatieven, maar liefst 47,4% van het totale MEDIA-budget.
- Het initiatief stimuleert ook langspeelfilm-filmdistributeurs om te investeren in promotie van niet-nationale Europese films, waarbij minstens zeven filmdistributeurs samenwerken met de sales

agent. De voorbije zeven jaar werd bijna €71 miljoen gespendeerd aan het initiatief, waarvan meer dan €1,4 miljoen werd verdeeld over 91 Belgische projecten.

- Het MEDIA-programma investeerde meer van €18 miljoen in het ondersteunen van sales agents. Echter, werden er geen Belgische sales agents gesteund.
- Er werden sinds 2014 3 Belgische videogames gesteund, maar vooralsnog vonden geen Vlaamse videogameontwikkelaars de weg naar het fonds.
- MEDIA ondersteunt jaarlijks Europese bioscopen die deel uitmaken van Europa Cinemas. Het netwerk bestaat uit 1.216 cinema's verspreid over 738 Europese steden. Jaarlijks werd sinds 2014 minimum 10 maximum 16 miljoen geïnvesteerd in het netwerk, goed voor een totaal van bijna €82.2 miljoen euro. Momenteel zijn 33 Belgische cinema's lid van het netwerk die in totaal meer dan €2 miljoen aan subsidies ontvingen.
- MEDIA investeert in filmfestivals die de nadruk leggen op Europese films. Er werd in totaal meer dan €24 miljoen geïnvesteerd waarmee 535 filmfestival edities werden gefinancierd. Hiervan werden 31 Belgische filmfestival edities gesteund die meer dan €1 miljoen ontvingen.
- In totaal investeerde MEDIA meer dan €12 miljoen in projecten rond publieksonwikkeling, waarvan €58.000 werd gespendeerd aan een Belgisch project.
- MEDIA stimuleert de toegang tot de internationale markt door o.a. evenementen, online tools en B2B activiteiten. In totaal werd €54 miljoen gespendeerd waarvan €8 miljoen werd toegekend aan 35 Belgische activiteiten.

Onderstaande tabel geeft een overzicht van Vlaamse producties (hetzij majoritair Vlaams, hetzij minoritair). Gezien het om ontwikkelingssteun gaat, zijn de premies beperkt (afhankelijk van het genre). Steun varieert tussen de 25.000 en 60.000 euro.

Tabel 71: Creative Europe Desk Vlaanderen - Overzicht single gesteunde producties Creative Europe (2014-2019) (Creative Europe Desk Vlaanderen)

Jaar	Titel	Categorie	Steunbedrag	Productiehuis
2014	Zagros	Fictie	€ 50.000	A Private View
2014	Samuel en las nubes	Docu	€ 25.000	Clin d'Oeil films
2014	Bo's Bazaar	Animatie	€ 60.000	Vivi Films
2014	Le Ciel Flamand	Fictie	€ 50.000	Lunanime
2015	Back to Utopia	Docu	€ 25.000	Projecto
2015	Abracadabra	Animatie	€ 60.000	Vivi Films
2015	The Toxic Circle	Docu	€ 25.000	Lamo Films
2015	Sideline	Docu	€ 25.000	Visualantics
2016	The Memets	Animatie	€ 60.000	Walking the Dog
2017	Mitra	Docu	€ 25.000	Thank You & Good Night Productions
2017	Traces d'un village	Docu	€ 25.000	Dérives
2017	Mush-Mush and the Mushables	Animatie	€ 60.000	Thuristar
2017	The Miracle of Almeria	Docu	€ 25.000	Timescapes
2017	Rooms we live in	Docu	€ 25.000	Associate Directors
2018	Borderline	Docu	€ 25.000	Off World
2018	Flux	Docu	€ 25.000	Limerik Films
2018	Iraq's Invisible Beauty	Docu	€ 25.000	Las Belgas
2019	Sunrise Kids	Docu	€ 25.000	Visualantics Productions
2019	Fortress	Fictie	€ 50.000	Bo Films

Naast single projecten ondersteunt het programma ook Slate projecten. Dat laat toe over een langere periode projecten te ontwikkelen en geeft productiehuisen financiële ademruimte om projecten te ontwikkelen (telkens tussen 3 en 5 projecten). In totaal spendeerde het MEDIA-programma sinds 2014 meer dan €87 miljoen aan 500 Europese slate projecten (3-5), waarvan 47 Belgische projecten die bijna

€8 miljoen aan subsidies ontvingen. Productiehuizen die genieten van slate zijn niet noodzakelijk de grootste huizen, wel producenten met een merklijke proven track record binnen een bepaald genre. De afgelopen zeven jaar werd meer dan €3,7 miljoen aan subsidies verdeeld over 12 Vlaamse productiehuizen. In de onderstaande tabel wordt de budgetbesteding weergegeven.

Tabel 72: Creative Europe Desk Vlaanderen - Vlaamse slate steun (2014-2020) (Creative Europe Desk Vlaanderen)

Jaar	Productiehuis	Premie	Jaar	Productiehuis	Premie
2014	Savage Films	€ 200.000	2018	Timescapes	€ 130.000
2014	Creative Conspiracy	€ 200.000	2018	Caviar Antwerp	€ 200.000
2014	Timescapes	€ 115.000	2018	Bulletproof Cupid	€ 200.000
2015	Fobic Films	€ 200.000	2018	De Mensen	€ 210.000
2016	Cine Cri de Coeur	€ 200.000	2019	Savage Films	€ 210.000
2016	Clin d'oeil Films	€ 89.160	2019	A Private View	€ 150.000
2016	Caviar Antwerp	€ 190.000	2020	Lunanime	€ 210.000
2017	Lunanime	€ 210.000	2020	Clin d'oeil Films	€ 150.000
2017	A Private View	€ 200.000	2020	Fobic Films	€ 200.000
2018	Daylight	€ 175.000	2020	De Mensen	€ 210.000
2018	Clin d'oeil Films	€ 89.160			

Onder het international co-production/tv programming scheme van het MEDIA-programma werden sinds 2014 340 reeksen ondersteund, goed voor een totaal van iets meer dan €9M. 17 projecten daarvan waren Belgisch (9 animatie, 6 documentaire, 2 fictiereeksen), voor een bedrag van in totaal 4 miljoen euro. Ondersteuning via deze maatregel laat steun tot €500.000 toe en is dus een aanzienlijk onderdeel van de financiering van projecten. Tussen 2014 en 2020 ontvingen 11 Vlaamse producenten steun, goed voor in totaal €3,57M.

Tabel 73: Creative Europe Desk Vlaanderen - Vlaamse tv-producties MEDIA (2014-2019) (Creative Europe Desk Vlaanderen)

Jaar	Titel	Genre	Premie	Productie
2014	Reach for the SKY	Docu	€ 44.402	Visualantics
2016	Salamander II	Fictie	€ 500.000	Skyline Entertainment
2018	Three Little Ninjas Delivery Service	Animatie	€ 500.000	Creative Conspiracy
2018	Interstellar Ella	Animatie	€ 500.000	Grid Animation
2018	Vos en Haas	Animatie	€ 350.000	Walking the Dog
2018	Mush-Mush and the Mushables	Animatie	€ 500.000	Thuristar
2019	Ollie	Animatie	€ 239.135	Lunanime
2019	Beau Séjour 2	Fictie	€ 500.000	De Mensen
2019	Meneer Papier	Animatie	€ 165.000	Mockingbird Productions
2019	Boderline	Docu	€ 225.000	Off World
2020	Iraq's Invisible Beauty	Docu	€ 50.000	Las Belgas

Bevindingen uit interviews

Tabel 74: Creative Europe Desk Vlaanderen – Bevindingen uit interviews met stakeholders

Bevindingen uit interviews met stakeholders: Creative Europe Desk Vlaanderen
<ul style="list-style-type: none"> • Stakeholders percipiëren Creative Europe als vooral gericht op cinema • Stakeholders beschouwen Creative Europe/MEDIA Desk als een aanspreekpunt voor informatie en advies • Stakeholders geven aan dat het VAF een voorbeeld kan nemen aan het Creative Europe/MEDIA programma in die zin dat Creative Europe nu meer gewicht geeft aan distributie en marketing

- Stakeholders blijken over het algemeen nog te weinig ervaring te hebben met Creative Europe
- Stakeholders geven ook aan dat het over het algemeen niet eenvoudig is om steun te ontvangen van Creative Europe/MEDIA omdat ze met een puntensysteem werken waar een klein land niet gemakkelijk aan genoeg punten komt

Tax Shelter Audiovisuele werken

Tabel 75: Tax Shelter – Bevindingen uit interviews met stakeholders

Bevindingen uit interviews met stakeholders: Tax Shelter

- Stakeholders geven aan dat de financiering via de Tax Shelter noodzakelijk is: *“rommelen met de Tax Shelter is rommelen met de motor”*
- Stakeholders blijven aangeven aan dat er misbruiken gebeuren omdat het moeilijk is zo'n dossier te controleren. Sommigen zijn voorstander voor meer controles op de dossiers. Sommigen zien de volgende voordelen in van een cash rebate: goedkoper om te organiseren, eenvoudigere administratie, gemakkelijker te controleren, transparanter, zonder intermediaire, kortom: eerlijker
- Stakeholders zien de volgende nadelen in van een cash rebate: je moet eerst zelf financiering bemachtigen (voorfinanciering), dit gebeurt via een bank, maar die pre-financiering zou wel eens moeilijk kunnen zijn gezien banken niet “happig” zijn om audiovisuele bedrijven een lening te geven
- Sommige stakeholders stellen dat het uitbreiden van de Tax Shelter naar games wel goed is, maar dat dit ten koste dreigt te gaan van de andere genres (audiovisuele werken en podiumkunsten), dus hier heerst toch kritiek op vanuit de sector; bij de uitbreiding naar game, vragen de stakeholders om het plafond te verhogen en te zorgen dat er meer Tax Shelter financiering per bedrijf kan opgehaald worden;
- Sommige stakeholders geven ook aan dat de vennootschapsbelasting gedaald is waardoor het voor bedrijven minder voordelig is om aan Tax Shelter Audiovisuele werken te doen. Ze zien een daling in de projecten die via Tax Shelter Audiovisuele werken worden ingediend
- Het animatiegenre kampt met moeilijkheden omtrent het spenderen van de middelen van de Tax Shelter Audiovisuele werken. De kosten van animatie producties zijn nauw verbonden aan de loonkosten, maar de Vlaamse animatiesector ervaart een tekort aan ervaren arbeidsprofielen (animatoren, technische coördinatoren, regisseurs, etc.). Hierdoor zijn de Vlaamse studio's genoodzaakt buitenlandse freelancers aan te werven die niet belastingplichtig zijn in België en niet vergoed mogen worden met Tax Shelter-financiering.

Audiodescriptie en toegankelijkheid aanbod

De stakeholders erkennen het belang van toegankelijkheid van het aanbod. Ondertiteling is inmiddels ingeburgerd, maar audiodescriptie is relatief nieuw en is op dit moment beperkt tot een select aantal titels gerealiseerd in Vlaanderen. Audiodescriptie komt met een extra kost, die ten koste zou kunnen komen van het productiebudget. Uit rondvraag bleek dat de kost voor audiodescriptie gemiddeld gerekend moet worden op €50 per minuut. Voor een Vlaamse fictiereeks van 10 afleveringen van 50 minuten betekent dit dan een extra kost van €25.000. Omroepen zien de kost voor audiodescriptie graag verrekend worden in het totale budget zonder dat er een extra tussenkomst van hen afzonderlijk bovenop het budget is vereist. Voor sommige producties met een veel beperkter budget (kortfilms, documentaire) weegt audiodescriptie bovendien veel zwaarder door op het totaalbudget. Bovendien vormt audiodescriptie bij animatie en documentaire bijkomende uitdagingen door het format. Op dit moment geeft VAF een ondersteuning van €5.000 voor audiodescriptie bij filmproducties.

Vanuit beleidsoogpunt werpen zich hier twee vragen op:

- In hoeverre moet audiodescriptie verplicht worden voor alle audiovisuele werken gefinancierd door de Vlaamse overheid? In de beheersovereenkomst van de VRT wordt opgelegd dat alle fictie op Eén en Canvas (exclusief soap) voorzien moet worden van audiodescriptie. Kinderreeksen op Ketnet vallen hier dus niet onder.
- In hoeverre moet er extra ondersteuning zijn voor producties?

We maakten een simulatie van de totale kosten voor audiodescriptie op basis van het totaalvolume minuten voor projecten gerealiseerd met VAF-steun. We nemen richtjaar 2018 omdat de projecten daarvan intussen gefinaliseerd zijn en het totaal aantal minuten met andere woorden gekend is.

Tabel 76: Simulaties totale kost audiodescriptie

Scenario	Type productie	Geschatte kost per jaar (ongeveer)
Simulatie 1	Alle VAF gesteunde producties	€325.450 (waarvan €151.250 VAF/Filmfonds, €174.200 VAF/Mediafonds)
Simulatie 2	Alle VAF gesteunde majoritair Vlaamse producties	€188.400 (waarvan €68.200 VAF/Filmfonds, €120.200 VAF/Mediafonds)
Simulatie 3	VAF gesteunde producties Enkel majoritair Enkel lang formaat	€178.050 (waarvan €57.850 VAF/Filmfonds, 1€20.200 VAF/Mediafonds)
Simulatie 4	VAF gesteunde producties Enkel fictie Enkel majoritair Enkel lang formaat	€101950 (waarvan €29.150 VAF/Filmfonds, €72.800 VAF/Mediafonds)

Op basis van rondvraag van stakeholders en de berekening hierboven pleiten we tenminste voor een verplichte audiodescriptie voor tenminste alle fictie (VAF/Filmfonds en VAF/Mediafonds, inclusief kinderfilms en -reeksen). Het valt echter zeker te overwegen om voor specifieke titels, omwille van de relevantie, kwaliteit en publiekspotentieel, een beperkt budget te voorzien binnen het VAF voor ondersteuning. Om in aanmerking te komen zou een percentage kost audiodescriptie van de totale kost kunnen worden genomen.

Het is bovendien aan te bevelen om ook audiodescriptie te verplichten voor reeksen gerealiseerd onder de stimuleringsregeling, al dan niet gekoppeld aan een financiële steun vanuit het VAF. Belangrijk op te merken is dat het hier om een toegevoegde opdracht zou gaan voor het VAF en dit enkel kan worden gerealiseerd als hier extra financiering voor zou bestaan.

Samenvatting en lessons learned

Tabel 77: Highlights Hoofdstuk 4

Highlights Hoofdstuk 4
<ul style="list-style-type: none"> • Jaarlijks zijn er bij VAF/Filmfonds gemiddeld 208 aanvragen, waarvan gemiddeld 86 goedgekeurd (2016-2019): gemiddeld 42,5% slaagkans; voor fictie zijn er gemiddeld 36 goedgekeurde aanvragen per jaar, voor documentaire gemiddeld 33 goedgekeurde aanvragen en voor animatie gemiddeld 6 goedgekeurde aanvragen en voor FilmLab ook 6; het percentage goedgekeurde projecten (slagkans) is het hoogst bij animatie (65%), gevolgd door 45% bij documentaire, 40% bij fictie en 37% bij FilmLab. In totaal is er over de periode 2016-2020 €19,2M toegekende steun naar fictie gegaan, €6,7M naar documentaire en €3,3M naar animatie en €0,63 naar FilmLab. Voor fictie is de gemiddelde toegekende som productiesteun €4,4M per jaar, voor documentaire is dit €0,96M per jaar, voor animatie is dit €0,39M per jaar (2017 was uitzonderlijk laag) en voor FilmLab is dit gemiddeld een som van €96.000 productiesteun. In totaal genoten 42 unieke

productiehuizen fictiesteun van het VAF/Filmfonds, voor een totaal van 183 goedgekeurde aanvragen. In totaal genoten 40 unieke productiehuizen documentairesteun van het VAF/Filmfonds, voor een totaal van 166 goedgekeurde aanvragen. In totaal genoten minstens 13 unieke productiehuizen animatiesteun van het VAF/Filmfonds, voor een totaal van 32 goedgekeurde aanvragen.

- Stakeholders bevestigen het belang en de absolute noodzaak van de middelen van het VAF/Filmfonds voor een leefbare Vlaamse filmsector. Ze schuiven het belang van het hebben van een strategie voor publieksbereik naar voren. Stakeholders schuiven het belang van research and development (R&D) in de ontwikkeling van een film naar voor. Een maker heeft voldoende R&D omgeving nodig om (1) zichzelf als talent te kunnen ontwikkelen en (2) het verhaal van zijn film grondig en met een open blik te ontwikkelen.
- Voor VAF/Mediafonds zijn er jaarlijks gemiddeld 59 aanvragen, waarvan gemiddeld 42 goedgekeurd (2016-2020): gemiddeld 70% slaagkans; het aantal ingediende en goedgekeurde aanvragen is het grootst voor scenario (voor alle categorieën). Eens een fictiereeks scenariosteun krijgt, is de kans relatief groot dat de reeks doorstroomt naar ontwikkeling en productie. De totale toegekende productiesteun per jaar is het hoogst bij fictie (tussen €2M en €3,7M per jaar; gemiddeld €2,9M); de gemiddelde som productiesteun per jaar voor documentaire bedraagt €0,89M, voor animatie €0,85M en voor InnovatieLab €0,27M. In totaal genoten 32 verschillende producenten fictiesteun van het VAF/Mediafonds, voor een totaal van 81 goedgekeurde aanvragen. Voor documentaire ging het in totaal om 25 verschillende productiehuizen; voor animatiereeksen 22 spelers. 87% van de Vlaamse (majoritaire) reeksen die verkocht werden aan het buitenland waren reeksen waarbij hetzij VAF/Mediafonds (58%), hetzij de investeringsverplichting voor dienstenverdelers of niet-lineaire omroeporganisaties (45%) betrokken was.
- Stakeholders geven aan dat de middelen van het VAF/Mediafonds absoluut noodzakelijk zijn voor een leefbare Vlaamse mediasector en dat er op dit moment te weinig middelen zijn om echt het verschil te maken. Ze schrijven dit vooral toe aan de hoge kost en het belang van voldoende volume eigengemaakte reeksen om te kunnen concurreren met grote SVOD-diensten. Voor documentaire- en animatiereeksen zijn de totaalbudgetten erg beperkt, waardoor het VAF onvoldoende een echte visie en substantiële impact kan hebben op die sectoren, ook al zijn deze twee genres net het meest afhankelijk van VAF steun.
- Stakeholders geven aan dat het VAF zou kunnen inzetten op flexibiliteit en innovativiteit door een premie te lanceren voor een multimedia of crossover formaat (om zo de kans te geven aan innovatieve formats en ruimte te bieden aan makers om met een nieuw formaat af te komen, bv. Virtual Reality). Ze vinden dat het VAF zich iets meer zou mogen inzetten voor audiovisuele initiatieven die buiten de klassieke stroom vallen en vinden over het algemeen dat Streamz in principe ook aanspraak mag maken op VAF-middelen mits lokale verankering, maar spelers zoals Netflix niet.
- Screen Flanders heeft over de periode 2016-2020 in totaal 119 projecten ondersteund waarvan gemiddeld 43% majoritair Vlaamse projecten, 56% minoritair Vlaamse projecten, en 1% Brussel majoritair. Stakeholders zijn tevreden met de open, ondersteunende en professionele houding en werking van Screen Flanders. Ze geven aan dat Screen Flanders te kampen heeft met enorme competitie (heel veel aanvragen voor een “beperkt” budget) en zijn voorstander om het budget van het Screen Flanders te verhogen.
- Tussen 2015 en 2021 werden in totaal 29 projecten goedgekeurd voor spelers die kiezen voor een directe investering binnen de huidige stimulerings- en investeringsregeling.

Gezien Telenet de grootste bijdrage levert als grootste speler, zijn het grootste deel (18 projecten) reeksen waar Telenet aan verbonden is. Met uitzondering van slechts één documentaireproductie zijn alle goedgekeurde projecten fictie. De totale som van gelden geïnvesteerd in de audiovisuele sector door de investeringsverplichting en stimuleringsregeling komt neer op €4.850.000 per jaar. De bijdrage zal nog stijgen de komende jaren door de populariteit van streaming platformen op de Vlaamse markt.

- Op basis van de rondvraag van stakeholders en de berekening hierboven pleiten we tenminste voor een verplichte audiodescriptie voor tenminste alle fictie (VAF/Filmfonds en VAF/Mediafonds, inclusief kinderfilms en -reeksen). Het is bovendien aan te bevelen om ook audiodescriptie te verplichten voor reeksen gerealiseerd onder de stimuleringsregeling, al dan niet gekoppeld aan een financiële impuls vanuit het VAF. Belangrijk op te merken is dat het hier om een toegevoegde opdracht zou gaan voor het VAF en dit enkel kan worden gerealiseerd als hier extra financiering voor zou bestaan.

Hoofdstuk 5

Analyse beleid videogames

5. Hoofdstuk 5: Analyse beleid videogames

Inleiding

Dit hoofdstuk stelt tot doel een inzicht te krijgen in de omvang van de Vlaamse gamesector, de noden en behoeften van de verschillende actoren, het potentieel voor de Vlaamse gamesector, een beknopte benchmark met vergelijkbare markten en initiatieven in het buitenland, en een inschatting van de impact en meerwaarde van het VAF/Gamefonds.

Het hoofdstuk bouwt voort op deskresearch met betrekking tot de omvang van de Vlaamse videogamesector (Analyse cijfers omzet bedrijven, tewerkstelling videogamesector), een vergelijking met buitenlandse markten op basis van beschikbare cijfers, een mapping van het ondersteuningskader voor de sector, een analyse van de gesteunde projecten (VAF/Gamefonds). Ook werd een reeks expertinterviews met Vlaamse stakeholders videogames gevoerd, met het oog op: evaluatie van de werking en procedures van het VAF; de huidige omvang van de middelen en premies per project; de noden/behoeften van de sector m.b.t. ondersteuning, op zeer korte en middellange termijn, ook als gevolg van de COVID-19 crisis.

Omgevingsanalyse videogames

Het stereotype hokjesdenken dat videogames bestemd zijn voor een beperkt publiek is niet langer van toepassing. Videogames zijn aanwezig in ieder segment van onze samenleving ongeacht de leeftijd, gender of etniciteit. De massale adoptie van het internet, persoonlijke computers, game consoles en smartphones dragen bij tot het succes van de game-industrie.¹¹⁸ Wereldwijd zijn er 2.7 miljard gamers, waarvan 386 miljoen Europeanen.¹¹⁹ Videogames zijn audiovisuele producten waar de consument (gamer) op een actieve manier het product beleeft. De doelstellingen en gebruik van videogames zijn uiteenlopend waardoor de gamesector verschillende markten bereikt. Het VAF verdeelt de gamesector in vier categorieën: entertainment, artistiek, educatieve en serious games. Ieder segment bestaande uit haar eigen expertise en doelpubliek verbindt de gamesector met diverse markten.

De omzet van de globale game-industrie in 2020 wordt geschat op \$ 159.3 miljard, een stijging van 9,3% vergeleken met 2019. Voor de Europese gamesector bedroeg de omzet in 2020 \$ 29.6 miljard, 7,8% meer dan het jaar voordien.¹²⁰ De groei van de gamesector is al ettelijke jaren zichtbaar, maar de exponentiële groei in 2020 is gedeeltelijke te wijten aan de pandemie.¹²¹ Wel is het belangrijk te melden dat eerder de grote studio's, die beschikken over een brede back catalogue, genoten van extra inkomsten. Voor de kleinere studio's was er geen sprake van aanzienlijke omzetten, daarom mogen we het succes van de sector niet veralgemenen. Echter, Newzoo voorspelt dat de globale omzet zal blijven toenemen waardoor in 2023 de kaap van \$ 200 miljard omzet zal worden overschreden.¹²²

¹¹⁸ Raats, T., Waeben, J., Bleumers, L., Ruelens, S., Vandenplas, R., Vermeulen, L., & Van Looy, J. (2016). Doorlichting van het Vlaams gamingbeleid. Studie in opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media van de Vlaamse Gemeenschap. Gent en Brussel: IMEC-MICT en IMEC-SMIT. https://www.vlaanderen.be/cjm/sites/default/files/2020-02/161108_doorlichting_van_het_vlaamse_gamebeleid.pdf

¹¹⁹ Newzoo. (2020a). 2020 Global Games Market Report.; Newzoo. (2020b, oktober 1). The World's 2.7 Billion Gamers Will Spend \$159.3 Billion on Games in 2020; The Market Will Surpass \$200 Billion by 2023. <https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-games-market-numbers-revenues-and-audience-2020-2023/>

¹²⁰ Newzoo. (2020b). 2020 Global Games Market Report.; Newzoo.

¹²¹ Wijman, T. (2020, 1 oktober). The World's 2.7 Billion Gamers Will Spend \$159.3 billion on Games in 2020; The Market Will Surpass \$200 Billion by 2023. Newzoo. <https://www.newzoo.com/articles/newzoo-games-market-numbers-revenues-and-audience-2020-2023/>

¹²² Wijman, T. (2020, 1 oktober). The World's 2.7 Billion Gamers Will Spend \$159.3 billion on Games in 2020; The Market Will Surpass \$200 Billion by 2023. Newzoo. <https://www.newzoo.com/articles/newzoo-games-market-numbers-revenues-and-audience-2020-2023/>

Uit een overzicht van Newzoo kunnen we afleiden dat in 2020 de meerderheid van de omzet werd gegenereerd door enkele technologiebedrijven, met op de eerste plaats de Chinese gigant Tencent; en daaropvolgend Sony, Apple, Microsoft en Google. Nintendo, net als Sony en Microsoft ook zelf console-ontwikkelaar naast uitgever van games, staat op de zevende plaats. Activision Blizzard, EA en Take-Two Interactive volgen daarop. De Franse game studio Ubisoft (13de plaats) is de enige Europese speler die werd opgenomen in de top 25.¹²³ Het is opmerkelijk dat technologiebedrijven zoals Tencent, Apple en Google d.m.v. hun platform strategie aanzienlijke inkomsten genereren d.m.v. de transacties die plaatsvinden op hun platformen.

De zwaargewichten binnen de gamesector bevinden zich buiten Europa. Toch zijn er verschillende Europese studio's die meespelen op wereldniveau:

- de Franse studio Ubisoft, onder meer bekend van de Watch Dogs en Assassin's Creed franchise.¹²⁴
- CD Projekt Red, de Poolse studio die eigenaar is van de Witcher franchise en de veelbesproken game Cyberpunk 2077.¹²⁵
- Daarnaast mogen we de Britse studio Jagex niet vergeten, die wereldwijd miljoenen spelers weet aan te trekken met hun online game RuneScape.¹²⁶

Omvang Vlaamse markt

De Vlaamse gamer

Uit het imec digimeter rapport (2020) kunnen we afleiden dat gamen sterk toenam doorheen de pandemie. In 2019 speelde 42% van de Vlamingen maandelijks een videogame wat in 2020 toenam tot 54%; waarvan 41% gamet op een tablet of smartphone en 32% via PC of spelconsole. Ook online gaming werd populairder, waar in 2019 zo'n 42% van de Vlamingen maandelijks een online game speelde, steeg dit in 2020 tot 54%. Daarnaast zien we dat VR en AR accessoires eerder beperkt blijven, waarbij slechts 6% van de Vlamingen beschikken over een VR bril, met 16-24 (6%) en 35-44 jarigen (10%) als koplopers.¹²⁷

Als we kijken naar de meest gebruikte consoles, zien we dat de meeste game sessies plaatsvinden op mobiele toestellen, en dit voor iedere leeftijdsgroep (41%). Toch zijn het de jongeren doelgroepen 16-24 (62%) en 25-34 jaar (45%) die het meeste gamen op hun smartphone. Naast de mobiele toestellen zien we dat 23% van de Vlamingen maandelijks gamet op hun computer, met opnieuw de twee jongeren doelgroepen 16-24 (40%) en 25-34 jaar (28%) als koplopers. Tenslotte gamet 14% van de Vlamingen maandelijks via een spelconsole (aangesloten op een televisie), ook hier stellen we vast dat 16-24 (35%) en 25-34 jarigen (31%) de leiding nemen qua gebruik.¹²⁸

Vlaamse game studio's

Over de Vlaamse gamesector is momenteel weinig data beschikbaar. Jaarlijks publiceert BelgianGames een overzicht van de Belgische game-industrie, maar de Vlaamse data blijft beperkt. Op nationaal niveau zien we een duidelijk groei binnen de sector. In 2014 telde de Belgische sector 65 game-gerelateerde ondernemingen wat uitgroeide tot 144 bedrijven in 2019. Daarnaast stellen we vast dat in 2019 zo'n 82 game-gerelateerde bedrijven actief waren in Vlaanderen.¹²⁹ Kijken we naar de Vlaamse gamesector, dan zien we een vrij versnipperd landschap met verschillende kleine en middelgrote

¹²³ Newzoo. (2021, 6 april). Top Public Video Game Companies | By Revenue. <https://www.newzoo.com/insights/rankings/top-25-companies-game-revenues/>

¹²⁴ Ubisoft. (z.d.). *Ubisoft | Officiële Ubisoft-website*. Ubisoft.com. <https://www.ubisoft.com/nl-nl/>

¹²⁵ CD Projekt RED. (z.d.). *CD PROJEKT RED - The industry leader in creating role-playing games*. <https://en.cdprojektred.com/>

¹²⁶ Jagex. (z.d.). *Jagex - Products*. <https://www.jagex.com/en-GB/products>

¹²⁷ imec. (2021). *imec.digimeter 2020*. <https://www.imec.be/nl/expertises/techtrends/imecdigimeter/digimeter-2020>

¹²⁸ imec. (2021). *imec.digimeter 2020*. <https://www.imec.be/nl/expertises/techtrends/imecdigimeter/digimeter-2020>

¹²⁹ FLEGA. (2020). Latest #BelgianGamesIndustry survey shows more companies staffed by less people. <https://www.flega.be/latest-belgiangamesindustry-survey-shows-more-companies-staffed-by-less-people/>

studio's. Er zijn echter enkele uitzonderingen met o.a. Larian Studios, het stokpaardje van de Vlaamse gamesector. Larian Studios is het perfecte voorbeeld dat ook Vlaamse studio's kunnen groeien tot internationale spelers. Daarnaast zien we dat ook andere studio's stilaan hun weg vinden naar de internationale markt en interesse opwekken in het buitenland. Zo investeerde het Britse Hiro Capital recent €2.2 miljoen in de Vlaamse studio Happy Volcano.¹³⁰

Game onderwijs

Het toewerken naar een daadkrachtige game-industrie is enkel mogelijk wanneer we beschikken over de nodige arbeidsprofielen. Hierdoor is het investeren in gespecialiseerd hoger onderwijs cruciaal voor de Vlaamse gamesector. Momenteel telt Vlaanderen twee hogere onderwijsinstanties die zich richten tot de gamesector. Het Digital Arts & Entertainment (DAE) onderdeel van de Howest hogeschool wordt wereldwijd beschreven als een van de beste game-opleidingen. DAE werd zowel in 2017 als 2018 verkozen tot Best Game Design & Development School. Daarnaast wisten ze dit jaar voor de tweede keer de Grads in Games Educational Institution Award te bemachtigen.¹³¹ DAE voorziet verschillende trajecten die inspelen op het ontwikkelingsproces van videogames. Ook LUCA School of Arts beschikt over een game-design-opleiding met de nadruk op de artistieke zijde van games.

Relevante karakteristieken gamemarkt

Hoge loonkosten

Games ontwikkelen is kennisintensief werk. De grootste kost is steeds de lonen van de werknemers. In een sector die actief is in een globale markt, wordt de concurrentie van landen met lagere loonkosten sterk gevoeld. Dit heeft een aantal gevolgen voor ontwikkelaars. Zowel voor België als andere lidstaten is het niet eenvoudig om nieuwe mensen aan te nemen, omwille van de hoge kost gekoppeld aan de volatiliteit van de gaming markt. Complementaire profielen aanwerven of productie opschalen is omwille van de loonkost een struikelblok.

Ook werknemers worden door fiscale incentives naar voordelige oorden gelokt: algemeen hogere nettolonen en fiscale incentives zorgen voor een aantrekkelijk aanbod voor zij die bereid zijn te verhuizen. In Canada kunnen bepaalde profielen in game-ontwikkeling vallen onder een R&D tax break. Het verhoogde risico van games ontwikkelen, samen met een productieproces waar slechts op het einde geld binnenstroomt, maakt het moeilijk te garanderen dat een bedrijf haar werknemers in dienst kan houden. De regelgeving rond contracten en aanwerving in de Vlaamse context spelen hier ook een rol. De samenloop van al deze factoren zorgt voor een landschap waar ondernemerschap ontmoedigd wordt, wat op zich weer zorgt dat er minder kansen zijn voor de volgende groep werkzoekenden.

Brain drain

Het talent binnen de game-industrie is schaars en wordt wereldwijd geapprecieerd. Buitenlandse studio's zijn continu op zoek naar ervaren profielen die hun teams kunnen versterken. Uit de interviews kunnen we afleiden dat ook in Vlaanderen talent wegtrekt naar buitenlandse studio's die uitdagende projecten aanbieden gepaard met een mooie vergoeding. Hierdoor kunnen we spreken van een brain drain waarbij onze broodnodige profielen vertrekken en moeilijk terugkeren. Het Vlaamse game-onderwijs is deels slachtoffer van haar eigen succes. Jaarlijks komen verschillende profielen op de arbeidsmarkt, maar we verliezen onze toptalenten en seniors aan buitenlandse spelers.

Marketingkosten

De huidige consument is verwend en beschikt over een eindeloze catalogus van games. Het aanbod is sterk gegroeid waardoor ook de nood van marketingcampagnes toeneemt. Publishers maken gebruik

¹³⁰ Legrand, R. (2021, 6 maart). Britse investeerder ziet gat in Belgische gamingmarkt. De Tijd. <https://www.tijd.be/tech-media/entertainment/britse-investeerder-ziet-gat-in-belgische-gamingmarkt/10289385.html>

¹³¹ Kerger, S. (2021, April 7). *Internationale prijs voor Howest-opleiding*. Focus en WTV. <https://www.focus-wtv.be/nieuws/internationale-prijs-voor-howest-opleiding>

van grootschalige advertentiecampagnes, trailers, livestreams, gameplay video's, etc. die de consument moet bereiken en hopelijk overtuigen. Het is opmerkelijk dat grote studio's gemakkelijk het dubbel van het productiebudget spenderen aan hun marketingstrategie. Hierdoor wordt de drempel voor nieuwe spelers steeds groter wanneer je aanzienlijke bedragen moet spenderen aan marketingcampagnes.

Vertical slice

Vertical slices kunnen we beschrijven als beknopte momentopnames van het eindproduct. Het geeft een klein stukje van de videogame weer waarin alle elementen zijn verwerkt. Game studio's ontwikkelen deze vertical slices als proof of concept die ze voorschotelen aan potentiële investeerders.¹³² Ondersteuningsmiddelen zijn vaak gericht op afgewerkte games.

Steunmaatregelen voor de video gamesector

Door de relatief jonge aard van de gaming industrie beschikken game sectoren niet over gelijkwaardige steunmaatregelen vergeleken met de traditionele media. Daarnaast is er nood aan een zekere kennis voor het vormen van daadkrachtige steunbeleid. Slechts enkele landen waaronder Canada, Duitsland, Finland en Frankrijk zagen vroegtijdig het potentieel van de gaming industrie waardoor ze nu beschikken over een volwassen gamesector.

Actieplan Gaming

De Vlaamse gamesector beschikt over verschillende initiatieven waarbij het Actieplan Gaming een belangrijke rol speelt, in samenwerking met verschillende stakeholders. Het Actieplan is opgebouwd uit zes werkpunten, die de groei van de Vlaamse gamesector stimuleren. De werkpunten dekken nog steeds de noden binnen de gamesector; waarbij niet enkel wordt gekeken naar economische groei, maar ook samenwerking tussen verschillende sectoren, het belang van promotie en sensibilisering, en de rol van het onderwijs. Doorheen de interviews werd de meerwaarde van het Actieplan Gaming afgetoetst bij de bevrageden. Hieruit kunnen we afleiden dat het Actieplan goed wordt ontvangen binnen de Vlaamse gamesector, en pleiten we de werkpunten te behouden. Verschillende onderwerpen die in dit hoofdstuk aan bod komen zijn nauw verbonden met de zes werkpunten van het Actieplan Gaming. Het creëren van een duidelijk overzicht van het assortiment van steunmaatregelen ter ondersteuning van de gamesector was een onderdeel van het actieplan. Hieronder schetsen we een overzicht van de meest toepassende steunmaatregelen, gebaseerd op het overzicht van Actieplan Gaming en het VAF.¹³³

PMV

Het PMV-initiatief biedt leningen aan voor starters en volwassen ondernemingen die nood hebben aan extra cashflow. Starters kunnen beroep tot PMV/z-Leningen (max. €100K) voor het financieren van hun onderneming.¹³⁴ De grotere ondernemingen komen in aanmerking voor PMV-risicokapitaal (€125K-5M) waar de keuze wordt gemaakt tussen een lening of een kapitaalinvestering. Bij kapitaalinvestering stapt PMV mee in het bedrijf en wordt het bedrijf nauw opgevolgd, en begeleid. Bij leningen is dit niet het geval, zolang de aflossingen tijdig betaald worden.¹³⁵

¹³² What Games Are. (z.d.). Vertical Slice. <https://www.whatgamesare.com/vertical-slice.html#:~:text=A%20vertical%20slice%20is%20a,play%20like%20the%20final%20game>.

¹³³ VAF. (z.d.). *Externe steun | Vlaams Audiovisueel Fonds*. vaf.be. <https://www.vaf.be/gamefonds/externe-steun>; Vlaamse Regering. (2018). Actieplan Gaming - transversale visie en concrete maatregelen voor een gecoördineerd en geïntegreerd Vlaams gamebeleid. https://www.ewi-vlaanderen.be/sites/default/files/actieplan_gaming_-_nota_voor_de_vlaamse_regering.pdf

¹³⁴ Vlaanderen. (z.d.). PMV/z-Leningen. www.vlaanderen.be. <https://www.vlaanderen.be/organisaties/administratieve-diensten-van-de-vlaamse-overheid/beleidsdomein-economie-wetenschap-en-innovatie/participatiemaatschappij-vlaanderen/pmv/z-leningen>

¹³⁵ VLAIO. (2021a). PMV-risicokapitaal | Agentschap Innoveren en Ondernemen. Agentschap Innoveren & Ondernemen. <https://www.vlaio.be/nl/subsidies-financiering/subsidi databank/pmv-risicokapitaal>

MEDIA INVEST VLAANDEREN

Leningen en kapitaalsparticipaties van €250K-1M voor bedrijven die zich specialiseren in mediacontent en mediatechnologie.

FLANDERS INVESTMENT & TRADE (FIT)

Flanders Investment & Trade staat in voor de internationalisering van Vlaanderen. Onder deze opdracht bieden zij ook financiële steun voor buitenlandse activiteiten: prospectiereizen, beurzen en niche-evenementen, digitaal promomateriaal, opzetten van prospectiekantoren, internationale maatwerkprojecten. Elk Vlaams bedrijf kan beroep doen op deze kennis en steun.¹³⁶

MEDIA CREATIVE EUROPE DESK FLANDERS

Een project kan aanspraak maken op €10.000 tot €150.000 productiesteun, op voorwaarde dat dit maximaal 50% van de totale productie bedraagt.¹³⁷

FLANDERS DC

Flanders DC is onderdeel van VLAIO en helpt game studio's naar de internationale markt door het organiseren en financieren van beursstanden. Daarnaast ondersteunt Flanders DC samen met FLEGA, WALGA en FIT, de Belgische delegatie aanwezig op de internationale GDC-beurs in San Francisco.¹³⁸

BUSINESS ANGELS NETWERK VLAANDEREN (BAN)

BAN is een matchmaking platform voor startende ondernemers die op zoek zijn naar kapitaal, expertise of het uitbreiden van hun persoonlijk netwerk. Het BAN zoekt naar de ideale match waar zowel de ondernemers als de investeerders voordeel uithalen. In 2018 werd er €6.283.000 gefinancierd d.m.v. het BAN.¹³⁹

VLAAMS AGENTSCHAP INNOVEREN & ONDERNEMEN (VLAIO)

VLAIO voorziet specifieke steunmaatregelen gericht tot de gamesector zoals de Projectgroep Augmented Reality games waar subsidies worden uitgekeerd ter ondersteuning van AR-games die sport componenten bevatten. Daarnaast organiseert VLAIO het DAE Studios initiatief waardoor DAE-alumni kans maken op professionele begeleiding tijdens het starten van hun studio.¹⁴⁰

KMO-PORTEFEUILLE

Ondernemers krijgen financiële steun voor het aankopen van goederen en diensten die de kwaliteit van de onderneming bevorderen (max. €7.500 jaarlijks).¹⁴¹

¹³⁶ Raats, T., Waeben, J., Bleumers, L., Ruelens, S., Vandenplas, R., Vermeulen, L., & Van Looy, J. (2016). Doorlichting van het Vlaams gamingbeleid. Studie in opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media van de Vlaamse Gemeenschap.

¹³⁷ Creative Europe Desk Vlaanderen. (z.d.). Ontwikkeling van Videogames | Creative Europe.

<https://www.creativeeurope.be/nl/subsidie/ontwikkeling-van-videogames>

¹³⁸ Flanders DC. (z.d.-a). Flanders DC helpt gamebedrijven internationaal te gaan.

<https://www.flandersdc.be/nl/promotie/internationale-promotie-voor-gaming>

¹³⁹ BAN. (2018). Jaarverslag 2018. BUSINESS ANGELS NETWERK VLAANDEREN. <https://www.ban.be/jaarverslag/>

¹⁴⁰ VLAIO. (z.d.-a). DAE Studios | Agentschap Innoveren en Ondernemen. Agentschap Innoveren & Ondernemen.

<https://www.vlaio.be/nl/begeleiding-advies/coaching-en-advies/dae-studios>; VLAIO. (2021b). Projectoproep Augmented Reality games (sporten en bewegen) | Agentschap Innoveren en Ondernemen. Agentschap Innoveren & Ondernemen.

<https://www.vlaio.be/nl/subsidies-financiering/subsidi databank/projectoproep-augmented-reality-games-sporten-en-bewegen>

¹⁴¹ Flanders DC. (z.d.-b). Subsidies. <https://www.flandersdc.be/nl/games/gids/financiering/subsidies>; VLAIO. (2020). Kmo-portefeuille | Agentschap Innoveren en Ondernemen. Agentschap Innoveren & Ondernemen. <https://www.vlaio.be/nl/subsidies-financiering/kmo-portefeuille>

KMO-GROEISUBSIDIE

Ondernemers met het oog op groeimogelijkheden ontvangen steun voor het aanwerven van extra personeel of externe dienstverlening (max. €50.000 jaarlijks).¹⁴²

ONTWIKKELINGSPROJECT

Ondernemers krijgen financiële steun voor het innoveren of vernieuwen van hun technologische ontwikkelingen (€25K-3M).¹⁴³

EIC ACCELERATOR

Is een Europees initiatief dat groeimogelijkheden van innovatieve onderneming ondersteund tot €2.5 miljoen.¹⁴⁴

ICON

ICON-projecten geven bedrijven financiële steun om te werken rond onderzoek en innovatie¹⁴⁵

VLAAMS NETWERK VAN ONDERNEMINGEN (VOKA) - BRYO

Bryo biedt begeleiding aan voor enthousiaste ondernemers die nood hebben aan extra input. De ondernemers worden in contact gebracht met vakexperts die hun ervaringen delen.¹⁴⁶

VLAAMS NETWERK VAN ONDERNEMINGEN (VOKA) - PLATO

Professionaliseren van bedrijfsleiders. Verschillende trajecten voor bedrijfsspecifieke kennisdomeinen waar leden kunnen aan deelnemen. Leden geven zelf vorm aan de inhoud door aan te geven waar hun interesse ligt.¹⁴⁷

TAX SHELTER VOOR STARTENDE ONDERNEMINGEN

Fiscale voordelen ter ondersteuning van startende vennootschappen d.m.v. aandelenparticipatie tot €100K.¹⁴⁸

TAX SHELTER VOOR SCALE UPS

Fiscale voordelen ter ondersteuning van kleine vennootschappen die minstens vier jaar actief zijn en minder dan tien werknemers in dienst hebben. Investeerders kunnen tot €100K investeren d.m.v. aandelenparticipatie in ruil voor belastingvoordelen.¹⁴⁹

Buitenlandse steunmaatregelen

We voorzien een benchmark van de Vlaamse steunmaatregelen in vergelijking met andere landen. Hier dient het doorlichtingsrapport van 2016 als vertrekpunt en voorzien we een beknopte update van de verschillende lidstaten. De benchmark schetst een overkoepelend overzicht met de nadruk op de steunmaatregelen.

¹⁴² Flanders DC. (z.d.-b). Subsidies. <https://www.flandersdc.be/nl/games/gids/financiering/subsidies>; VLAIO. (2021c). Kmo-groeisubsidie | Agentschap Innoveren en Ondernemen. Agentschap Innoveren & Ondernemen. <https://www.vlaio.be/nl/subsidies-financiering/kmo-groeisubsidie>

¹⁴³ Flanders DC. (z.d.-b). Subsidies. <https://www.flandersdc.be/nl/games/gids/financiering/subsidies>; VLAIO. (2021d). Ontwikkelingsproject | Agentschap Innoveren en Ondernemen. Agentschap Innoveren & Ondernemen. <https://www.vlaio.be/nl/subsidies-financiering/ontwikkelingsproject>

¹⁴⁴ European Commission. (2021). EIC Accelerator - EASME European Commission. EASME - European Commission. <https://ec.europa.eu/easme/en/eic-accelerator>










¹⁴⁵ VLAIO. (z.d.-b). ICON: subsidies voor coöperatief vraaggedreven onderzoek | Agentschap Innoveren en Ondernemen. Agentschap Innoveren & Ondernemen. <https://www.vlaio.be/nl/subsidies-financiering/subsidi databank/icon-subsidies-voor-cooperatief-vraaggedreven-onderzoek>

¹⁴⁶ Voka. (2021a). Bryo | Voka. Bryo. <https://www.voka.be/bryo>

¹⁴⁷ Voka. (2021b). Plato. <https://www.voka.be/plato>

¹⁴⁸ VAF. (z.d.). Externe steun | Vlaams Audiovisueel Fonds. vaf.be. <https://www.vaf.be/gamefonds/externe-steun>

¹⁴⁹ Ibid.

LAND	SUBSIDIES	TAX INCENTIVE	LENINGEN	INVEST-ERINGEN	GAME HUB
	●		●	●	
	●			●	
	●			●	●
	●	●	●		●
	●		●	●	●
	●	●			●
				●	●
	●		●	●	●
	●	●	●		

LEGENDE







- enkel voor videogames
- voor verschillende creatieve sectoren (film, televisie, kunst, videogames, etc.)
- beschikbaar voor allerlei sectoren

Figuur 96: Overzicht beschikbare steunmaatregelen

Omgevingsanalyse

De onderstaande figuur schetst een beknopte omgevingsanalyse van enkele landen. Hier bouwen we verder op de doorlichting van 2016 a.d.h.v. nieuwe data (2018-2020).¹⁵⁰

Uit de tabel kunnen we afleiden dat België, Noorwegen en Denemarken aanzienlijk minder omzet genereren, vergeleken met de andere landen. Wel is het bewonderenswaardig hoe de Finse gamesector €2,2 miljard genereert. Finland bewijst dat ook kleine lidstaten een succesvolle gamesector kunnen uitbouwen.


LAND						
FONDS	DFI	DGF	FAJV	Business Finland	VAF	UKGF
VOLUME	€2.000.000	€50.000.000	€3.000.000	€16.000.000	€1.700.000	€1.600.000
SOORT	●	●	●	●	●	●

LEGENDE

- enkel voor videogames
- voor verschillende creatieve sectoren (film, televisie, kunst, videogames, etc.)

Figuur 97: Benchmark subsidies van andere landen

¹⁵⁰ Raats, T., Waeben, J., Bleumers, L., Ruelens, S., Vandenplas, R., Vermeulen, L., & Van Looy, J. (2016). Doorlichting van het Vlaams gamingbeleid. Studie in opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media van de Vlaamse Gemeenschap. Gent en Brussel: IMEC-MICT en IMEC-SMIT. https://www.vlaanderen.be/cjm/sites/default/files/2020-02/161108_doorlichting_van_het_vlaamse_gamebeleid.pdf

	LAND	OMZET	BEDRIJVEN	WERKNEMERS
2019		\$3.051.000.000	692	27.000
2018		€123.000.000	159	1.009
2019		€2.318.000.000	435	5.925
2018		€37.000.000	285	388
2018		€2.200.000.000	320	2.300
2020		€5.300.000.000	1.130	17.700
2020		€8.531.000.000	524	27.854
2019		€70.000.000	114	1.100
2018		€225.000.000 - 300.000.000	575	3.850
2020		£7.000.000.000	1.041	18.279

Figuur 98: Omgevingsanalyse game sectoren

Het voorzien van subsidieprogramma's moet game-ontwikkelaars de nodige kansen geven eigen IP te ontwikkelen. Hierdoor is het volume van de subsidie cruciaal, maar als we kijken naar de bovenstaande tabel dan stellen we vast dat niet iedere lidstaat dezelfde financiële opportuniteiten kan bieden. Dit wordt duidelijk wanneer we Duitse en Vlaamse middelen vergelijken.

Toch zal niet enkel de omvang van de subsidies bijdragen tot de groei van de gamesector, ook de interne werking en structuur van het fondsen beïnvloedt de doeltreffendheid. Zo stellen we vast dat de meerderheid van de subsidies onderdeel uitmaken van lokale audiovisuele fondsen. Toch verschillen de traditionele filmfondsen drastisch ten opzichte van de game-industrie. Allereerst benaderen filmfondsen de audiovisuele sector vanuit een cultureel perspectief met minder aandacht voor het commercieel plaatje en wegen aspecten zoals taal en cultuur zwaarder door. Videogames, en zeker het entertainment genre passen iets moeilijker in de visie van de audiovisuele fondsen door de commerciële aard van het product. Wanneer we kijken naar de jaarverslagen van het VAF en het Deense audiovisueel fonds (DFI) dan wordt het financieel onevenwicht tussen games en de traditionele mediaproducten zichtbaar. Videogames beschikken duidelijk over minder financiële middelen wat invloed heeft op de groei van de sector.




De budgetten van het VAF, DFI en FAJV zijn niet in verhouding met de productiekosten van de game-industrie. Stakeholders geven aan dat we niet kunnen verwachten dat enkel d.m.v. subsidies de Vlaamse gamesector zal groeien tot een volwassen markt. Ook in de voorgaande doorlichting van het

gamebeleid werd duidelijk vermeld dat enkel het toepassen van subsidies niet zal leiden tot het professionaliseren van de Vlaamse gamesector.¹⁵¹

Tax Shelter

Tax incentives voor videogames zijn momenteel beperkt en slechts in enkele landen beschikbaar. Toch bewijzen zowel Frankrijk, Canada als het Verenigd Koninkrijk de opportuniteiten van de belastingvoordelen. De fiscale maatregelen trekken wereldwijd de aandacht van grote en kleine studio's die met weinig moeite hun ondernemingen verhuizen naar deze fiscaal voordelige oorden.¹⁵²

Canada is het perfecte voorbeeld waar de combinatie van subsidies en belastingvoordelen de groei van de gamesector positief beïnvloedt. Ook is het opmerkelijk dat provincies verschillende belastingvoordelen en andere steunmaatregelen voorzien. De Canadese provincies genieten van meer flexibiliteit ten opzichte van andere landen, wat duidelijk in hun voordeel speelt. Binnen de Europese markt profileert Frankrijk zich als dé ideale bestemming voor game studio's. Momenteel is de Tax Shelter voor Audiovisuele werken nog niet toegankelijk voor de Vlaamse gamesector. Toch kunnen we afleiden uit de interviews en aanvullend deskresearch, dat het uitbreiden van de Tax Shelter een positieve invloed zal teweegbrengen voor de gamesector.

LAND			
NAAM	VGTR	CIJV	Video game tax credit
NIVEAU	NATIONAAL	NATIONAAL	REGIONAAL Quebec
VORM	RELIEF (20%)	CREDIT (30%)	CREDIT (37,5%)
OMZET	£121.000.000	€53.000.000	

Figuur 99: Overzicht fiscale voordelen











Investeringsfondsen

In verschillende landen komen ook videogames in aanmerking voor investering initiatieven. Echter, zijn dit soort initiatieven beschikbaar voor allerlei soorten innovatieve projecten.¹⁵³

¹⁵¹ Raats, T., Waeben, J., Bleumers, L., Ruelens, S., Vandenplas, R., Vermeulen, L., & Van Looy, J. (2016). Doorlichting van het Vlaams gamingbeleid. Studie in opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media van de Vlaamse Gemeenschap. Gent en Brussel: IMEC-MICT en IMEC-SMIT. https://www.vlaanderen.be/cjm/sites/default/files/2020-02/161108_doorlichting_van_het_vlaamse_gamebeleid.pdf

¹⁵² Government of Canada. (2016). CANADA'S COST AND TAX ADVANTAGES – DIGITAL MEDIA. international.gc.ca. <https://www.international.gc.ca/investors-investisseurs/assets/pdfs/download/Factsheet-DigiMedia-2016.pdf>; Join The Game. (z.d.). Join the Game | entreprises.gouv.fr. Entreprises.Gouv.Fr. <https://www.entreprises.gouv.fr/en/digital/digital-policy/join-game/>; Myriad Associates. (z.d.). Video Games Tax Relief (VGTR) | Myriad Associates. Myriadassociates.Com. <https://www.myriadassociates.com/services/video-games-tax-relief/>











¹⁵³ Raats, T., Waeben, J., Bleumers, L., Ruelens, S., Vandenplas, R., Vermeulen, L., & Van Looy, J. (2016). Doorlichting van het Vlaams gamingbeleid. Studie in opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media van de Vlaamse Gemeenschap. Gent en Brussel: IMEC-MICT en IMEC-SMIT. https://www.vlaanderen.be/cjm/sites/default/files/2020-02/161108_doorlichting_van_het_vlaamse_gamebeleid.pdf

LAND										
INVESTERING		●	●	●		●	●	●	●	

Figuur 100: Overzicht investeringsmogelijkheden

Game hubs

Financiële middelen zijn noodzakelijk voor een gezonde gamesector, maar infrastructuur en netwerk zijn evenzeer belangrijk. Zowel in Duitsland, Canada, Frankrijk als Finland zien we hoe regio's game studio's aantrekken en groeien tot volwaardige game hubs. De hubs vormen zich meestal in steden die beschikken over gunstige omstandigheden waaronder gespecialiseerd hoger onderwijs, infrastructuur, goede levenskwaliteit en een aantrekkelijke woningmarkt, een jonge actieve bevolking en rijk cultureel leven, financiële voordelen voor bedrijven en starters of de aanwezigheid van grote studio's. Het voordeel van gecentraliseerde hubs werd al ruim besproken in de doorlichting van het gamebeleid (2016) a.d.h.v. enkele casestudies.¹⁵⁴ We merken echter op dat het bestaan en creëren van gamehubs vooral voor de grote markten (UK, Canada, Korea) belangrijk is. Vraag is in welke mate het opportuun is om binnen Vlaanderen te richten op het uitwerken van hubs binnen een aantal steden, of Vlaanderen als regio, net omwille van de beperkte grootte, een 'hub' kan worden.

LAND										
GAME HUB	●		●		●	●	●		●	

Figuur 101: Overzicht game hubs

Lessons learned uit vergelijking met buitenland

- De Vlaamse steunmaatregelen zijn op dit moment relatief beperkt om de gamesector echt een boost te geven. De Vlaamse gamesector is afhankelijk van het VAF/Gamefonds, zeker de kleine en middelgrote producenten. We kunnen de Vlaamse sector vergelijken met Denemarken. Beide voorzien beperkte financieringsmogelijkheden waarbij subsidies de belangrijkste rol spelen.
- De meeste landen met een sterke gamesector hebben ook sterke publieke ondersteuning. Duitsland telt meer dan 34 miljoen gamers en maakt gebruik van ruime volumes subsidies op nationaal en regionaal niveau. Zo stelt het nationaal fonds DGF jaarlijks €50 miljoen beschikbaar en zijn er verschillende regionale audiovisuele fondsen die lokale game studio's ondersteunen.
- Frankrijk, Canada en het Verenigd Koninkrijk maken gebruik van belastingvoordelen. In Canada en Frankrijk komen deze bovenop ook steun aangereikt vanuit de audiovisuele fondsen. Het succes van de Franse en Canadese gamesector schuilt in het implementeren van combinaties van steunmaatregelen. Het combineren van subsidies, belastingvoordelen en het stimuleren van game hubs vormen de basis van een succesvolle sector. Ook Finland combineert verschillende steunmaatregelen waaronder subsidies, investeringsfondsen en het stimuleren van game hubs. Echter, mogen we het Finse succes niet louter herleiden tot het voorzien van steunmaatregelen.
- De meeste landen met een sterke gamemarkt zijn ook grote landen. Een belangrijke uitzondering is Finland. Finland zag vroegtijdig het potentieel van de game-industrie en zette

¹⁵⁴ Ibid.

sterk in op mobiele games. Finland vertrok vanuit een duidelijke visie op kortstondige groei van de sector, wat – mede door het succes van een aantal titels – op korte termijn de sector enorm deed groeien.

Analyse VAF/Gamefonds

Het VAF/Gamefonds wordt positief onthaald door de Vlaamse gamesector. Echter, het VAF/Gamefonds stoot al ettelijke jaren tegen haar eigen limieten. De game-industrie is continu in verandering waardoor flexibiliteit noodzakelijk is voor een efficiënt beleid. Het vastleggen van een vierjarige beheerovereenkomst zorgt voor een rigide werking die de nodige flexibiliteit van het VAF/Gamefonds beperkt.

Dotatie

De jaarlijkse dotatie van het VAF/Gamefonds bedraagt €1.7 miljoen, wat in verhouding is ten opzichte van soortgelijke lidstaten zoals Denemarken. Wel is het opmerkelijk dat één van de grote gamemarkten, Finland, dat bovendien over een gelijkaardige bevolkingsomvang beschikt, aanzienlijk meer middelen ter beschikking stelt (zie figuur 98).¹⁵⁵ Toch mogen we niet verwachten dat het louter optrekken van het budget, de professionaliseren van de Vlaamse gamesector teweeg zal brengen. Het ecosysteem moet de extra inkomsten kunnen verwerken en groeien tot een volwassen industrie. Daarnaast mogen we niet verwachten dat enkel d.m.v. subsidies de Vlaamse gamesector zich zal ontplooiën tot een volwaardige markt. De succesformule schuilt in de combinatie van een doeltreffend beleid gepaard met de nodige financiering, gespecialiseerd hoger onderwijs en ervaren arbeidsprofielen. Dat VAF/Gamefonds haar limieten heeft bereikt, wordt niet ontkend binnen de sector. Zowel in de doorlichting van het gamebeleid in 2016 als in het Actieplan Gaming worden de limieten van het VAF/Gamefonds besproken en geopperd voor extra middelen.¹⁵⁶ Toch bleef het budget volume ongewijzigd door o.a. de vierjarige overeenkomst waaraan VAF/Gamefonds is verbonden. Tussen de periode 2012 en 2020 ontving VAF/Gamefonds €9.6 miljoen aan dotaties waarvan €8.2 miljoen werd besteed aan creatie.

Genres

Het VAF/Gamefonds verdeelt het budget over vier genres: entertainment, artistiek, educatieve en serious games. Ieder genre benadert de gamesector vanuit een apart perspectief. Entertainment is veruit het populairste genre gedreven vanuit commerciële doeleinden. Het educatieve genre tracht leerstof op een actieve manier te verwerken in het onderwijssysteem. Serious games dienen ter ondersteuning van professionele sectoren door o.a. het ontwikkelen van simulatoren (vliegsimulator). Tenslotte vormen artistieke games de brug tussen kunstensector en gamesector. Ieder genre wordt toegepast in verschillende sectoren waardoor ook de doeleinden van de games verschillen.

Educatieve games verpakken leerstof op een interactieve manier. De games zorgen ervoor dat leerlingen leerstof op een actieve manier verwerken en ook hun digitale vaardigheden verder ontwikkelen. Het klinkt als een ideaal scenario waar leerlingen kennis maken met nieuwe materie d.m.v. games, maar van een grote adoptie is nog geen sprake. Momenteel zijn het aantal videogames in het

¹⁵⁵ VAF. (2019). Jaarverslag. <https://www.vaf.be/downloads/download-jaarverslagen>

¹⁵⁶ Raats, T., Waeben, J., Bleumers, L., Ruelens, S., Vandenplas, R., Vermeulen, L., & Van Looy, J. (2016). Doorlichting van het Vlaams gamingbeleid. Studie in opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media van de Vlaamse Gemeenschap. Gent en Brussel: IMEC-MICT en IMEC-SMIT. https://www.vlaanderen.be/cjm/sites/default/files/2020-02/161108_doorlichting_van_het_vlaamse_gamebeleid.pdf; Vlaamse Regering. (2018). Actieplan Gaming - transversale visie en concrete maatregelen voor een gecoördineerd en geïntegreerd Vlaams gamebeleid. https://www.ewi-vlaanderen.be/sites/default/files/actieplan_gaming_-_nota_voor_de_vlaamse_regering.pdf

onderwijs beperkt. Allereerst is het niet eenvoudig leerkrachten te overtuigen om games te verwerken in hun huidige leerplannen. De leerplannen zijn druk bezet met allerlei hand en invulboekjes waardoor de ruimte voor videogames beperkt blijft. Het aankopen van fysieke handboeken is eenvoudig te verantwoorden ten opzichte van een videogame. Mits de verschillende initiatieven vinden educatieve games moeilijk hun weg naar de schoolbanken waardoor de meerwaarde van de games in vraag wordt gesteld.

Serious games vervullen specifieke noden in allerlei sectoren. De games worden toegepast binnen een professionele context voor o.a. opleidingsdoeleinden. Zo werd in 2019 de drone simulatie Liff Academy gefinancierd door het VAF/Gamefonds, ter ondersteuning van opleidingsdoeleinden. Serious games worden dus niet ontwikkeld voor hun entertainmentgehalte wat niet wegneemt dat sommige gamers zich graag verdiepen in simulatie games. Uit de bevraging werd duidelijk de meerwaarde van serious games niet ontkend, maar sommige stakeholders vragen zich af of dit soort projecten steun moeten krijgen van VAF/Gamefonds.

Artistieke games kunnen we omschrijven als de samenkomst van creativiteit, kunst en innovatieve technologieën. Het genre valt in de smaak bij ontwikkelaars die durven experimenteren en zich onderdompelen in de wereld van kunstzinnige videogames. Ook de beleving van dit soort games is verschillend ten opzichte van onze traditionele games. Artistieke games zijn eerder een beleving die mogelijk wordt door gaming-technologie en zelfexpressie. Uit de bevraging werd duidelijk dat de grens tussen kunst en videogames niet eenvoudig is te bepalen. De artistieke meerwaarde van het genre wordt voor de meeste stakeholders niet ontkend. Opnieuw vraagt een aantal spelers zich af of de prioriteit voor de sector niet beter op entertainment games ligt, wat mogelijk niet in lijn is met de rol van een audiovisueel fonds.

Entertainment-games zijn het populairste genre en domineren de audiovisuele sector waardoor ze niet meer weg te denken zijn uit ons dagelijks leven. Wat vroeger werd bestempeld als een niche sector met weinig mogelijkheden groeide uit tot een miljardenindustrie. Een succesvolle game heeft de mogelijkheid een globaal doelpubliek te bereiken en sterke inkomstenstromen te genereren. Al klinkt dit als een unieke kans, toch moeten we duiden dat het entertainment genre bikkelhard is voor zowel de grote als kleine studio's. Het ontwikkelen van een leuke game is slechts een klein onderdeel van het proces. Door de overvloed van kwalitatieve games is een sterke (en prijzige) marketingstrategie cruciaal. Wanneer een publisher zijn of haar game slecht positioneert in de markt is de kans groot dat de game verdwijnt in de massa. De budgetten voor het ontwikkelen van AAA-games (grote console games) zijn wel erg groot, zeker wanneer sommige studio's hetzelfde of nog meer budget spenderen aan marketingcampagnes dan het eigenlijke productiebudget.

Aanvraagprocedure

Uit de bevragingen kunnen we afleiden dat het opstellen en indienen van een dossier vrij toegankelijk is. Daarnaast stellen we vast dat de begeleiding van het VAF/Gamefonds erg positief onthaald worden en de nodige ondersteuning biedt waar nodig. Het is belangrijk dat ontwikkelaars en zeker de jonge starters nauwe contacten opbouwen met VAF/Gamefonds. Ook werd een invoeren van een fastlane voor bekende studio's aangehaald tijdens de interviews. Hier zouden studio's die al ettelijke keren steun ontvingen graag de optie krijgen voor het indienen van een verkort dossier waarin enkel de noodzakelijk informatie wordt vermeld. Middelgrote en grote studio's doen soms geen beroep op het VAF/Gamefonds door de tijdrovende dossiers.

Budgetbesteding

De sector ondersteunt het belang van games waar eigen IP aan verbonden is. De vraag naar het professionaliseren van de Vlaamse gamesector is groot, waarbij commercieel sterke projecten een

doorslaggevende rol spelen. Echter, games die steun krijgen van het VAF/Gamefonds beschikken vaak over een laag rendement in vergelijking met commerciële games. De finaliteit van het VAF/Gamefonds is echter de ondersteuning van een brede diversiteit aan games, ongeacht het track record van de speler of grootte van een studio. Doorheen de bevestigingen werd wel meerdere keren aangehaald dat de Vlaamse gamesector pas kan openbloeien wanneer er voldoende wordt geïnvesteerd in commercieel sterke projecten. Hier moeten we vaststellen dat de privésector en het VAF/Gamefonds verschillende verwachtingen hebben; waarbij de meerderheid van ontwikkelaars mikken op commerciële projecten en het VAF/Gamefonds haar middelen verdeelt over allerlei genres, met al dan niet het oog op commercieel succes. Echter, de Vlaamse gamesector op de kaart zetten is niet evident met een gebrek aan succesvolle entertainment-games.

VAF/Gamefonds Analyse steunaanvragen

Voor de analyse van de steunaanvragen onder het VAF/Gamefonds kijken we achtereenvolgens naar:

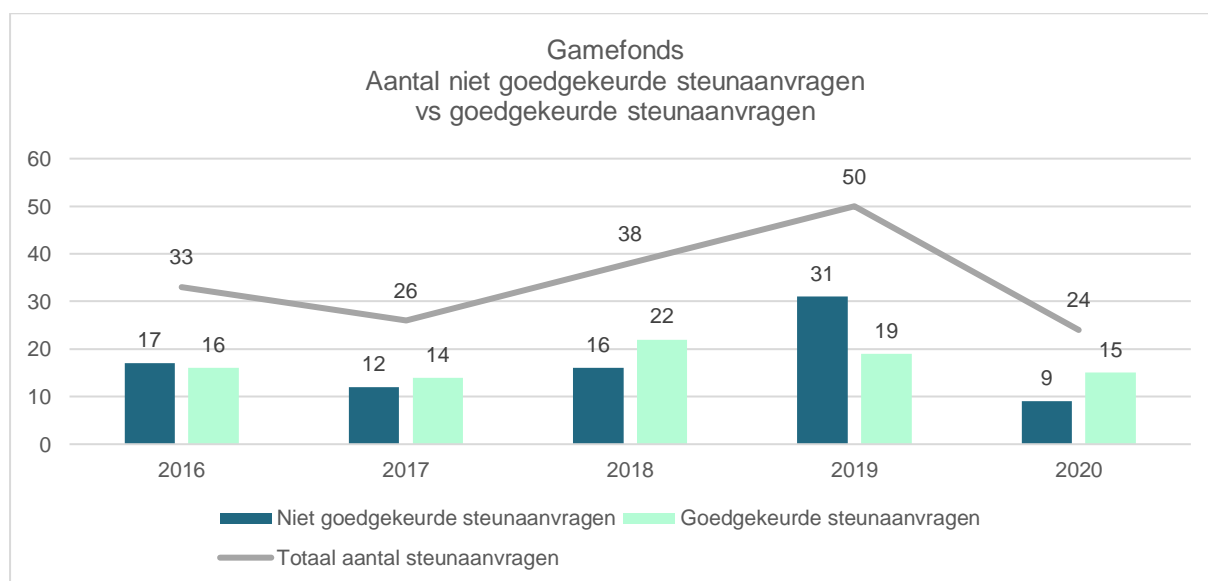
1. Verdeling van de steunaanvragen
2. Verdeling van het toegekende steunbedrag (in €)

Belangrijke opmerkingen i.v.m. de analyse van de steunaanvragen onder het VAF/Gamefonds:

- De categorieën: artistieke games, educatieve games, serious games (incl bestemd voor leerplichtonderwijs), entertainment games;
- De types steun: preproductiesteun en productiesteun;
- De analyses coveren de periode 2016-2020.

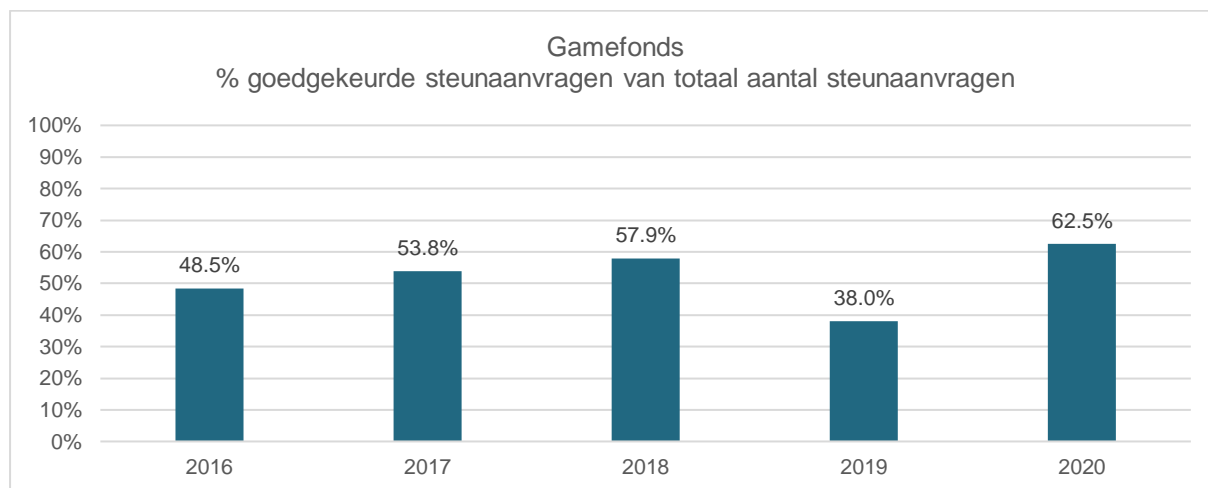
Verdeling van de steunaanvragen

In de periode 2016-2020 had het VAF/Gamefonds 171 indieningen, waarvan 86 (50,3%) goedgekeurde en 85 (49,7%) niet goedgekeurde indieningen. Per jaar zijn er gemiddeld 17 goedgekeurde steunaanvragen en 17,2 niet goedgekeurde steunaanvragen. Het VAF/Gamefonds kent een algemeen gemiddelde slaagkans van 52% (zie onderstaande figuur met % goedgekeurde per jaar). Het aantal indieningen nam geleidelijk toe tussen 2016 en 2019 (+51,5%). In 2020 halveerde het aantal indieningen (van 50 naar 24), wat mogelijks verklaart waarom het slaagpercentage hoger is in 2020 (62,5%).



Figuur 102: VAF/Gamefonds – Aantal niet goedgekeurde vs aantal goedgekeurde steunaanvragen (2016-2020) (VAF)

Het slaagpercentage bedraagt 48,5% in 2016, 53,8% in 2017, vervolgens 57,9% in 2018, een stijging van ongeveer 5% per jaar (2016-2018). In 2019 bedraagt het slaagpercentage slechts 38%, mogelijks te verklaren door het hoge aantal aanvragen (50). In 2020 bedraagt het slaagpercentage 62,5%, mogelijks te verklaren door het lage aantal steunaanvragen in totaal (24). Tussen 2016 en 2020 is het slaagpercentage elk jaar toegenomen (van 48,5% naar 62,5%), met uitzondering van 2019 (38%).



Figuur 103: VAF/Gamefonds – % goedgekeurde projecten van het totaal aantal indieningen (slagpercentage) (2016-2020) (VAF)

Het VAF geeft steun aan 'entertainment games', 'artistieke games', 'educatieve games' en 'serious games'. Tussen de periodes 2016-2017 en 2018-2020 is er een klein verschil in termen van de namen van de categorieën. 'Educatieve games' heette 'serious games bestemd voor leerplichtonderwijs' in 2016-2017 en 'serious games' heette 'andere serious games' in 2016-2017. In 2018-2020 spreken we van 'educatieve games' en 'serious games'.

Definiëring:¹⁵⁷

- **'entertainmentgames'**:¹⁵⁸ games gericht op spelplezier, bv. 'Black Legend'¹⁵⁹ (2019);
- **'artistieke games'**:¹⁶⁰ deze games zijn kunstzinnige creaties waarvoor het medium 'game' wordt aangewend als expressievorm, maar waarbij de primaire doelstelling een artistieke ervaring is (bv. in een museum, via een installatie, als (deel van) een kunstproject, ...), bv. Pixel Picasso (2018);
- **'serious games bestemd voor leerplichtonderwijs'** (alleen in 2016 en 2017): games bestemd voor het onderwijs, bv. 'Taalheld'¹⁶¹ (2017) (*educatieve games*);
- **'andere serious games'** (alleen in 2016 en 2017): games met een maatschappelijk doel, bv. 'Think Twice'¹⁶² (2016) (*serious games*);
- **'serious games'** (vanaf 2018):¹⁶³ games met een maatschappelijk doel, bv. 'Shadow Game'¹⁶⁴ (2019);
- **'educatieve games'** (vanaf 2018):¹⁶⁵ games bestemd voor het onderwijs, bv. 'VR KUUB'¹⁶⁶ (2020);

¹⁵⁷ VAF. (2021). Reglement VAF/Gamefonds. https://www.vaf.be/sites/vaf/files/9._reglement_gamefonds_10.06.2021.pdf

¹⁵⁸ VAF. (2021). Voorbeelden Entertainment Games. <https://www.vaf.be/voorbeelden-entertainmentgames>

¹⁵⁹ <https://www.blacklegendgame.com/>

¹⁶⁰ VAF. (2021). Voorbeelden Artistieke games. <https://www.vaf.be/voorbeelden-artistieke-games>

¹⁶¹ <https://www.languagehero.app/home>

¹⁶² <https://www.savensound.com/think-twice>

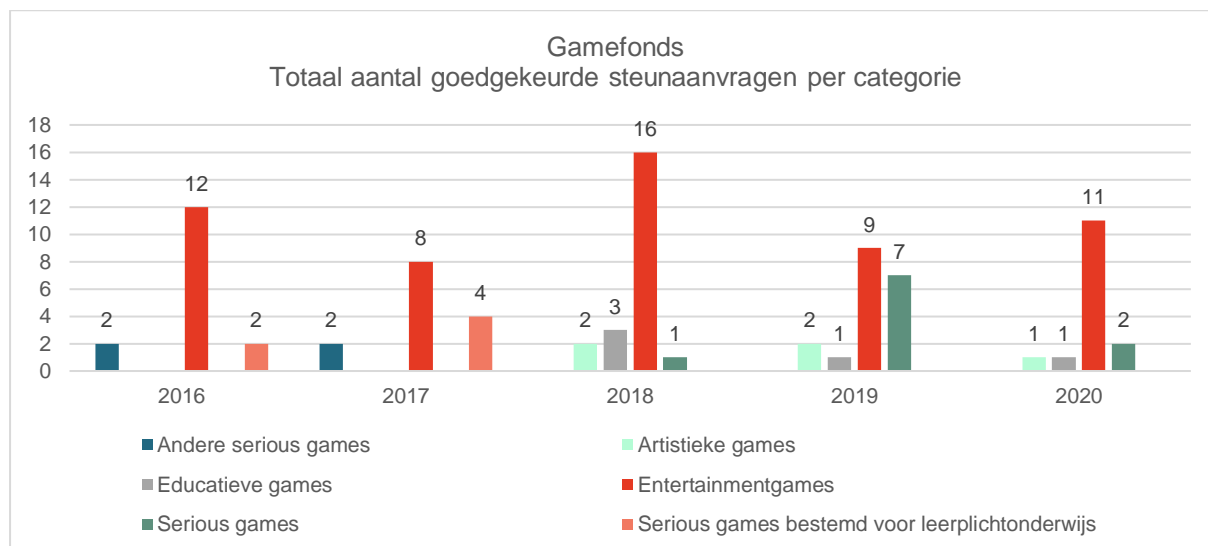
¹⁶³ VAF. (2021). Voorbeelden Serious Games. <https://www.vaf.be/voorbeelden-serious-games>

¹⁶⁴ <https://shadowgame.eu/en/homepage/>

¹⁶⁵ VAF. (2021). Voorbeelden Educatieve Games. <https://www.vaf.be/voorbeelden-educatieve-games>

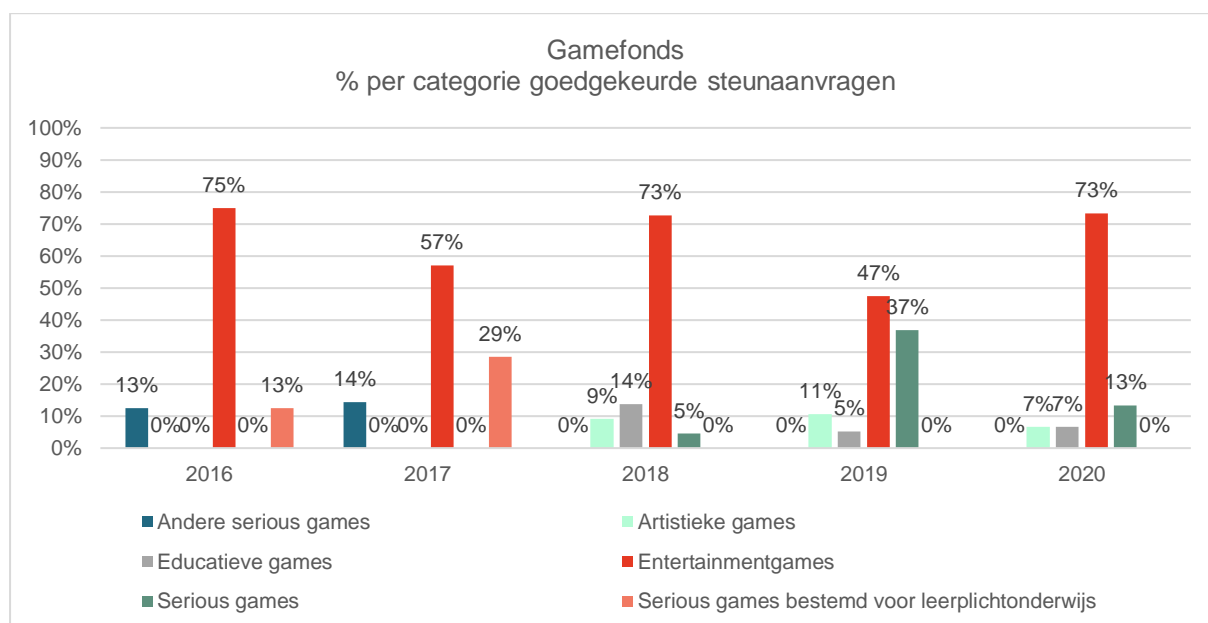
¹⁶⁶ https://drupal.imec.be/sites/default/files/inline-files/Leaflet_Smart_Education_VR_KUUB_0.pdf

Entertainment games tellen de meeste premies (goedgekeurde steunaanvragen), met een recordaantal in 2018 waarbij 16 entertainment games een premie ontvangen hebben. Elk jaar gaan er tussen de 1-3 premies naar zowel artistieke games, als educatieve games, als serious games (met uitzondering van 7 premies voor serious games).



Figuur 104: VAF/Gamefonds – Aantal goedgekeurde steunaanvragen per categorie (2016-2020) (VAF)

Van de totaal aantal goedgekeurde steunaanvragen in de periode 2016-2020, ging 65% naar 'entertainmentgames', 16% naar 'serious games' (incl. 'andere serious games'), 13% naar educatieve games (incl. 'serious games bestemd voor leerplichtonderwijs') en 9% naar artistieke games. De verdeling is min of meer constant voor de periode 2016-2020, met een uitzondering voor 2019 waar opvallend meer 'serious games' premies ontvangen hebben.



Figuur 105: VAF/Gamefonds – % per categorie goedgekeurde steunaanvragen (2016-2020) (VAF)

Verdeling van het toegekende steunbedrag

Tussen 2016 en 2020 heeft het VAF/Gamefonds €5,56M besteed aan creatie. In 2016 heeft het €0,75M besteed ten opzichte van €1,28M in 2020 (+70%). Tussen 2019 (€1,43M) en 2020 (€1,28M) daalde de totale som toegekende steun echter wel met 10%.

Er zijn in principe twee verschillende types premies: (1) preproductiesteun en (2) productiesteun. Sommige projecten hebben in één jaar zowel (3) preproductiesteun als productiesteun ontvangen, wat herkend wordt als een derde categorie in de data en als dus ook is af te leiden uit onderstaande tabellen. De combinatie (3) 'preproductiesteun + productiesteun' kwam alleen voor in 2016 en 2017. Verder steeg het totaal toegekende steunbedrag van 2016 tot 2019, maar tussen 2019 en 2020 daalde de totale som toegekende steun 10%.

Tabel 78: VAF/Gamefonds – Toegekende steun (in €) (2016-2020) (VAF)

Toegekende steun (in €) (2016-2020)	2016	2017	2018	2019	2020	Totaal
Preproductiesteun	168.782	392.053	592.428	490.792	450.024	2.094.079
Preproductiesteun + productiesteun	210.437	70.000				280.437
Productiesteun games	377.475	230.000	805.942	937.991	834.444	3.185.852
Eindtotaal	756.694	692.053	1.398.370	1.428.783	1.284.468	5.560.368

Het gemiddelde steunbedrag per project is 81% gestegen tussen 2016 (€47.293) en 2020 (€85.631). De gemiddelde toegekende steun voor preproductiesteun per project is 78% gestegen tussen 2016 (€28.130) en 2020 (€50.003). De gemiddelde toegekende steun voor productiesteun per project is 158% gestegen tussen 2016 (€53.925) en 2020 (€139.074).

Tabel 79: VAF/Gamefonds – Gemiddelde toegekende steun (in €) (2016-2020) (VAF)

Gemiddelde toegekende steun (in €) (2016-2020)	2016	2017	2018	2019	2020	Gemiddelde steun per categorie
Preproductiesteun	28.130	39.205	49.369	40.899	50.003	42.736
Preproductiesteun + productiesteun	70.146	70.000				70.109
Productiesteun games	53.925	76.667	80.594	133.999	139.074	96.541
Gemiddelde steun per jaar	47.293	49.432	63.562	75.199	85.631	64.655

Wat betreft de steun per categorie gaat er gemiddeld (2016-2020) 68% (€3,8M) naar entertainmentgames, 14% (€0,76M) naar serious games, 6% (€0,33M) naar serious games bestemd voor leerplichtonderwijs, 6% (€0,34M) naar educatieve games, 3% (€0,18M) naar artistieke games en 3% (€0,15) naar 'andere serious games'.

Tabel 80: VAF/Gamefonds – Toegekende steun per categorie (in €) (2016-2020) (VAF)

Toegekende steun per categorie (in €) (2016-2020)	2016	2017	2018	2019	2020	Totaal
Andere serious games	30.000	115.000				145.000
Artistieke games			41.541	81.932	58.390	181.863
Educatieve games			249.475	50.000	40.000	339.475
Entertainmentgames	585.154	391.500	1.037.354	848.300	941.853	3.804.161
Serious games			70.000	448.551	244.225	762.776

Serious games bestemd voor leerplichtonderwijs	141.540	185.553				327.093
Eindtotaal	756.694	692.053	1.398.370	1.428.783	1.284.468	5.560.368

De gemiddelde toegekende steun per project is het hoogst voor serious games (€76.278),¹⁶⁷ gevolgd door entertainment games (€67.931), educatieve games (€67.895), serious games bestemd voor leerplichtonderwijs (€54.516), door artistieke games (€36.373) en tot slot andere serious games (€36.250).

Tabel 81: VAF/Gamefonds – Gemiddelde toegekende steun per project (in €) (2016-2020) (VAF)

Gemiddelde toegekende steun per project per categorie (in €)	2016	2017	2018	2019	2020	Gemiddelde steun per categorie
Andere serious games	15.000	57.500				36.250
Artistieke games			20.771	40.966	58.390	36.373
Educatieve games			83.158	50.000	40.000	67.895
Entertainmentgames	48.763	48.938	64.835	94.256	85.623	67.931
Serious games			70.000	64.079	122.112	76.278
Serious games bestemd voor leerplichtonderwijs	70.770	46.388				54.516
Gemiddelde steun per jaar	47.293	49.432	63.562	75.199	85.631	64.655

Lessons learned

Tabel 82: Lessons learned VAF/Gamefonds

Lessons learned VAF/Gamefonds
<ul style="list-style-type: none"> • Het jaarlijkse budget van het VAF/Gamefonds is niet in verhouding met de kosten representatief voor games in een bloeiende gaming-industrie. • De videogame-industrie verandert continu, waardoor een flexibel beleid opportuniteiten kan omarmen. VAF/Gamefonds zou best binnen de contouren van de beheersovereenkomst over voldoende flexibiliteit beschikken om in te spelen op nieuwe trends. • Er is onenigheid tussen de privésector en het VAF/Gamefonds omtrent de budgetverdeling tussen verschillende genres. Hier wordt duidelijk dat partijen de noden voor de videogamesector anders benaderen. Veel spelers vertrekken vanuit een economische finaliteit voor het VAF/Gamefonds, vooral gericht op die genres die commercieel kunnen scoren. Anderen erkennen het belang van een VAF/Gamefonds dat niet uitsluitend projecten met het oog op commercieel succes, maar evenzeer gewaagde projecten of een breed scala aan projecten binnen diverse toepassingsgebieden een kans geeft. • Daarnaast tracht de privésector de Vlaamse game-industrie te doen groeien, maar ze ondervinden een gebrek aan financiële steun om dit te realiseren. De professionalisering van de sector hangt nauw samen met de economische groei, die het meest wordt gevoed door entertainment-games. • Het VAF/Gamefonds is een mooie aanvulling voor de sector, maar zal niet leiden tot het professionaliseren van de gamesector. Wel heeft het fonds bijgedragen tot de professionalisering van voornamelijk kleinere spelers, en heeft het kansen geboden aan creatief talent. De grote meerwaarde lijkt de professionele aanpak, toegankelijkheid van het fonds en de expertise en inzet van haar medewerker.

¹⁶⁷ Uitzonderlijk hoog gemiddeld budget voor 'serious games' in 2020: ongeveer het dubbele van het jaar ervoor (2019).

Het VAF/Gamefonds worstelt nog steeds met dezelfde problemen die in het verleden duidelijk werden benoemd in de doorlichting van het gamebeleid 2016 en het Actieplan Gaming.¹⁶⁸ Beide rapporteren de noden van de Vlaamse gamesector, maar de overgang tot actie ontbreekt. In het Actieplan Gaming staat duidelijk vermeld dat Vlaamse sector economisch achterophinkt ten opzichte van andere lidstaten. Toch benadrukt het Actieplan Gaming dat Vlaanderen beschikt over de nodige kwaliteiten om zich aan te sluiten tot de internationale markt. Echter, zijn we weer drie jaar verder sinds de start van het Actieplan Gaming en is er weinig veranderd binnen de Vlaamse sector. De globale game-industrie groeit tegen een razend tempo waardoor de kloof tussen de internationale markt en Vlaanderen toeneemt. Toch willen we melden dat verschillende Vlaamse studio's de afgelopen jaren kwalitatieve games ontwikkelden waar we oprecht trots op mogen zijn.

Reflecties m.b.t. noden gamesector

BRAIN DRAIN

Het behouden van lokaal talent is noodzakelijk voor de groei van de Vlaamse gamesector. We beschikken over kwalitatieve opleidingen, maar we verliezen ons lokaal talent aan buitenlandse spelers. De sector heeft volgens een aantal geïnterviewden een tekort aan senior profielen waardoor het opleiden van juniors steeds moeilijker wordt. Ook in het hoger onderwijs is er een tekort aan ervaren docenten. Het voorkomen van brain drains is enkel mogelijk wanneer de Vlaamse markt uitdagende projecten kan aanbieden tegen een competitieve vergoeding.

UPSCALING PROBLEMATIEK

De groeimogelijkheden van kleine en middelgrote studio's zijn noodzakelijk voor het professionaliseren van de Vlaamse gamesector. Echter, stellen we vast dat door beperkte middelen upscaling van de kleinere studio's stroef verloopt. Momenteel zijn kleine studio's genoodzaakt projecten te financieren d.m.v. sweat equity en/of work-for-hire projecten. Beide pistes zijn nadelig voor de producent en de gamesector. Regelmatig zien we hoe jonge ontwikkelaars d.m.v. sweat equity zichzelf niet uitbetalen en pas inkomsten verkrijgen wanneer de game wordt gelanceerd. Daarnaast zijn work-for-hire projecten eveneens nadelig voor de Vlaamse sector doordat studio's hun eigen projecten tijdelijk moeten onderbreken. Het uitbreiden van de Tax Shelter zou de kleine en middelgrote studio's voorzien van extra ademruimte en groeimogelijkheden.

BEPERKTE FINANCIERING

De middelen van het VAF/Gamefonds zijn niet in verhouding met de kosten en verwachtingen van de game-industrie. We mogen niet verwachten dat de Vlaamse gamesector zal groeien tot een volwassen markt met enkel de hulpmiddelen van het VAF/Gamefonds. Als we terugblikken naar de benchmark van Frankrijk en Canada dan zien we dat het combineren van verschillende financiering pistes bijdraagt tot een aantrekkelijke sector. Echter, het substantieel verhogen van het budget zal niet leiden tot de perfecte oplossing.

BELASTINGVOORDELEN

Vlaamse game-ontwikkelaars opperen al ettelijke jaren voor het uitbreiden van de Tax Shelter. Het draagvlak voor de uitbreiding naar de gamesector lijkt inmiddels wel toegenomen, maar de noden en werking van de gamesector is niet identiek aan die van de audiovisuele sector. De uitbreiding naar

¹⁶⁸ Raats, T., Waeben, J., Bleumers, L., Ruelens, S., Vandenplas, R., Vermeulen, L., & Van Looy, J. (2016). Doorlichting van het Vlaams gamingbeleid. Studie in opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media van de Vlaamse Gemeenschap. Gent en Brussel: IMEC-MICT en IMEC-SMIT. https://www.vlaanderen.be/cjm/sites/default/files/2020-02/161108_doorlichting_van_het_vlaamse_gamebeleid.pdf

; Vlaamse Regering. (2018). Actieplan Gaming - transversale visie en concrete maatregelen voor een gecoördineerd en geïntegreerd Vlaams gamebeleid. https://www.ewi-vlaanderen.be/sites/default/files/actieplan_gaming_-_nota_voor_de_vlaamse_regering.pdf

gamesector is dus wel gewenst, maar moet rekening houden met de specificiteit van de sector. Sommigen geven ook aan dat een taks credit-systeem zoals in het VK idealiter te verkiezen is boven een Tax Shelter.

MASTEROPLEIDING

In de doorlichting van 2016 wordt vermeld dat het DAE interesse heeft in het verruimen van hun curriculum. Toch zijn er nog geen concrete doelstellingen voor het uitbreiden van de professionele bachelor naar een Masteropleiding. De professionele bachelor zorgt voor een grondige basis, maar het voorzien van een Mastertraject geeft studenten de kans hun technische vaardigheden verder te ontwikkelen. Momenteel zijn studenten die op zoek zijn naar meer theoretische en technische onderbouwing beperkt tot de traditionele informatica opleidingen of buitenlandse opleidingen.

GAMES ZIJN EXPORTPRODUCTEN

De aard van het product verschilt drastisch van film- en televisieproducties, maar in de meeste landen groeien gameondersteuning voort uit de audiovisuele fondsen en volgen ze grotendeels dezelfde logica. Bovendien zijn de fondsen onderhevig aan regels rond Europese regels voor staatssteun waardoor fondsen vooral culturele en artistieke aspecten blijven beklemtonen. Echter, games kennen vooral een economisch potentieel, zijn bovendien niet beperkt tot een lokale afzetmarkt, en beschikken over schaalvoordelen waardoor het volume van de afzetmarkt toeneemt. Daartegenover staat wel dat de investeringskost gigantisch kan zijn, wat vaak in schril contrast staat tot de middelen die audiovisuele fondsen ter beschikking hebben. Ook is de diversiteit van games en formats (sommige mobiele apps zijn veel goedkoper) moeilijker in te passen in vastgelegde premiesystemen van fondsen.

VAF/GAMEFONDS PRIORITEITEN

Het VAF benadert de audiovisuele sector vanuit een cultureel perspectief en schenkt minder aandacht aan het commercieel aspect. Echter, snakt de Vlaamse gamesector naar enkele commerciële successen. Momenteel worden de beperkte middelen ruim verdeeld over zowel entertainment, educatief, serious en artistieke games. Uit de bevraging werd duidelijk dat ieder genre belangrijk is en recht heeft op steun, maar of de Vlaamse gamesector zal groeien door educatieve of artistieke games werd in vraag gesteld.

VERTICAL SLICE + TECHNISCHE ONDERSTEUNING

Het ontwikkelen van een amusante en aantrekkelijke vertical slice is cruciaal voor het financieringsproces. Investeerders eisen meer dan een robuust prototype dat hooguit enkele features aantoont. Publishers en investeerders verwachten een korte momenten opname van het product waarin alle features aanbod komen. Uiteraard is er een kostenplaatje verbonden aan het ontwikkelen van zo'n vertical slice waar het VAF/Gamefonds momenteel niet voldoende budget voor vrijmaakt. Meer ondersteuning voor vertical slices zou ertoe kunnen leiden dat producenten geen aanspraak moeten doen tijdens latere fasen van de ontwikkeling vanwege externe investeerders.

COVID-19

Er werd al verwezen naar het succes van de globale gamesector, toch werd doorheen de interviews duidelijk dat niet iedere studio genoot van extra inkomsten. De grote omzetten werden gegenereerd door enkele grote studio's die beschikken over een brede back catalogue. Door de verplichte lockdowns hadden gamers wereldwijd nood aan ontspanning en de nodige vrije tijd om te gamen, waardoor de aankoop van games sterk toenam. In de Vlaamse gamesector genoten weinig studio's van extra inkomsten; doordat de kleine spelers niet beschikken over ruime back catalogues. Daarnaast was het uitbrengen van nieuwe games eveneens moeilijk doorheen de pandemie. Door extra inspanningen van het VAF/Gamefonds waren extra steunmaatregelen wel mogelijk: zo kregen geselecteerde projecten onmiddellijk een voorschot van 5% en werd de opleveringstermijn verlengd. Ook werd €100K van het Vlaams Noodfonds toegekend aan het VAF/Gamefonds.

Samenvatting en lessons learned

Tabel 83: Highlights Hoofdstuk 5

Highlights Hoofdstuk 5

- Het VAF speelt een erg belangrijke rol in de ondersteuning van de videogamesector, en is een belangrijke brugfunctie tussen diverse spelers. Echter, het budget van het VAF/Gamefonds is ruim onvoldoende voor de ambities en de potentiële meerwaarde voor de sector. Uit de bevraging wordt ook duidelijk dat de serious, educatieve en artistieke games weinig return opleveren en dus ook weinig bijdragen tot de groei van de Vlaamse sector.
- Naast het VAF/Gamefonds snakt de Vlaamse gamesector naar alternatieve financiering pistes. Uit de bevraging en de voorgaande studies blijkt dat het uitbreiden van de Tax Shelter de sector positief zouden beïnvloeden.
- Door het uitbreiden van de gespecialiseerde game-opleiding naar een Mastertraject zou de Vlaamse markt op lange termijn beschikken over meerdere technische onderbouwde profielen. Dit soort profielen zijn schaars, maar wel cruciaal voor het ontwikkelen van videogames. Daarnaast moeten we meer aandacht besteden aan de werkomstandigheden voor dit soort profielen. Wanneer de Vlaamse markt geen uitdagende projecten kan voorschotelen zullen de talenten andere oorden opzoeken.
- Het VAF/Gamefonds spendeert de meerderheid van haar middelen aan het productieproces wat positief wordt onthaald door de sector. Toch is er vraag naar extra middelen die technische ontwikkeling en vertical slices ondersteunen. Wanneer de producent een sterke vertical slice kan voorstellen aan potentiële investeerders zal ook de nood voor extra ondersteuning doorheen het productieproces afnemen.
- Het Actieplan Gaming blijft een belangrijk instrument voor de Vlaamse gamesector. De werkpunten sluiten nog steeds aan bij de noden van de sector. Uit de bevraging kunnen we afleiden dat het Actieplan Gaming goed wordt ontvangen binnen de sector. Stakeholders lijken wel nog meer centrale sturing te verwachten van het actieplan, dat nu een brede waaier aan verantwoordelijkheden spreidt over diverse spelers. Ook in de organisatie van het overleg leek iets meer sturing te worden gesuggereerd. De vraag naar uitbreiding Tax Shelter, voldoende financiële incentives die risico-investering ondersteunen, de toevoeging van een masteropleiding gaming en een sterk VAF/Gamefonds, blijven nog steeds actueel.

Hoofdstuk 6

Aanbevelingen

6. Hoofdstuk 6: Aanbevelingen

Inleiding

Deze studie bracht in opdracht van de het Departement Cultuur, Jeugd en Media een brede analyse van het Vlaams audiovisueel beleid. Dit hoofdstuk presenteert de aanbevelingen. Belangrijke noot voor de lezer is dat de aanbevelingen, net als het rapport als weerslag van het onderzoek, niet elk onderdeel van het audiovisueel beleid belicht. De onderzoekers zijn zich bewust van de bredere uitdagingen en van de samenhang tussen een ondersteuningsbeleid en andere aspecten, zoals een goede regeling en toepassing van de vergoeding van auteursrecht, kwalitatief hoogstaand onderwijs, het belang van een goed werkend tax-shelter mechanisme, een slagvaardige en ondernemende openbare omroep, etc. De aanbevelingen in deze studie hebben hoofdzakelijk betrekking op:

- De werking, prioriteiten en strategie van het Vlaams Audiovisueel Fonds
- Met daarbij aandacht voor zowel VAF/Filmfonds, VAF/Mediafonds als VAF/Gamefonds
- De bredere contouren voor een slagvaardig gamebeleid
- De uitwerking van een duurzame investeringsverplichting voor de audiovisuele sector
- Een aantal aanbevelingen m.b.t. specifieke vragen van de opdrachtgever (bv. Aanbeveling rond audiodescriptie).

De aanbevelingen zijn gebaseerd op de resultaten van gesprekken met 45 stakeholders, een analyse van de VAF-gesteunde projecten, vergelijking met buitenland, en kwantitatieve analyses m.b.t. financiering en omvang van de Vlaamse audiovisuele sector.

Het speelveld: een audiovisuele sector waar het ritme bepaald wordt door buitenlandse spelers

Waar globale spelers 5 jaar geleden zich voornamelijk als concurrent manifesteerden en traditionele spelers in Vlaanderen (omroepen, dienstenverdelers, producenten) zich slechts in beperkte mate aanpasten aan een nieuwe situatie, lijkt de impact vandaag totaal. Omroepen zijn genoodzaakt te evolueren tot platformen, producenten moeten zich internationaal profileren, en dienstenverdelers moeten zich lokaal verankeren om buitenlandse spelers het hoofd te bieden. Een aantal belangrijke vaststellingen uit onze analyse, cruciaal voor de aanscherping van het audiovisueel beleid, zijn:

- Het volume tv-fictie is in Vlaanderen, ondanks buitenlandse concurrentie, in de voorbije jaren nog gegroeid. De komst van Streamz in 2020-2021 heeft deze groei nog versterkt. Toch is de situatie waarbij Vlaanderen uitzonderlijk veel produceerde tegenover bv. de Scandinavische landen, gewijzigd: we zien dat ook in andere markten het productievolume sterk is gestegen en dat ook daar in toenemende de strijd met platformen heeft geleid tot meer en duurdere fictie. Kortom: de mogelijkheden om content internationaal te exploiteren groeien, maar tegelijkertijd wordt de concurrentie bijzonder groot.
- Die concurrentie doet zich ook voor op het vlak van ondersteuningsmechanismen. Het mag duidelijk zijn: De Vlaamse productiesector kan gebruiken maken van een bijzonder performant instrumentarium voor de ondersteuning, zeker voor een kleine markt. Op het vlak van financiering, zijn de tax shelter en de publieke omroepdotatie daarin de belangrijkste pijlers. Wat betreft de ondersteuning van kwaliteitscontent, vormt het VAF de belangrijkste motor. Sinds 2004 zijn er telkens instrumenten toegevoegd (VAF/Gamefonds, VAF/Mediafonds, Screen Flanders) in functie van de noden van de sector. Dat gaf, zeker op het vlak van audiovisuele productie, een belangrijke voorsprong ten opzichte van andere Europese markten, en draagt bij

tot de grote dynamiek van de Vlaamse sector en het sterke buitenlands exportaandeel. Maar de internationale context is ondertussen veranderd. Steeds meer landen gaan over tot investeringsverplichtingen voor on-demand audiovisuele diensten die niet in de eigen markt gevestigd zijn, hebben economische incentives gelijkaardig aan Screen Flanders, of tax credits en rebates toevoegd. Dit alles heeft de dynamiek van de sector sterk doen toenemen, maar dus ook de concurrentie, en tegelijkertijd, ironisch genoeg, de afhankelijkheid van publieke middelen.

- Daarenboven zijn internationale investeringen belangrijker geworden, maar ze kunnen nog altijd niet (en wellicht nooit) de financieringskost van onze lokale producties compenseren. Vaak overstijgt een internationale deal niet meer dan 1/5e van de totale kost van een reeks. Voor omroepen, dienstenverdelers en producenten zijn er inkomsten bijgekomen, maar de afhankelijkheid van VAF/Mediafonds, investeringsverplichtingen en Tax Shelter blijven. Meer exporteerbare en grote reeksen betekent dus ook steeds een politieke keuze, aangezien de middelen hiervoor wegen op de begroting. Daartegenover staat wel een bloeiende sector die de voorbije twintig jaar sterk geprofessionaliseerd is, met talent dat in binnen- en buitenland aan de slag is, en met meer dan 10.000 voltijdse equivalenten actief in Vlaanderen.
- Eveneens belangrijk voor beleid: de discussie over duurzaamheid van de sector wordt nog te vaak verengd tot een discussie over fictie en feature film alleen. Zo hebben Vlaamse dienstenverdelers en buitenlandse SVODs de weg gevonden naar Vlaamse producenten voor fictie, maar voor animatie en documentaire is dit veel minder het geval. De over-focus op tv-fictie dreigt ook de positie van Vlaamse film te kannibaliseren, als niet steeds beide hetzelfde gewicht krijgen in beleidsdiscussies. Bovendien staan ook andere genres (entertainment, reality, factual) onder druk, vaak omdat zij geen overheidssteun genieten (tenzij via de VRT-dotatie) en omdat die genres veel minder exporteerbaar zijn dan scripted content.
- Voor Vlaamse film is de uitdaging nog een pak groter dan voor tv-fictie, om diverse redenen. Concurrentie met streamingplatformen drukt op de inkomsten van bioscopen, wat die spelers vaker doet inzetten op blockbusters en spektakelfilm, wat mogelijk nefast is voor kleinere en vooral lokale titels. Bioscoopbezoekers kan je vandaag steeds minder verleiden met een romantische komedie of thriller, wanneer er een toegankelijk aanbod op Netflix van te vinden is. Producenten van Vlaamse films kunnen steeds moeilijker voorschotten halen bij distributeurs, die op hun beurt steeds minder risico willen nemen met de voorfinanciering van distributie. Het nagenoeg volledig wegvallen van de DVD-markt als distributietak speelt daarin een grote rol. Het succes van tv-fictie zorgt er ook voor dat steeds meer getalenteerde filmmakers zich op reeksen focussen, ten koste van film. Ten slotte is het voor films veel moeilijker om op te vallen in uitgebreide catalogi van streaming-platformen, wat ook betekent dat lokale titels moeilijker hun weg vinden naar deze platformen. De omroepen, ten slotte, tonen inspanningen om Vlaamse films aan te kopen maar zijn niet langer de coproducent van weleer. Omdat ook omroepen sterk de druk van het veranderd kijkgedrag ondervinden, zijn feature films een stuk risicovoller om te programmeren dan tv-fictie. Voor Vlaamse film ziet het ernaar uit dat zelfs de puur commerciële titels (zonder VAF-steun) op termijn moeilijker hun financiering zullen rondkrijgen. Bovendien is het verschil tussen een erg goed of slecht filmjaar op basis van publiekscijfers sterk afhankelijk van het succes van een beperkt aantal titels.

De hieronder geformuleerde aanbevelingen zijn in het licht van de hierboven geschetste situatie uitgewerkt.

Adviezen met betrekking tot het VAF algemeen

Het VAF als organisatie: taken en goed bestuur

- **A1. Onafhankelijkheid:** In het kader van de regels van het goed bestuur en om tegemoet te komen aan bezorgdheden in de sector, pleiten wij voor een blijvende aandacht voor de onafhankelijke werking van het VAF. Het VAF is een partner van de overheid en audiovisuele sector maar moet onverminderd autonoom en zonder belangenvermenging kunnen functioneren. Onderdeel hiervan is een duidelijke taakafbakening en onderlinge onafhankelijkheid van de Raad van Bestuur, de Intendant en de VAF-medewerkers, en de Commissies.
- **A2. Transparantie:** Het VAF moet een zo transparant mogelijke organisatie zijn. De sector waardeert de inspanningen van het VAF om snel te reageren en in te spelen op een wijzigende context, maar dit creëert bijkomende complexiteit. We stellen vast dat de sector nog steeds onvoldoende op de hoogte is van de procedures, werking en mogelijkheden van het VAF. Hoewel hier ook een belangrijke taak voor de belangenverenigingen en hogescholen ligt, vraagt dit van het VAF extra inspanningen op het vlak van transparantie:
 - *heldere en open communicatie met de sector*
 - *toegankelijkheid van informatie, ook met het oog op nieuwkomers*
 - *eenvoudige en eenduidige administratieve procedures met voldoende korte doorlooptijd*
 - *duidelijke communicatie en informatie over genomen beslissingen*
- **A3. Een duidelijke positionering:** er moet een helder verwachtingskader voor de audiovisuele sector zijn; het moet voor de sector duidelijk zijn wat het VAF wel en niet kan betekenen voor spelers, en wat verwacht kan/mag worden van een audiovisueel fonds dat met beperkte middelen in een veranderend ecosysteem opereert. De sector moet zich bewust zijn van deze positie. Zo kunnen discussies over diversiteit en inclusie in de sector niet beperkt blijven tot het VAF alleen. Of nog een ander voorbeeld: het VAF/Mediafonds is belangrijk, maar met 3 productieprijzen per jaar levert het momenteel minder dan een kwart van het totaalvolume Vlaamse tv-fictie.
- **A4. Zekerheid en flexibiliteit:** De verwachtingen van de sector volgen de basiskennmerken van een goede beheersovereenkomst. Daarom pleiten wij, enerzijds, voor een *lange-termijn zekerheid* met betrekking tot (i) de beschikbare middelen (consistente financiering), (ii) de verdeling van de middelen over de verschillende taken van het fonds (behoud van het oormerken van middelen voor media, film en games, en tussen genres) en (iii) de regels (standvastige en heldere procedures) van projectindiening, -toekenning en -rapportering. Kortom, zowel de overheid als het VAF mogen het financieel en procedurele kader niet voortdurend veranderen. Omwille van de verspreiding van de toegekende dotatie over diverse vormen van steun en genres, is een besparing op korte termijn meteen zichtbaar in de output, zoals de figuren in dit rapport tonen, en heeft dus meteen een impact op de audiovisuele sector. Anderzijds tonen de snelheid waarmee de sector evolueert en de onverwachte aard van sommige contextfactoren (e.g. COVID-19) een nood aan *flexibiliteit*. Dit impliceert dat, meer dan in het verleden, en binnen de wettelijke kaders, financiële middelen moeten kunnen worden overgeheveld tussen categorieën in functie van het aantal kwalitatieve projecten, en moet er flexibeler kunnen worden omgesprongen met de bestedingen van budgetten over meerdere jaren heen. Daarbij moet binnen de periode van een beheersovereenkomst ook een meerjarenplan mogelijk worden, dat elk jaar in functie van besteedde middelen kan worden bijgesteld.

- **A5. Inclusie en diversiteit:** Het is duidelijk dat er, op het vlak van diversiteit en inclusie, een nieuwe wind waait door de audiovisuele sector. Er is een kentering ingezet, niet enkel op het vlak van bewustwording, maar ook zichtbaar in de producties, in de diversiteit van jong en nieuw talent en in de diversiteit van de crews. Toch blijft er een vraag en nood naar meer inspanningen op dit vlak. Deze studie toonde dat, alvast wat gender betreft, het probleem zich het duidelijkst manifesteert tussen het afstuderen (waar de genderverdeling tussen mannen en vrouwen gelijk opgaat) en de instroom in de sector, waarbij gemiddeld 20% van de vrouwen niet richting VAF-aanvragen evolueren. De commissies vormen geen bottleneck en VAF-gesteunde projecten doen het op het vlak van genderverdeling beter dan niet-VAF gesteunde projecten. Toch dient het VAF een voorbeeld- en stimuleringsrol te spelen. De stappen die momenteel worden gezet (b.v. aandacht voor diversiteit in het jaarverslag, in de aanvragen), worden over het algemeen toegejuicht. Het VAF moet diversiteit en inclusie nastreven in alle aspecten van zijn werking, dus zowel intern (samenstelling RvB, leiding, commissies, medewerkers) als met betrekking tot de projecten en activiteiten die worden gesteund. Het moet hier gaan om diversiteit en inclusie met betrekking tot alle ondervertegenwoordigde groepen op basis van gender, etnische achtergrond, mensen met een beperking. Volgende aspecten zijn prioritair:
 - Wat betreft de samenstelling van de verschillende onderdelen van het VAF, pleiten we voor de uitwerking van een diversiteitsbeleid zoals dat past binnen de beleidslijnen op vlak van diversiteit van de Vlaamse overheid en dat van toepassing is voor gender, etniciteit en mensen met een beperking en zowel geldt voor de Raad van Bestuur, het kader, de commissies en de medewerkers. Voor 2021 konden we nog geen plan terugvinden maar in afwachting hiervan verwijzen we naar het Strategisch Gelijke kansen- en Diversiteitsplan van de Vlaamse overheid 2016-2020. Daarnaast verwijzen we graag naar good practices zoals het Charter Diversiteit en het werken met streefcijfers binnen de VRT.
 - Wat betreft het stimuleren van inclusie en diversiteit in de sector, pleiten we niet voor harde quota, maar voor een gemengd beleid dat diversiteit en inclusie stimuleert met respect voor de eigenheid van het creatieve proces.
 - Aan de *instroomzijde (indienen projecten)* pleiten we, zowel wat betreft makers als verhalen, voor (i) *bewustmaking en sensibilisering* door middel van events, workshops, wildcards, etc., waarbij specifieke inspanningen worden geleverd om deze door gerichte communicatie onder de aandacht te brengen van alle mogelijke doelgroepen; (ii) het voorzien in de steunaanvragen van een *reflectie door de indiener* over inclusie en diversiteit in het project; (iii) *een regelmatige benchmark oefening* met stappen genomen door andere fondsen, en dialoog met buitenlandse fondsen over de ervaringen met bepaalde maatregelen
 - Aan de *outputzijde (goedgekeurde projecten)*, pleiten we voor (i) *jaarlijkse zelfreflectie door de commissies en het VAF* over diversiteit in de projecten die dat jaar werden goedgekeurd; (ii) *diversiteit als vast onderdeel in de jaarlijkse rapportering*, zoals in het meest recente jaarverslag het geval was; (iii) *het hanteren van streefcijfers* o.b.v. diversiteit van personen in de crews, berekend over meerdere indienrondes heen.

Beleidsprioriteiten en rollen van het VAF

De nood aan een continue denkoefening om de beleidsprioriteiten en de taken/rollen van het VAF te identificeren en af te bakenen in functie van de beschikbare middelen, blijft ook vandaag cruciaal. Dit is in de eerste plaats een taak van de overheid die moet bepalen welke rol het VAF speelt in het media-ecosysteem als deel van het ruimer mediabeleid: moet het VAF in eerste instantie het bestaande systeem bevestigen, de evoluerende transformatie begeleiden of radicale vernieuwing tot stand helpen brengen. Dit kan variëren al naar gelang de specifieke sub-sector of het specifieke beleidsonderwerp. Binnen dit ruime kader moet dan het VAF een beleid uittekenen. Wij zien volgende taken als centraal voor een eigentijds audiovisueel fonds:

- *VAF als financiële motor*: het VAF blijft in eerste instantie een *verstrekker van financiële middelen* op basis van duidelijke beleidsdoelstellingen en heldere procedures. Naast de noodzakelijke financiële bijdrage van het VAF, blijft VAF-financiering ook een belangrijk 'keurmerk' om verdere financiering uit andere kanalen te bekomen.
- *VAF als standaard voor kwaliteit*: hoe groter het aanbod van concurrenten, hoe moeilijker het wordt om ertussenuit te springen. *'Making the good popular and the popular good'* moet een gidsend principe zijn voor de projecten die het VAF ondersteunt.
- *VAF als standaard voor fair practice*: VAF moet de lat meer dan ooit hoog leggen voor de hele audiovisuele sector, van ecologisch filmen en inclusie tot faire rechtenregeling bij de gesteunde producties, eerlijke verloning en sociale omstandigheden waarin crews werken en de correcte naleving van het Sociaal Charter.
- *VAF als innovator*: de VAF-werking en steunmechanismen moeten zoveel mogelijk innovatie in de sector kunnen helpen realiseren. Projecten en innovaties waarvoor potentieel bestaat, maar die niet passen binnen bestaande mechanismen, moeten kunnen worden gestimuleerd. Initiatieven van het VAF moeten de audiovisuele sector, tech start-ups en game-developers samenbrengen.
- *VAF als bruggenbouwer met het publiek*: VAF moet de promotor zijn in binnen- en buitenland van producties die door het VAF werden gefinancierd. De laatste drie jaar is er duidelijk meer ingezet op het aanscherpen van een publieksbewustzijn bij de makers, maar ook in promotie zelf, o.a. door de marketing-partnerschappen. De uitdagingen ten gevolge van COVID-19, hebben de noodzaak aan een grootschalige *boost* enorm vergroot. Op dit moment profileert het VAF zich in haar eigen kanalen vooral naar de sector toe, maar de VAF-kanalen moeten ook hét uithangbord zijn voor het brede publiek.
- *VAF als kenniscentrum*: hoewel door de sector als minder prioritair aangestipt, is het VAF het enige instrument dat samenwerkt met audiovisueel talent doorheen de volledige productiecyclus, van idee tot bioscoopvertoning of tv-uitzending. Het VAF moet de vinger aan de pols houden omtrent de noden van de sector en deze noden voldoende in kaart brengen.

Vanuit de hierboven gedefinieerde rollen formuleren we, op basis van een analyse van de input uit data en interviews, alvast de volgende beleidsprioriteiten voor de komende vijf jaar. Deze gaan uit van het principe van *artistieke vrijheid* en *making the good popular and the popular good*:

- **A6.** Nog meer inzetten op het creëren van relevante, sterke en toegankelijke verhalen. Sterke verhalen zijn de kern van zowel de experimentele/auteurs als de publieksgenres;
- **A7.** Inzetten op inclusieve verhalen die de rijkheid en diversiteit van de levende en evoluerende Vlaamse cultuur en samenleving weergeven;
- **A8.** Inzetten op een scala aan projecten die de volledige waaier aan Vlaamse publieken aanspreken en bereiken (populair en experimenteel, alle demografische groepen, ...)
- **A9.** Voldoende volume kunnen ondersteunen: de vraag naar een verhoging van de premies per project blijft groot en de voorbije jaren is hier zowel op het vlak van het VAF/Filmfonds als VAF/Mediafonds tegemoet aan gekomen. Door COVID-19 maatregelen kunnen tijdelijk zelfs nog meer middelen per project worden toegekend, wat de sector toejuicht. Al deze middelen maken evenwel dat het Fonds op dit moment toch maar net het minimum aantal projecten kan

steunen dat noodzakelijk is om een goede dynamiek in de sector te behouden en om in te spelen op verschillende publieksnoden en -verwachtingen.

- **A10.** Bij reflectie over de output van het VAF, deze evenzeer aftoetsen op kwaliteit als op publiekspotentieel, wat niet als tegenstelling moet worden gezien. Reflecties over publiekspotentieel betekenen overigens niet dat elke film een zo breed mogelijk publiek hoeft te bereiken. Elke film heeft zijn publiek, hoe beperkt ook, maar elk project zou het maximum eraan moeten doen om toch zeker het beoogd publiek(segment) te bereiken.

Vaak wordt aangegeven dat audiovisuele fondsen, bij beperkte middelen, duidelijke keuzes moeten maken en moeten reflecteren over wat niet langer prioritair is. Echter, de analyse van de data en interviews toont de reële nood van de bestaande fondsen, genres, ondersteuningslijnen van het VAF, die doorheen de jaren zijn toegenomen in functie van groeiende professionalisering en complexiteit van de sector. Deze studie kan dan ook geen domeinen signaleren waar het VAF niet langer op moet inzetten. Daarnaast tonen de data dat toenemende financiering de voorbije jaren bijna steeds voor creatie is ingezet. Uit de vorige doorlichting audiovisueel beleid bleek bovendien dat de werkingskosten van het VAF relatief beperkt waren.

- **A11:** Bij verhogingen van middelen moet zowel de overheid als VAF erover waken dat er voldoende capaciteit blijft voor de eigen werking (administratie, commissievergoedingen, onderzoek, opvolging projecten, enz.). De VAF-overhead is zeer beperkt en de druk op bestaande werkingsmiddelen uit zich eigenlijk doorheen alle domeinen en taken van het VAF. Het VAF telt ca. 28 medewerkers. VAF telt 1,5 VTE voor VAF/Gamefonds. Ter illustratie: het Zweeds Filminstituut heeft – nog zonder medewerkers voor archief, bibliotheek en erfgoed meegerekend – 92 voltijdse medewerkers. De huidige pragmatiek lijkt moeilijk vol te houden en VAF zelf geeft ook aan dat de werkdruk de voorbije jaren gevoelig toenam, wat nog versterkt werd tijdens de Covid-periode. Daarenboven dwingt de omliggende context volgens ons ook tot een aantal nieuwe functies, waaronder een strategisch adviseur audiovisueel beleid, die ook een liaison voor de sector is ter ondersteuning van de intendant.

De werking van de commissies

Er is een consensus omtrent het *behoud van het commissiesysteem*, eerder dan een model van werken met consultants zoals in het Scandinavische model, dat geen voorkeur wegdraagt. De werking met commissies kan nog verder worden geoptimaliseerd.

- Meer dan ooit moet erover worden gewaakt dat de commissies hun werk kunnen doen *in volledige onafhankelijkheid*. Dit impliceert:
 - **A12.** Interne onafhankelijkheid: de commissies moeten kunnen werken zonder invloed van de Raad van Bestuur of de Intendant. Het VAF (Raad van Bestuur en intendant) tekent de klijlijnen en prioriteiten van het beleid uit, maar daarbinnen doen de commissies hun werk in alle onafhankelijkheid. Daartegenover staat dat het VAF (intendant, management en Raad van Bestuur) een duidelijke visie moeten uittekenen en delen. We pleiten er daarom voor dat de intendant jaarlijks de visie, prioriteiten en gevoeligheden voor het komende jaar uiteenzet en deelt met de commissies en dat dit het kader vormt waarbinnen de commissies projecten selecteren. Bovendien moeten commissieleden over voldoende informatie beschikken omtrent de context waarin ze werken (welke andere projecten zijn lopende, wat is het publiekspotentieel van bepaalde genres, enz.). Daarna beoordelen de commissies in alle onafhankelijkheid de dossiers.
 - **A13.** Externe onafhankelijkheid: de samenstelling van commissies is een evenwichtsoefening tussen expertise en onafhankelijkheid. We volgen de sector in hun

pleidooi voor expert-commissieleden maar benadrukken de nood aan transparantie over hoe met betrokkenheid van commissieleden bij specifieke projecten wordt omgegaan.

- **A.14.** In hun werking moeten de commissies erover waken dat:
 - het beste project eerder dan de beste dossier-schrijver wordt gehonoreerd
 - beginnende talenten evenveel kansen krijgen als gevestigde waarden
 - de omvang van de gevraagde/toegekende premie in verhouding staat tot de opgelegde voorwaarden/criteria
- **A15.** Een passage langs een commissie moet een leermoment zijn. Daarom pleiten we voor voldoende feedback aan project indieners over de redenen voor een beslissing.
- **A16.** Op dit moment wordt al veel gevraagd van commissieleden, in ruil voor een relatief beperkte vergoeding. Met het oog op de vele taken, moet worden nagedacht over een adequate vergoeding voor commissieleden.

Talentontwikkeling: over de generaties heen

Het VAF verrichtte goed werk op het vlak van talentontwikkeling, waarbij zeker de wildcard als een sterk instrument voor jong talent wordt beschouwd. We pleiten ervoor om in de komende jaren in *gelijke mate aandacht te hebben voor het bijdragen aan de ontwikkeling van jong talent en voor permanente vorming van ervaren talenten*. Hiertoe pleiten we voor:

- **A17.** Een betere profilering van de VAF-ateliers (scenario-atelier, innovatie-atelier, conceptatelier), heldere differentiatie van het doel van elk, en een duidelijkere differentiatie naargelang het beoogde talent: gevestigde waarden, nieuwe waarden, en een diverse oproep waar jong en gevestigd talent elkaar ontmoeten. Daarnaast kunnen initiatieven worden overwogen om jong talent actief te laten meelopen in projecten van gevestigde waarden, waarbij VAF ondersteunt in de vorm van een betaald traineeship
- **A18.** Regelmatig overleg met de sector over specifieke noden inzake talentontwikkeling; het VAF moet hier de flexibiliteit krijgen om, in functie van die noden, tijdelijk bepaalde ateliers of opleidingsinitiatieven te lanceren.
- **A19.** Nog meer aandacht voor relevante verhalen in talentontwikkelingsprojecten.

Het VAF moet op het vlak van talentontwikkeling aanvullend maar niet vervangend zijn. Er is daarom *nood aan overleg met het domein onderwijs*.

Met betrekking tot de diverse opleidingen die naar de film- en mediasector leiden, weerklinken gelijkaardige bezorgdheden als bij de bevragingen in 2014 en 2016. Vaak werd vernoemd: het hoog aantal afgestudeerden versus de beperkte plaatsen in de sector, wat onlosmakelijk tot uitval leidt; het groot aantal opleidingen in Vlaanderen, die bovendien vaak gelijksoortige opleidingen aanbieden terwijl er nood is aan specialisering; en een mismatch tussen de verwachtingen van het onderwijs en de noden van de sector.

Adviezen met betrekking tot het VAF/Filmfonds

Reflectie prioriteiten

Ongeacht de categorie, moet het VAF/Filmfonds in eerste instantie waken over de kwaliteit van de geselecteerde projecten en over het garanderen van een publiek voor de gesteunde projecten. Dit vereist:

- **A20:** Het zeer duidelijk stellen van de verwachtingen voor ieder van de nieuw geïntroduceerde filmcategorieën (experimenteel/bepikt, middelgroot, groot publiekspotentieel). Er is nood aan een evaluatie en het verscherpen van de relatie tussen de omvang van de toegekende bedragen en de doelstelling/verwachting die hier tegenover staan (bv. wat is het verschil in doelstelling/verwachting tussen productiepremie van €250.000, €650.000 en €1M). Deze verwachtingen moeten breder geformuleerd worden dan enkel minimumvoorwaarden.
- **A21:** Het verbeteren in alle projectaanvragen van identificatie van de aard (eerder dan de specifieke omvang) van het beoogde publiek en de relevantie van het verhaal. Naarmate de steun toeneemt (van scenario richting productiesteun), kunnen de verwachtingen inzake publiek scherper worden gesteld.
- **A22:** Prioriteit geven aan cross-projecten: d.w.z. kwaliteitsfilms met een groot publiekspotentieel. De analyse toont dat deze titels goed scoren in de bioscopen, die vragende partij zijn voor dit soort titels.
- **A23:** Het kunnen verzekeren van een diversiteit aan genres, zodat verschillende publieken kunnen worden bereikt.

Premies en procedures

Het voorzien van een voldoende groot volume aan films is prioritair. In principe zou het VAF/Filmfonds tot 10 feature films per jaar moeten kunnen steunen. In het vastleggen van de omvang en maxima van de premies, moet een afstemming worden gezocht tussen de beschikbare middelen van het fonds en de reële kost en noden van de producties en van de sector als geheel.

- **A24:** Enerzijds moet het fonds erover waken dat de premies de stijgende prijs van de filmproductie reflecteren met respect voor een faire verloning van ieder die bijdraagt aan het productieproces. Anderzijds vereist de financiële en creatieve leefbaarheid van de sector in zijn geheel dat, idealiter, een tiental en zeker niet minder dan 8 films per jaar worden gefinancierd. Indien de pre-COVID-19 vastgestelde premies worden aangehouden, is er een verhoging van het VAF/Filmfonds-budget nodig om het minimum van 8 maar idealiter 10 films te behouden.
- **A25:** Op basis van alle verzamelde data en input pleiten we voor het behoud van de categorieën in film (experimenteel, midden-genre, populair), genre (fictie, documentaire, animatie, film lab) en types van steun (ontwikkeling, scenario, productie, steun na opstart productie). De verdeling van de middelen hierover in de voorbije jaren is een goede benchmark voor de toekomst.
- **A26:** De analyse van VAF-gesteunde projecten suggereert dat de financiering van de scenariefase nog meer kan wordt gebruikt als kwaliteitsfilter naar de volgende ronde (niet iedere financiering in de scenariefase moet noodzakelijk tot financiering in verdere productiestappen leiden), m.a.w. een wat strakkere cut-off tussen scenario en ontwikkeling, of tussen de nieuw toegevoegde pitchcomités en scenariefase.

- **A27:** de pitch-comités worden over het algemeen goed onthaald. Wat betreft de procedures verwijzen we naar de algemene opmerkingen omtrent goed bestuur. De verwachtingen van de pitch kunnen nog duidelijker worden gemaakt, met oog op wat er precies wordt verwacht, zodat een faire competitie mogelijk is. Hiertoe pleiten we voor het *verstrekken van een transparante lijst van succescriteria* van een goede pitch, workshops over 'hoe te pitchen' en voor feedbackmomenten 'hoe kan ik mijn pitch verbeteren' zodat het *pitch-moment een belangrijk leermoment* wordt: 'waarom dit project, waarom met jou als maker en waarom nu relevant' moeten de gidsende principes zijn in deze eerste fase.

Adviezen met betrekking tot het VAF/Mediafonds

Categoriën en hun invulling

Er is voldoende grond om te pleiten voor het behoud van de bestaande categorieën van fictie, animatie, documentaires en innovatiepremies. Evenwel pleiten we voor een aantal aanpassingen:

- **A28:** Niet langer financieren van vervolgreeksen: de vraag naar financiering van vervolgreeksen weerklonk vijf jaar geleden, vooral als gevolg van de toenemende export van Vlaamse reeksen, waar titels vaker werden verkocht als er een groot volume afleveringen beschikbaar is. We stellen echter vast dat de marktrealiteit is gewijzigd, en dat het aantal aanvragen bij het VAF/Mediafonds noopt tot prioriteren van projecten met een nieuw marktpotentieel. We zien ook dat, sneller dan tien jaar geleden, een succesvolle eerste seizoen vandaag de deuren opent naar verdere financiering.
- **A29:** VAF/Mediafonds financiering moet flexibiliteit toelaten zowel in nieuwe vormen van reeksen (web-series en andere innovaties binnen innovatielab) als m.b.t. het formaat van reeksen (duurtijd aflevering, aantal afleveringen) om zo creativiteit te stimuleren. We merken dat de mogelijkheden m.b.t. webreeksen en andere innovatieve formats nog onvoldoende gekend zijn. Belangrijk is dat – ondanks de beperkte omvang van de premies – ook hier originaliteit en kwaliteit van het concept voorop moeten staan.
- **A30:** Het optrekken van de scenariopremies naar €75.000 en het loskoppelen van de omroepverplichting in scenariofase worden positief door de sector onthaald. Indien het aantal aanvragen voor VAF/Mediafonds-financiering de komende jaren nog toeneemt, zou het VAF kunnen overwegen de scenariopremie te faseren, met een beperkte premie voor concept en synopsis vooraleer de volledige €75.000 wordt toegekend.

Met betrekking tot de doorlooptijd van projecten van scenario tot productie weerklinken verschillende visies. Stakeholders pleiten aan de ene kant ervoor dat, in tijden van streamingplatformen, het VAF sneller moet kunnen schakelen en steun geven zodat projecten een snellere doorstart kennen. Aan de andere kant blijft het cruciaal dat projecten voldoende kunnen rijpen, vooral in de scenariofase zodat kwaliteitspotentieel van reeksen (meer in fictie dan documentaire en animatie) alle kansen krijgt. Wat dit laatste betreft, zou het VAF eventueel strengere eisen m.b.t. de status van het finale scenario bij de toekenning van productiesteun kunnen overwegen.

Een aantal centrale stakeholders meent dat in bepaalde categorieën (met name documentaire en kinderprogramma's) de publieke omroep de facto een semi-monopolie bekleedt. Hoewel de cijfers tonen dat projecten ingediend door private spelers gelijke of zelfs betere slaagkansen hebben, blijkt dat de

VRT een bijzonder groot aandeel van de VAF-middelen verwerft. Verschillende antwoorden op deze bezorgdheid omtrent het relatieve aandeel van VRT en private spelers zijn mogelijk:

- **A31:** Het verbreden van de definities van documentaire: hier pleiten we niet voor. Kwaliteit van projecten moet vooropstaan en de klemtoon op auteursdocumentaire helpt om de erg moeilijk te trekken lijn duidelijk te maken. Bovendien zijn er weinig indicaties dat het opentrekken van de definitie tot een gevoelige verhoging van het aantal goedgekeurde projecten van private spelers zou leiden.
- **A32:** Voor de kinderreeksen en documentaire reeksen zou de hefboom/multiplicator van het VAF voor commerciële spelers hoger kunnen zijn dan die voor VRT reeksen. Dit houdt evenwel het gevaar in dat producenten de VRT links laten liggen en door het beperkt aantal spelers in de markt, creëert het een moeilijk te verantwoorden onevenwicht. Ook voor deze piste pleiten we niet. Evenmin pleiten we voor een vooraf bepaalde opsplitsing van de budgetten, aangezien hierdoor de competitieve werking van een selectieve subsidie via commissie niet meer kan worden gegarandeerd.
- **A33:** Wat wel te bepleiten is: de verhoging van het excedent/aandeel van VRT aan VAF van €1 naar minimum €2M per jaar (met behoud van plafond voor VRT) ter compensatie voor het disproportionele aandeel van VRT in de fondsen voor documentaires en kinderprogramma's. Ook in andere Europese landen is het niet ongebruikelijk dat een deel van de financiering van een fonds van de publieke omroep komt. Het alternatief, zoals het Deense 'public service fund' waar enkel commerciële zenders aanspraak op kunnen maken, lijkt ons niet wenselijk, net omwille van het belang van de VRT voor het in stand houden van moeilijke genres.

We merken op dat projecten met een erg ruime invulling van documentaire (factual, semi-reality, human interest) wel in aanmerking komen voor tax shelter-financiering, wat we zien ter compensatie voor ons advies om de VAF categorieën niet te verbreden. Verder kan worden verwacht dat het succes van documentaires op streaming platformen, wat het publiekspotentieel van kwaliteitsdocumentaires toont, een positieve invloed kan hebben op de productiestrategieën van omroepen en eigen SVOD-diensten. Tot slot merken we op dat het aantal gesteunde documentaire-reeksen dat per jaar op VAF/Mediafonds kan rekenen vrij beperkt is, gezien het budget van het VAF/Mediafonds. Deze discussie slaat in de praktijk dus op een beperkt onderdeel van de VAF-werking.

Open-net verplichtingen en beperkingen op indieners

Daarnaast identificeren we enkele beleidsmatige 'hete hangijzers' voor het VAF/Mediafonds die via verschillende scenario's kunnen worden opgelost.

- Een eerste discussiepunt is de vraag of verplichte uitzending in open net steeds moet gegarandeerd blijven;
- Een tweede discussiepunt is de vraag of er überhaupt een lineaire omroeporganisatie aan het project verbonden moet zijn of dit ook een niet-lineaire omroeporganisatie moet/kan zijn;
- Een derde discussiepunt is de vraag hoe breed die mogelijkheid voor niet-lineaire omroeporganisaties dan moet zijn: moeten buitenlandse platformen aanspraak kunnen maken op de financiering van het VAF/Mediafonds?

Keuzes met betrekking tot deze 'hete hangijzers' moeten worden bekeken in het licht van de beperkte beschikbare middelen. De facto gaat het om drie reeksen per jaar die productiesteun kunnen ontvangen. Er dringen zich een aantal pistes op, elk met voor- en nadelen. Hieronder worden een aantal scenario's geschetst die de basis vormen voor aanbeveling A34-37. We identificeren vier scenario's waarbij we ook het eerste heikele punt (behoud van lineaire omroep in projectaanvragen) meenemen. De keuze voor een bepaald scenario is een beslissing van de bevoegde minister in functie van zijn beleidsprioriteiten.

Tabel 84: Adviezen – Scenario's

	<i>Scenario 1</i>	<i>Scenario 2</i>	<i>Scenario 3</i>	<i>Scenario 4</i>
Principe	Vlaamse niet-lineaire omroeporganisaties kunnen aanspraak maken op VAF/Mediafonds-financiering, mits uitzending in open net of BVOD, met verplichte verbondenheid van een lineaire omroeporganisatie voor free-to-air of online beschikbaarheid binnen de 24 maanden	Vlaamse niet-lineaire omroeporganisaties kunnen aanspraak maken op VAF/Mediafonds-financiering, mits uitzending in open net of BVOD, met verplichting om de reeks toegankelijk te maken binnen de 24 maanden, maar er is geen lineaire omroeporganisatie noodzakelijk bij het project. In dit geval kan de niet-lineaire omroepdienst achteraf een deal met omroep maken of zelf de content ter beschikking stellen gratis.	Alle niet-lineaire omroeporganisaties kunnen aanspraak maken op VAF/Mediafonds-financiering, mits uitzending in open net of BVOD, met verplichte verbondenheid van een lineaire omroeporganisatie voor open net of online beschikbaarheid binnen de 24 maanden	Alle niet-lineaire omroeporganisaties kunnen aanspraak maken op VAF/Mediafonds-financiering, mits uitzending in open net of BVOD, met verplichting om de reeks toegankelijk te maken binnen de 24 maanden, maar er is geen lineaire omroeporganisatie noodzakelijk bij het project. In dit geval kan de Vlaamse of buitenlandse niet-lineaire omroepdienst achteraf een deal met omroep maken of zelf de content ter beschikking stellen gratis.
Voordeel	Geeft de garantie dat de reeks ook publiek verschijnt; garandeert dat er financiering bijkomt vanuit een lineaire omroeporganisatie Geeft Vlaamse niet-lineaire omroeporganisaties de meeste kansen	Geeft Vlaamse niet-lineaire omroeporganisaties de meeste vrijheid om autonoom volgens eigen strategie projecten te initiëren Geeft de garantie dat een reeks gratis voor publiek te zien is	Creëert in principe vrijheid voor producenten om ook financiering te verwerven bij internationale niet-lineaire omroeporganisaties en geeft onderhandelingsmarge tegenover Vlaamse platformen. Kan mogelijkheden verhogen voor moeilijke genres (kinderreeksen en documentaire-reeksen). Level-playing field gerespecteerd Geeft de garantie dat de reeks voor een groot publek verschijnt; garandeert dat er financiering bijkomt vanuit een omroep	Creëert in principe vrijheid voor producenten om ook financiering te verwerven bij internationale niet-lineaire omroeporganisaties en geeft onderhandelingsmarge tegenover Vlaamse platformen. Kan mogelijkheden verhogen voor moeilijke genres (kinderreeksen en documentaire-reeksen). Level-playing field gerespecteerd Geeft de garantie dat een reeks gratis voor publiek te zien is
Nadeel	Bij de facto slechts 1 Vlaamse niet-lineaire omroeporganisatie, kan dit de onderhandelingsruimte	Moeilijk op te volgen voor VAF/Mediafonds of deal wel degelijk gemaakt is, weinig	Geeft nog meer speelruimte aan buitenlandse platformen	Moeilijk op te volgen voor VAF/Mediafonds of deal wel degelijk gemaakt is, weinig mogelijkheden

	voor onafhankelijke producenten beperken	<p>mogelijkheden voor sancties bij niet-naleving</p> <p>Creëert een uitzonderlijk voordeel voor één speler wat de onderhandelingsruimte voor onafhankelijke producenten kan beperken</p> <p>Geeft weinig garanties dat de reeks met publiek geld gefinancierd ook een significant deel van dat publiek kan bereiken</p>	<p>Buitenlandse streaming platformen hebben voldoende middelen</p> <p>Komt mogelijk met een vergroting van het aantal aanvragen wat, gezien de beperkte toegekende steun, een disproportionele last met zich meebrengt voor de commissies van het VAF</p>	<p>voor sancties bij niet-naleving</p> <p>Buitenlandse streaming platformen hebben voldoende middelen</p> <p>Geeft nog meer speelruimte aan buitenlandse platformen</p> <p>Komt mogelijk met een vergroting van het aantal aanvragen wat, gezien de beperkte toegekende steun, een disproportionele last met zich meebrengt</p>
--	--	---	---	---

Op basis van de gesprekken met producenten, dienstenverdelers, omroepen en VAF, en rekening houdende met de belangrijkste risico's, **schuiven wij scenario 1** naar voor als meest voordelige voor de Vlaamse audiovisuele sector. Scenario 4 lijkt het minst te verkiezen.

- **A34:** We ondersteunen dat niet-lineaire omroeporganisaties die aangemeld zijn bij de VRM (zoals Streamz) aanspraak kunnen maken op financiering van het VAF/Mediafonds. Hierbij wordt minstens het geïnvesteerde budget vanuit de niet-lineaire omroep, samen met het aandeel van de lineaire omroep, mits duidelijke afbakening tussen de afzonderlijke investeringen, meegenomen om te voldoen aan de vereisten om in aanmerking te komen voor steun. Wat betreft het uitbreiden van toegang tot VAF/Mediafonds naar alle videostreamingsplatformen die in Vlaanderen actief zijn (dus ook Netflix), toont de studie meer nadelen dan voordelen. Met uitzondering van de SVODs zelf, zijn stakeholders hier ook geen voorstander van. Let wel: de producent blijft steeds de aanvrager van een financiering, niet de niet-lineaire omroepdienst.
- **A35:** We bepleiten dat bij het uitwerken van het beleid wordt rekening gehouden met de bezorgdheid van producenten die, door de komst van Streamz, minder onderhandelingsmarge dreigen te hebben, want met een private omroep in zee gaan betekent de facto ook Streamz erbij nemen, terwijl vroeger afzonderlijk met distributiespelers voor een premium window kon worden onderhandeld. VAF en overheid moeten erover waken dat de komst van Vlaamse niet-lineaire omroeporganisaties niet leidt tot een forsere druk op de budgetten.
- **A36:** Gezien de omvang van de publieke middelen en de noodzaak om zoveel mogelijk lokale content kansen te geven, lijkt een verplichte koppeling aan uitzending op open net op dit moment nog steeds te verkiezen. Of dit betekent dat een lineaire omroeporganisatie meegenomen moet worden in de financiering, of er achteraf een overeenkomst voor uitzending kan worden gemaakt, hangt af van de keuze voor een specifiek scenario. In elk voorgesteld scenario bepleiten wij een *garantie dat de reeks binnen de 24 maanden hetzij lineair uitgezonden wordt, hetzij beschikbaar wordt gemaakt op een toegankelijke, universele en zichtbare wijze*. Onze inschatting is dat het behoud van een verplichte koppeling van een lineaire omroep de beste garantie geeft dat er voldoende zal geïnvesteerd worden, en dat de reeks voor een breed publiek prominent zichtbaar te zien zal zijn, net omdat de zender ook een belangrijk deel van de reeks financiert. Om te garanderen dat de reeks wel degelijk zichtbaar is op de omroep, zouden minimumpercentages van de totaalfinanciering kunnen worden toegevoegd wanneer een zender betrokken is in combinatie met een niet-lineaire omroepdienst. Op die manier wordt vermeden dat de lineaire omroep enkel betrokken is om te voldoen aan de

opgelegde regels. Of de reeks dan in open net op televisie moet worden uitgezonden, of prominent zichtbaar op een online platform van de lineaire omroep (bv. VTM.Go, VRT.Nu of GoPlay) zou kunnen opengelaten worden, om ook de BVOD-platformen van lineaire omroepen alle kansen te geven.

- **A37:** Bij elk scenario is er een grote factor onzekerheid over toekomstige ontwikkelingen. Daarom zou de beheersovereenkomst moeten toelaten dat het VAF, in het licht van die ontwikkelingen en steeds na overleg met alle betrokken beroepsverenigingen, de mogelijkheid krijgt om aanpassingen te maken in de reglementen of gekozen scenario's.

Adviezen met betrekking tot het VAF/Gamefonds

Analyse van de beschikbare data en de talrijke interviews met stakeholders, tonen dat het VAF/Gamefonds in de voorbije periode goed werk heeft geleverd, en dat er op relatief korte termijn deskundigheid is ontwikkeld binnen het VAF op het vlak van videogames. Het VAF/Gamefonds is een belangrijke ondersteuner en aanspreekpunt geworden, maar de evoluties in de sector vereisen een herziening van de huidige aanpak. We pleiten voor een herziening van het VAF/Gamefonds als onderdeel van een ruimer driesporenbeleid voor de gamesector. De adviezen hierrond worden verder in dit document behandeld.

Adviezen met betrekking tot promotie/Flanders Image

De sector is lovend over de inspanningen binnen Flanders Image. Een blijvende inzet op *internationale promotie* is voor de sector cruciaal.

- **A38:** De opgebouwde expertise en relaties op het vlak van promotie moet worden ingezet voor alle beleidsdomeinen van het VAF, d.w.z. voor film en media maar ook voor games, dit laatste evenwel gecoördineerd met Flanders Investment and Trade.
- **A39:** Voor het internationale aspect van Flanders Image suggereren we het uitbreiden van wie kan aanspraak maken op promotiesteun zodat ook projecten met internationaal potentieel maar gerealiseerd zonder VAF-steun kunnen genieten van de expertise en het netwerk van Flanders Image.
- **A40:** Daarnaast is er nood aan meer promotie in eigen land, in het bijzonder voor de Vlaamse film, volgens het adagium; 'geen enkele film kent internationaal succes zonder succes op de lokale markt'. Dit is een langetermijnopdracht maar vraagt bijzondere aandacht in de onmiddellijke post-COVID-19 periode. Indien mogelijk, zouden overblijvende middelen uit het Noodfonds en middelen uit het Relance fonds moeten worden ingezet voor een zeer gerichte promotieactie om de Vlaamse filmsector onder de aandacht te brengen, in samenwerking met de eigen dienst publiekswerking.

Adviezen met betrekking tot publiekswerking

Publiekswerking dekt momenteel veel verschillende ladingen en erg veel verschillende vormen van ondersteuning, wat de finaliteit en de transparantie van de werking kunnen belemmeren. Wij pleiten voor een duidelijke identificatie van de doelstellingen en domeinen van publiekswerking waarvoor steun kan worden aangevraagd. Het lijkt een optie om steun aan Vlaamse auteursfilm en aan VOD-platformen niet langer als publiekswerking maar als binnenlandse distributie- en promotiesteun te catalogeren.

A41: Op basis van de doorlichting en de gevoerde gesprekken met diverse stakeholders, kunnen volgende prioriteiten voor het beleid rond publiekswerking voorleggen:

- Aandacht voor Vlaamse producties in de ingediende publiekswerking-projecten

- Aandacht voor diversiteit en inclusie op vele vlakken: moeilijk bereikbare groepen, geografische spreiding, waarbij grote spelers kunnen dienen als trekker voor film-arme regio's of grote spelers extra inspanningen kunnen doen voor het bereiken van moeilijk te bereiken doelgroepen
- Een beleid waarin meer dan vertoning, ook filmeducatie en mediawijsheid centraal staat
- Met daarbij een filmeducatie-beleid dat alle leeftijdsgroepen (inclusief ouderen) en doelgroepen voor ogen houdt (cf. filmclubs in Nederland)
- Met projecten die samenwerking belonen, eerder dan ont dubbeling in de hand werken (bv. moet ieder filmfestival een eigen platform of kan er worden samengewerkt?)
- Met aandacht voor initiatieven ter ondersteuning van hoogwaardige Vlaamse filmkritiek
- Met een duidelijk, centraal overzicht waar het brede publiek de vindbaarheid van Vlaamse projecten kan raadplegen. Dit betekent niet dat het VAF een eigen, on-demand archief moet hebben, maar wel dat het VAF moet kunnen leiden naar waar een Vlaamse titel kan geconsulteerd worden (al dan niet tegen betaling). Voor onderwijs en archieffunctie zou echter wel meer toegang mogelijk moeten zijn. Samenwerking met Meemoo lijkt hier aangewezen.

Adviezen met betrekking tot kennisopbouw

Als fonds heeft het VAF niet het doel noch de middelen om een volwaardig steunpunt/kenniscentrum te zijn. Echter, kennisopbouw in een snel veranderende sector is cruciaal:

- **A42:** Kennisopbouw moet in eerste instantie inzetten op dataverzameling en analyse *over (de impact van) haar eigen werking*: inzet van middelen, resultaten van projecten, impact op ruimere sector. In dit verband moet het VAF toegang krijgen tot data die rechtstreeks betrekking hebben op de gesteunde projecten (bv. In welke mate heeft de productie het beoogde doelpubliek bereikt), met respect voor bedrijfsgeheimen. Dit kan een strengere voorwaarde bij productiesteun zijn.
- **A43:** In functie van beschikbare middelen kan het VAF daarnaast inzetten op kennisopbouw relevant voor de sector. Een belangrijke prioriteit op het vlak van onderzoeksthema's is kennisopbouw met betrekking tot het Vlaamse publiek, in het bijzonder het Vlaamse filmpubliek.

Adviezen met betrekking tot nieuwe formats

Hierboven pleiten we voor het behoud in de komende jaren van de bestaande indeling in het VAF tussen film, media en games en tussen de grote genres hierbinnen. Tegelijk moet het VAF *een bepalende rol spelen in het exploreren en helpen uitbouwen van nieuwe formaten en vormen van storytelling*, om doorheen de periode van de komende beheersovereenkomst verder te evolueren van 'is dit format het juiste voor dit verhaal' naar 'welk format past het beste bij dit verhaal'.

Daarnaast moet extra aandacht en financiering worden vrijgemaakt voor *innovatie en experiment*: 'vrij format' projecten, de ontwikkeling van nieuwe genres, projecten op nieuwe platformen en dragers en cross-mediale projecten.

- **A44:** Het VAF moet nog beter communiceren over wat er op het vlak van innovatie allemaal mogelijk en ontvankelijk voor financiering is. Een inkanteling van webreeksen binnen VAF/Mediafonds middelen (als vierde categorie in plaats van innovatiefonds) kan de zichtbaarheid vergroten.

In een snel ontwikkelende sector en gesteund door resultaten van dit innovatielab, moet het mogelijk zijn om nieuwe creatieve formats in een bestaande of nieuwe financieringslijn op te nemen zonder dat een addendum aan de beheersovereenkomst nodig is (zie hierboven).

- **A45:** één van de sterkst groeiende vormen van digitale mediaproductie zijn podcasts. Het VAF zou kunnen inzetten op de groei van deze sector in Vlaanderen, maar dan specifiek voor wat betreft audioproducties (originele lokale documentaire- of fictieproducties met duidelijke narratieve elementen). Voor de ontwikkeling van audioproducties pleiten we voor een aparte financieringslijn, evenwel gekoppeld aan twee voorwaarden: (i) indien vanuit de overheid hier ook extra financiering wordt voorzien en dit dus niet ten koste gaat van de beschikbare middelen, en (ii) in een gemengd systeem van samenwerking (financieel en projectmatig) tussen VAF en andere spelers actief in deze sector, met name Literatuur Vlaanderen en de VRT.

Adviezen met betrekking tot audiodescriptie

Aandacht voor toegankelijkheid van het media-aanbod is een belangrijke taak van de overheid in een verzorgingsstaat. In de audiovisuele sector is audiodescriptie hiertoe een nuttig instrument voor blinden en slechtzienden. Evenwel wegen de kosten hiervoor dikwijls disproportioneel door in de productiebudgetten, zeker voor 'goedkopere' producties zoals documentaire of kortfilms. Op dit moment ondersteunt VAF een select aantal projecten (fictie) met een bijkomende VAF-bijdrage, die echter niet in verhouding staat tot de reële kost van audiodescriptie. De kost voor audiodescriptie van VAF gesteunde producties zou neerkomen op een totale kost van gemiddeld €320.000 per jaar. Voor fictieprojecten (feature film en series, enkel majoritair en enkel lang formaat) schatten we de kost op €150.000 per jaar.

- **A46:** een volledige afdekking van de reële kost voor audiodescriptie door het VAF, betaald door de overheid zou de geprefereerde optie zijn.
- **A47:** indien dit niet kan, pleiten we voor een minimumverplichting voor audiodescriptie conform de regels in vergelijkbare beheersovereenkomsten, in het bijzonder deze van de VRT (KPI 12, p. 48 BHO VRT), met daarbij de klemtoon op fictiereeksen, maar wel met de bijkomende verplichting dat dit ook moet gelden voor kinderreeksen en -films. We pleiten bij beperkte middelen voor een aanpak waarbij een deel van de kosten mee verrekend worden in het budget door de producent, en een deel ondersteund kan worden door het VAF, met een maximale dekking van 50% van de kost bij fictie, en eventueel hogere tussenkomsten voor projecten waarvan de budgetten erg beperkt zijn maar de publieke meerwaarde of het publiekspotentieel groot.

Budgetscenario's VAF

Op basis van bovenstaande aanbevelingen presenteren we een voorstel voor twee scenario's voor het VAF/Filmfonds, VAF/Gamefonds en VAF/Mediafonds: een **minimumscenario** en een **ideaalscenario**. De berekeningen zijn gemaakt op basis van de **financiering van het VAF in 2019**, m.a.w. zonder de extra middelen uit het noodfonds en relanceplan van de Vlaamse overheid. De voorgestelde bedragen moeten worden gezien als richtinggevend en vooral als een indicatie van de prioriteiten. Voor een aantal domeinen is het onmogelijk om de exacte kost in te schatten.

Voor de uitwerking van de scenario's baseren we ons op volgende overwegingen (zie hierboven):

- De noden situeren zich over alle genres heen (met verschillende accenten per genre), en de gevraagde budgetverhoging dient voor het verhogen zowel van premies als van het volume (opnieuw: afhankelijk van het genre leggen we andere accenten);
- Het principe van het commissiesysteem wordt behouden. We ijveren wel voor een verhoging van de premies;
- De VAF-overhead (werkingskosten) is zeer beperkt en de druk op bestaande werkingsmiddelen uit zich doorheen alle domeinen en taken van het VAF. Het VAF telt ca. 28 medewerkers met b.v. 1,5 VTE voor VAF/Gamefonds. Ter vergelijking: het Zweeds Filminstituut heeft – medewerkers voor archief, bibliotheek en erfgoed niet meegerekend – 92 voltijdse medewerkers. De huidige situatie lijkt moeilijk vol te houden en VAF zelf geeft aan dat de werkdruk de voorbije jaren gevoelig toenam, wat tijdens de COVID-19-periode nog werd versterkt.
- Daarenboven vraagt de evoluerende context om een aantal nieuwe functies, waaronder een strategisch adviseur audiovisueel beleid, die ook optreedt als een liaison voor de sector, ter ondersteuning van de intendant. Ook een voltijdse diversiteitscoach zou voor de sector een meerwaarde kunnen bieden.
- Voor Vlaamse film lijken de noden en uitdagingen het grootst. Daar moet gestreefd worden naar een minimum van 10 Vlaamse feature films per jaar. Daarbij ijveren we voor een verhoging van de premies, van €250.000 naar €300.000 voor kleinere/experimentele films; €650.000 naar €700.000 voor middelgrote premies en van €800.000 naar €1.000.000 voor grote publieksfilms. Met een verhouding van 3 kleine, 5 middelgrote (waarvan minimum 2 jeugd/jongerenfilms en 2 grote publieksfilms).
- Bij documentaire worden idealiter zowel het budget als de premies opgetrokken. Daar weegt ook het aantal minoritaire aanvragen op het budget van het VAF/Filmfonds, aangezien veel coproductieprojecten niet via Screen Flanders kunnen passeren door de hoge investering die daartegenover moet staan. Voor documentaire is de hoogte van de steun bovendien beperkt per project, zowel voor VAF/Filmfonds als VAF/Mediafonds. Idealiter kunnen films en reeksen met groter publiekspotentieel ook meer op hogere premies rekenen.
- Op het domein van publiekswerking lijkt vooral de nood aan grootschalige innovatie en renovatietrajecten cruciaal. Een toegevoegd budget dat toelaat specifieke projecten te ondersteunen los van het bestaande commissiesysteem moet mogelijk zijn (bv. een groot online VOD-platform voor de sector, structurele renovaties van Vlaamse vertoners, een eenmalige campagne in samenwerking met het onderwijs naar jongeren, etc.)
- Er is nood aan onderzoek en monitoring van ontwikkelingen in de sector maar de huidige beschikbare middelen zijn beperkt. Er zou ruimte moeten zijn voor zowel structureel datamanagement als gericht onderzoek binnen de hogervermelde krachtlijnen van een beleid rond kennisopbouw.
- Voor VAF/Mediafonds fictie zijn de hoogtes van de premies minder een probleem dan het beperkte volume dat per jaar kan worden ondersteund. Gezien het grote exportpotentieel van Vlaamse reeksen op dit moment, en de explosie van volume in Europa voor reeksen, is een verhoging van min. 2 reeksen hier aangewezen. Voor documentaire- en animatiereeksen bij VAF/Mediafonds is €800.000 in totaal erg beperkt om echt een visie uit te werken op beide genres in Vlaanderen. Voor animatiefilm komt er zelfs idealiter €1 miljoen bij om een impuls te geven aan majoritair Vlaamse producties.
- Voor VAF/Gamefonds zijn de middelen afgelopen jaren gestegen, maar ze blijven zeer beperkt, zeker als er een duidelijk objectief van de overheid is om deze sector sterk te stimuleren. Gelet op het groeipotentieel van de sector, zien we een quasi-verdubbeling van de VAF/Gamefonds middelen als minimum. Zowel het aantal games als de steunhoogte moeten omhoog, en er moet een budget vrijgemaakt worden voor promotie van games binnen Flanders Image. In een ideaalscenario pleiten we voor een extra kredietlijn die incentives aan grote bedrijven geeft om investeerders aan te trekken (en dus niet moet uitmonden in een finaal op te leveren game),

gekoppeld aan een systeem waarbij de premies ook moeten proportioneel terugbetaald worden zodra winsten geboekt worden.

- De populariteit van podcasts en audioverhalen biedt kansen voor een sector die door het beperkt aantal Vlaamse afnemers vaak naar het buitenland moet kijken. VAF kan een ondersteunende rol spelen in het boosten van die sector, zeker gezien de enorme toename van het audio-aanbod bij mediabedrijven.
- De toevoeging van extra middelen voor toegankelijkheid naar audiodescriptie, voor die reeksen en films waar budgetten te beperkt zijn maar relevantie en bereik audiodescriptie toch wenselijk maken (bv. alles voor kinderen en jongeren).
- De opleidingsnoden aanpassen aan het werkveld, met bijvoorbeeld mogelijkheden om jong talent actief te laten meelopen in projecten van gevestigde waarden, waarbij VAF ondersteunt in de vorm van een betaald traineeship.
- Een verhoging van middelen voor Flanders Image kan toelaten om (i) tenminste Vlaamse producties sterker te promoten in eigen regio (minimumscenario) en videogames meenemen in de promotie, (ii) en idealiter ook titels en reeksen die in Vlaanderen geproduceerd zijn maar geen steun van VAF genoten, ook sterker te promoten in het buitenland.
- We merken op dat het hier gaat om adviezen voor wat wenselijk is voor de duurzame financiering van het ecosysteem, in functie van de grootste noden en in het licht van grote uitdagingen waar de sector voor staat. We benadrukken dat deze voorstellen steeds in samenhang moeten worden gezien met een continuering van stabiele tax shelter, een consequente investeringsverplichting en voldoende financiering voor de publieke omroep.

Op basis daarvan komen we tot volgend minimum- en ideaalscenario:

Tabel 85: Adviezen – Budgetscenario's VAF (minimum en ideaal scenario)

VAF/FILMFONDS 2019	BUDGET 2019	MINIMUM	IDEAAL
Fictie	6.603.908	8.400.000	10.000.000
Documentaire	1.784.983	2.100.000	2.500.000
Animatie	1.339.020	1.600.000	2.339.020
Fimlab	470.690	500.000	700.000
Innovatielab	517.500	750.000	1.000.000
Ondersteuning Audiodescriptie	/	40.000	50.000
Promotie en communicatie	915.218	1.100.000	1.200.000
Talentontwikkeling	669.484	800.000	1.000.000
Publiekswerking	4.212.514	5.212.514 (waarvan 1m voor innovatie en samenwerkingsprojecten)	6.712.514
Werking	1.938.331	2.300.000 (waarvan o.m. 1 extra adviseur, extra bestedingen onderzoek en monitoring en diversiteitscoach)	2.600.000 (meer dan in minimumscenario kunnen inzetten op 1 extra adviseur, extra bestedingen onderzoek en monitoring en diversiteitscoach)
Totaal	18.423.467	23.522.514	28.821.534
VAF/MEDIAFONDS 2019		MINIMUM	IDEAAL
Fictie	3.695.948	5.750.000	8.260.000
Documentaire	979.296	1.400.000	1.595.000
Animatie	979.296	1.400.000	1.979.000

Innovatielab	479.460	700.000	1.000.000
Audioproductie	/	400.000	800.000
Promotie	225.000	225.000	425.000 (met inbegrip ook promotie voor niet-VAF)
Talentontwikkeling	210.000	250.000 (met inbegrip intensere coaching-trajecten)	350.000
Ondersteuning audiodescriptie		40.000	40.000
Werkingskosten	545.000	700.000	750.000
Totaal	7.116.000	10.865.000	15.199.000
VAF/GAMEFONDS 2019			
		MINIMUM	IDEAAL
Educatieve games	350.000	450.000	450.000
Artistieke en entertainment	1.035.000	1.800.000	2.070.000
Extra initiatieven voor de gamesector	125.000	250.000	250.000
Werkingskosten	220.000	400.000	500.000
<i>Promotie</i>		200.000	200.000
<i>Impulsen voor investeringen grotere spelers</i>	/	/	2.500.000
Totaal	1.730.000	3.100.000	5.970.000

Adviezen met betrekking tot de stimuleringsregeling en investeringsverplichting

Basis voor het advies

In het uitwerken van een advies over de stimuleringsregeling voor dienstenverdelers en investeringsverplichting voor niet-lineaire televisieomroepdiensten, vertrekken we van de analyse van alle data: analyse van de opbrengsten van bestaande investeringsverplichtingen in het licht van de noden, vergelijking buitenlandse wetgevende initiatieven¹⁶⁹ en meningen van diverse stakeholders (producenten, lineaire en niet-lineaire omroeporganisaties, dienstenverdelers en andere distributiespelers).

Eenzijds is er consensus over:

- Het bestaande systeem is niet houdbaar; Vlaanderen is de enige in Europa waar investeringsverplichtingen in de productie zelf niet aan rechten is gekoppeld; voor vele spelers blijft dit een erg onduidelijk kluwen;
- Het is een goed principe om zoveel mogelijk exploitanten te betrekken bij de financiering van Vlaamse content;

¹⁶⁹ Komorowski, M., Iordache, C., Kostovska, I., Tintel, S. & Raats, T. (2021). Obligations for VOD providers to financially contribute to the production of European works, a 2021 update. Brussel: imecSMIT-VUB. https://smit.vub.ac.be/wp-content/uploads/2021/06/Komorowski-et-al_2021_-A-European-comparison-of-investment-obligations-on-VOD-providers-to-financially-contribute-to-the-production-of-European-works_Report-2021_FINAL.pdf

- De impact van buitenlandse spelers op de Vlaamse markt is te groot om hen niet substantieel te betrekken in de verplichte bijdrage tot financiering van Vlaamse producties.

Anderzijds lopen de meningen over een aantal aspecten uiteen:

- Voor producenten is het belangrijk dat de windows maximaal gevaloriseerd worden;
- Voor dienstenverdelers is het belangrijk dat ze rechten krijgen als ze investeren;
- Voor internationale spelers is het belangrijk dat de bijdrageverplichting zo laag mogelijk is en dat zij in ruil rechten krijgen;
- Alle stakeholders hebben uiteenlopende visies over de verschillende percentages van investering en stimulering;
- Sommige spelers pleiten voor het behoud van de minimumverplichting van 20% in de producties, voor andere wordt dit best losgelaten.

Bovendien lopen we met de investeringsverplichting tegen twee juridische struikelblokken aan: de huidige omschrijving van dienstenverdelers in ons mediadecreet, die destijds vooral op maat gemaakt is om distributiespelers die televisieaanbod doorgeven te kunnen capteren, en de verplichting om spelers de keuze te laten tussen hetzij een heffing, hetzij een directe investering, als gevolg van het *non bis in idem*-principe.

- **A48:** bij de uitwerking van om het even welk scenario moet het juridisch volledig uitgeklaard worden in hoeverre het *non bis in idem* principe geldt, en in hoeverre dit ook geldt voor buitenlandse spelers die niet in België zijn gevestigd maar zich wel tot de Vlaamse markt richten. Immers: het meest te verkiezen scenario zou dat zijn van een combinatie van een heffing én verplichte investering in ruil voor rechten (zoals het Franse model), in plaats van verplicht de keuze te moeten laten tussen beide.

Uitgangspunten voor het advies

A49: Het onderzoek toont de noodzaak van de aanpassing van het huidige systeem. We pleiten voor de volgende uitgangsprincipes:

- Zoveel mogelijk gelijkschakeling van de stimuleringsregeling en investeringsverplichting zodat de spelers een level-playing field kennen;
- Zoveel mogelijk proportioneel: wie meer verdient aan Vlaamse content, moet meer bijdragen;
- Eender welke (combinatie van) regelingen moet leiden tot investeren zonder dat andere mogelijke vormen van exploitatie belemmerd worden door specifieke regels (zoals beperkingen op rechtoaankoop bij investeringsverplichtingen);
- Zoveel mogelijk met het oog op de instandhouding van kwaliteitsvolle inhoud en creatieve makers;
- Waakzaam zijn voor eventuele perverse effecten waarbij Vlaamse spelers disproportioneel benadeeld worden en/of buitenlandse spelers disproportioneel voordeel krijgen;
- Rekening houden met de impact van COVID-19 op sommige spelers (cf. bioscopen), althans op korte termijn.

Mogelijke scenario's

A50: Op basis van deze uitgangspunten formuleren we een *aantal mogelijke scenario's*. Ingegeven door de analyse van alle verzamelde informatie, en met het oog op Vlaamse bevoegdheden, pleit het onderzoeksteam **voor scenario 4**. Met uitzondering van scenario 1 en 2, zijn er ook bij de andere scenario's belangrijke voordelen voor de sector te realiseren.

Scenario 1: Afschaffing van de bestaande stimuleringsregeling en investeringsverplichting.

Op basis van onze analyse kunnen we dit allerminst aanbevelen. De investeringsverplichting en stimuleringsregeling hebben (samen met het VAF/Mediafonds) geleid tot een verhoging van het aantal kwaliteitsreeksen in Vlaanderen, een gemiddelde verhoging van het budget van reeksen en een hoger aandeel geëxporteerde reeksen.

Scenario 2: Status quo

De huidige regelingen blijven onveranderd behouden.

- *Voordelen:* De bestaande investeringsverplichting is nog maar net ingevoerd, de omzetting van de audiovisuele mediadienstenrichtlijn net voltooid. Even afwachten wat de opbrengsten uit de huidige regeling zijn, kan helpen om een meer gefundeerde inschatting te maken voor het meest geschikte kader.
- *Nadelen:* Diverse landen gaan al over tot aanpassing van de bestaande maatregelen, ook n.a.v. de omzetting AVMSD. Ook de impact van de streamingdiensten is te groot om lang te wachten. Bovendien is er, met de komst van Streamz, een anomalie ontstaan in de huidige regelgeving, omdat de bestaande regelgeving niet toelaat dat projecten waar een investeringsverplichting aan verbonden is, niet in preview mogen worden aangeboden. Het problematisch karakter hiervan werd ook al door de VRM en in de parlementscommissie Media aangekaart.

Scenario 3: Beperkte aanpassingen met het oog op flexibeler kader en versterking ecosysteem

Dit scenario houdt in dat we minimale aanpassingen doorvoeren binnen de bestaande kaders:

- Aanpassen bestaande stimuleringsregeling naar analogie met de bijdrage per abonnee in Wallonië;
- Herzien van de huidige beperkingen m.b.t. het werven van rechten uit coproductieprojecten: spelers moeten tegen faire bijkomende deal kunnen rechten verwerven bovenop de verplichte investering;
- Optrekken van de bestaande investeringsverplichting voor niet-lineaire omroeporganisaties naar minimum 4%, maar idealiter 6% (oftewel een verdubbeling of verdriedubbeling van het huidige aandeel), maar binnen dezelfde reglementaire contouren. In dit geval blijven de twee systemen dus los van elkaar bestaan; we baseren ons hiervoor op precedentes in Spanje, Frankrijk en Polen;
- *Voordelen:* er komt meer geld voor lokale audiovisuele productie; juridische geschillen m.b.t. Streamz-projecten worden vermeden en de wijzigingen kunnen relatief snel, binnen de bestaande regelgeving worden ingepast;
- *Nadelen:* fricties blijven, inzonderheid bekommernissen van dienstenverdelers over rechten verwerven in ruil voor investeringsverplichting. Ook blijven verschillen in level playing field tussen dienstenverdelers en niet-lineaire omroepdiensten, omdat die laatsten de producties wel kunnen tonen in hun catalogi zonder bijkomende rechtendeal.

Scenario 4: Grotere aanpassingen met het oog op één systeem voor investeringsverplichting en stimuleringsregeling, transparantie en versterking ecosysteem

Dit scenario zou een grondige aanpassing van het bestaande systeem vereisen:

- In dit scenario worden de verschillen tussen de investeringsverplichting van de dienstenverdelers en de stimuleringsregeling voor niet-lineaire omroeporganisaties zoveel mogelijk gelijkgetrokken.
- De bestaande investeringsverplichting wordt vervangen door een keuze tussen doorstorten naar het VAF/Mediafonds of verplichte investering in audiovisuele werken, in de vorm van een rechtenaankoop (dit kan in de vorm van cofinanciering voor een bepaald window, of als coproductiepartner tegen bepaalde som, of door de volledige financiering van een premium window of volledige reeks of de aankoop van de rechten voor één window). In dat geval moet

er een verschillend percentage worden vastgesteld tussen heffing en rechtenaankoop, aangezien de laatste optie meer voordelen geeft (men wordt rechthehouder in ruil voor investering). Voor heffingen ligt het minimum best op 4% van de gerealiseerde omzet in Vlaanderen, voor rechtenaankoop lijkt – naar het voorbeeld van o.a. Italië en Frankrijk – een minimum van 10% aangewezen. Kan er juridisch afgeweken worden van het non bis in idem principe, waarbij de keuze moet gelaten worden tussen heffing en rechtstreekse investering, dan is een combinatie van heffing én investeringsverplichting, in ruil voor rechten, de meest aangewezen piste (zie model Frankrijk).

- Uitbreiding investeringsverplichting naar videoplatformdiensten zoals YouTube en andere platformen waar Vlaamse content wordt aangeboden, met eenzelfde heffingsbasis als voor niet-lineaire spelers zoals Netflix, al dan niet gekoppeld aan rechtenverwerving. In het geval van videoplatformdiensten wordt de bijdrage berekend op de combinatie van inkomsten uit abonnees en advertenties gerealiseerd in Vlaanderen. Voor videoplatformdiensten bestaat noch in Vlaanderen noch in AVMSD een juridisch precedent. Enkel Frankrijk kan hier tot voorbeeld dienen, de Franse taks op videoplatformdiensten maakt er deel uit van de belastingwetgeving. Dit is niet te verwarren met digitaksen die overal in Europa opduiken als antwoord op het feit dat grote platformen, die gevestigd zijn in bepaalde landen maar ook andere markten bedienen, tot nog toe geen rekening moeten houden met fiscale verplichtingen.
- In dit scenario wordt vastgehouden aan de keuze om via het VAF te financieren dan wel om rechtstreeks te investeren in producties, tenzij het juridisch mogelijk is om te gaan naar een dubbele investeringsverplichting (rechtenaankoop + heffing), zoals het Franse en Italiaanse model.
- *Voordelen:* level-playing field voor dienstenverdelers en niet-lineaire omroepdiensten, een hoger investeringspercentage, en meer spelers betrokken bij de verplichte investeringen.
- *Nadelen:* niet op korte termijn te realiseren, vraagt langere omzetting en inpassing in de wetgeving. Maakt nieuwe simulaties nodig voor de berekening van inkomsten.

Scenario 5: Volledige overgang naar circulaire financiering.

De verhoging van investeringsverplichting- en stimuleringsregeling (al dan niet gekoppeld aan rechtenverwerving)

- Uitbreiding investeringsverplichting naar YouTube en andere platformen waar Vlaamse content wordt aangeboden, met dezelfde heffingsbasis als voor spelers zoals Netflix, al dan niet gekoppeld aan rechtenverwerving.
- Naast alle bovengenoemde spelers, dragen ook bioscopen bij (eventueel met vrijstelling van kleine spelers) door een heffing (op voorwaarde dat steden afstappen van hun vermaaktaks) of door een sectorconvenant waarbij bioscopen zich ook als investeerders verbinden aan bepaalde producties per jaar.
- De investeringsverplichting doortrekken naar alle aanbieders van mobiele data-diensten, omdat ook hun exploitatiemodel zeer sterk rendeert door de consumptie van audiovisuele content. Bovendien betalen Vlamingen bij de hoogste tarieven voor mobiele data ter wereld.
- In dergelijk model, kan worden overwogen om ook een bijdrage op te leggen aan de hardware-fabrikanten, die eveneens verdienen aan audiovisuele content.
- *Voordelen:* puur theoretisch is dit het meest te verkiezen model voor investeringsverplichtingen, omdat dit scenario het best de discrepantie opvangt tussen de aanzienlijke investeringen om iets te maken en de opbrengsten met beperktere risico's om iets te exploiteren. De heffingen zouden leiden tot substantieel meer financiering voor de Vlaamse audiovisuele sector.
- *Nadeel:* Frankrijk is het enige land dat dit model het best benadert, en zelfs daar is het niet zo omvangrijk (doordat het mobiele data niet meeneemt). Er is met andere woorden geen benchmark in Europa, en het scenario vereist mogelijk grotere aanpassingen aan het juridisch kader.

Tot slot merken we op dat:

- **A51:** er nagedacht kan worden over een combinatie van 2 scenario's (idealiter 3 en 4), waarbij een overgangperiode geldt met scenario 3 tot de volledige uitrol van scenario 4. Op die manier kunnen directe noden al worden opgevangen en kan voldoende tijd genomen worden voor de juridische uitklaring van scenario 4.
- **A52:** op dit moment komen de investeringsverplichting en stimuleringsregeling voornamelijk fictiereeksen ten goede. Een grote uitdaging, maar tegelijkertijd ook groot potentieel, situeert zich voor documentaire, animatie en feature film. Bij het uitwerken van elk scenario pleiten we ervoor dat bij de keuze voor directe investering in producties (i.p.v. bijdragen aan het VAF) door de spelers een mix van genres moet worden gehanteerd; deze mix zou kunnen gehanteerd worden over een langere periode zodat er ook flexibiliteit is in de keuze van projecten. Dat een deel van de genres onder de bevoegdheid vallen van de Minister van Cultuur, de andere onder Media, mag hier geen belemmering zijn.

Adviezen met betrekking tot het gamebeleid in Vlaanderen

Om de Vlaamse gamesector te laten groeien tot een gezonde, rendabele sector, is er nood aan een kader waarin meerdere financieringspistes ter bevordering van de totale sector zijn betrokken zodat de financiële last wordt verdeeld. Frankrijk, Canada en Finland strekken hier tot voorbeeld. Analyse van de stakeholder-interviews, de voorgaande doorlichting van het gamebeleid en het Actieplan Gaming maakt duidelijk dat de gamesector nood heeft aan een *driesporenbeleid* gebaseerd op het herdefiniëren van de huidige steunmaatregelen gecombineerd met het toevoegen van economische incentives. Hierbij is het duidelijk dat enkel een lange termijnstrategie kan leiden tot de gewenste uitkomst.

Onze analyse toont dat er omwille van een aantal factoren voldoende potentieel is voor een grootschalige expansie van de videogamesector: (i) de aanwezigheid van minstens één grote developer, (ii) een hoge levensstandaard met hoge levenskwaliteit voor goed geschoolde arbeidskrachten; (iii) de aanwezigheid van sterk onderwijs gericht op de videogamesector, (iv) de sterke groei van het aantal bedrijven, (v) en een toenemende dynamiek richting internationale investeerders. Bovendien vormen videogames, veel meer dan andere takken van de creatieve industrie (muziek, film, podium), het genre bij uitstek dat de grenzen van een kleine markt kan overstijgen, zoals het voorbeeld van Scandinavische markten aantoont. Toch behoeft deze analyse twee belangrijke kanttekeningen:

- De videogamesector blijft in Vlaanderen erg klein. Ondanks eerdere berichten over een sterk aangekondigd groeipotentieel heeft dit, althans de voorbije vijf jaar, zich nog niet merkbaar getoond.
- Ondersteuning van de videogamesector loopt tegen bijkomende beperkingen aan, want videogames worden meer als economisch dan een cultureel product bestempeld door de regelgever. Dit brengt meer beperkingen vanuit de Europese regelgever, waardoor bepaalde culturele voorwaarden moeten worden ingevoegd bij de ondersteuning van videogames.

De drie belangrijkste noden zijn: vinden van (risico)kapitaal, zakelijke skills om investeerders aan te trekken, en internationale zichtbaarheid van Vlaamse producten. Voor deze laatste twee noden spelen FIT en Flanders DC een belangrijke rol.

Het VAF/Gamefonds speelt een cruciale rol voor de sector maar als basis voor een explosieve groei van de videogamesector is dit niet voldoende. Daarvoor is er nood aan middelen die op korte termijn investeringen kunnen realiseren, en grotere bedragen om in games te kunnen investeren.

A53: We gaan daarom uit van drie sporen:

- **Spoor 1 subsidies:** Het VAF/Gamefonds moet een onmisbare rol blijven spelen in de Vlaamse gamesector. We pleiten voor het uitbreiden van de jaarlijkse dotatie (zie verder). Het VAF/Gamefonds moet evenwel meer zijn dan een zuiver financieringsorgaan. Het VAF/Gamefonds speelt evenzeer de rol van coach, ondersteuner en kansbieder voor het ontwikkelen van IP, het begeleiden van jong talent en het professionaliseren van de sector, eerder dan een rol als incubator of economische hefboom.
- **Spoor 2 leningen:** De Vlaamse overheid voorziet een ruim assortiment aan lening- en kredietmogelijkheden, alsook kapitaalsparticipaties, maar te weinig game-ontwikkelaars doen er beroep op. Zowel de lange aanvraagprocedures en het opstellen van tijdsintensieve dossiers vormen hierbij drempels. Het (PMV) Media Invest Vlaanderen initiatief is een stap in de juiste richting waarbij allerlei spelers uit de audiovisuele sector toegang krijgen tot leningen en kapitaalparticipatie. Toch pleiten wij voor een specifiek kredietsysteem voor de gamesector in combinatie met een *fast-lane*-procedure waarbij bekende studio's op korte termijn toegang tot kredietleningen krijgen.
- **Spoor 3 fiscale voordelen:** Het uitbreiden van de Tax Shelter zou een positieve invloed teweegbrengen voor zowel kleine en middelgrote studio's. De shelter constructie kan een extra inkomstenstroom voorzien, waarbij producenten de nodige financiering ontvangen doorheen het productieproces. Daarnaast kan de extra financieringsbron positief bijdragen tot de upscaling problematiek.

Vlaamse game hub (totale sector)

Franse, Canadese en Finse cases tonen het belang van game hubs voor een gezonde sector. Evenwel is het succes van een game hub verbonden aan omgevingsfactoren (nabijheid andere studio's, gespecialiseerd onderwijs, infrastructuur). Een game hub kan een ideale incubator zijn. Ook voor de langetermijngroei van de Vlaamse gamesector is het clusteren van de gamesector rond één centraal punt belangrijk. Versnippering (meerdere hubs) moet in een toch al klein landschap worden vermeden.

- **A54:** Wij pleiten ervoor dat bij de keuze voor de hub de omgevingsfactoren, en in het bijzonder de aanwezigheid van onderwijs en de nabijheid van een grote studio, prioritair worden gesteld. Steden dienen hier uiteraard zelf ook een grote rol te spelen, door o.a. het voorzien van de nodige infrastructuur waar de hub kan groeien. Hub kan hier overigens gezien worden als de hele Vlaamse regio, gezien de beperkte grootte van Vlaanderen in vergelijking met de omvang van gamehubs in Canada, UK en Duitsland.

Uitbreiden budget van het VAF/Gamefonds

- **A55:** Het huidige budget van het VAF/Gamefonds laat het fonds niet toe om voldoende kansen te creëren voor de Vlaamse sector. We pleiten daarom voor een verhoging van het VAF/Gamefonds budget en het budgetvolume per producties. Echter: het optrekken van het budget leidt niet per definitie tot betere producties. Daarom blijft de begeleidende rol van het VAF cruciaal.

Vertical slice (VAF)

De analyse maakt duidelijk dat prototypes niet meer volstaan om externe investeerders te overtuigen. Robuuste prototypes werden vervangen door vertical slices die een fractie van het eindproduct voorstellen. De hogere premies van het VAF/Gamefonds zijn gericht op het productieproces, maar de vertical slice wordt gegenereerd in de pre-productiefase.

- **A56:** We pleiten voor een financieringslijn in het VAF/Gamefonds specifiek gericht op de ontwikkeling van zogenaamde vertical slices. Wanneer producenten d.m.v. een vertical slice investeerders weten te overtuigen, zal de noodzaak voor extra ondersteuning van het VAF afnemen.

Mastertraject (totale sector)

De DAE-opleiding aan Howest is de incubator van de Vlaamse game developers en wordt globaal als een van de beste game-opleiding beschouwd. Momenteel kan het DAE enkel professionele bachelor trajecten aanbieden. Deze voorzien een brede basis maar een zekere technische diepgang ontbreekt. Studenten die op zoek zijn naar extra onderbouwing stromen momenteel door naar de traditionele informatica-opleidingen of buitenlandse universiteiten.

- **A57:** Wij pleiten voor overleg met het beleidsdomein Onderwijs met het oog op het uitbreiden van het DAE-curriculum naar een mastertraject. Deze vraag weerklonk ook duidelijk in de bevraging van 2016 en werd toen ook als prioriteit naar voor geschoven.

Actieplan Gaming

Het 2018 Actieplan Gaming wordt door de sector positief onthaald en de meerderheid van de werkpunten zijn nog steeds relevant. Toch pleiten we voor het samenbrengen van de belanghebbenden om het Actieplan te herzien en, waar nodig, aan te passen. Daarnaast leert de bevraging dat het Actieplan Gaming rake werkpunten aanhaalt, maar dat het inkorten van deze werkpunten en het invoeren van *mile stones* de sector doelgericht kan doen groeien. Het scherpstellen van bepaalde punten zal een positieve impact teweegbrengen voor de Vlaamse game-industrie (**A58**).

Punt 1: Stimuleren/aanzwengelen van (directe) investeringen in gameontwikkeling

In het Actieplan Gaming wordt de noodzaak voor extra investeringsmogelijkheden benadrukt waaronder het verhogen van het VAF/Gamefonds budget, wat ook werd gerealiseerd. Naast het VAF/Gamefonds voorziet de Vlaamse gemeenschap een uitgebreid assortiment van leningen en subsidies. Evenwel zijn deze toegankelijk voor allerlei sectoren en is er geen concreet overzicht welke pistes in het bijzonder geschikt zijn voor de gamesector. Het PMV-initiatief Media Invest speelt zeker in op de noden van de sector, maar een lening uitsluitend voor de gamesector is niet beschikbaar. Daarom stellen wij voor om, samen met de stakeholders, een duidelijk overzicht te creëren waarmee studio's eenvoudig doorheen de alternatieve steunmaatregelen kunnen navigeren. Opnieuw is het belangrijk te melden het opstellen van de Tax Shelter positief zou bijdragen tot de reeds bestaande steunmaatregelen.

Punt 2: Meer informatiedeling, nauwere (interne) afstemming en monitoring van de verschillende beleidsmaatregelen en initiatieven ten aanzien van de gamesector. Communicatie tussen de verschillende stakeholders en aanverwante sectoren is cruciaal voor een daadkrachtige sector. Uit de bevraging wordt de cross-sectorale samenwerking positief beoordeeld, maar het afstemmen van de verschillende belanghebbenden kan nog worden verbeterd, ook al is het samenbrengen van verschillende sectoren zoals media, cultuur en technologie geen evidente opdracht.

Punt 3: Inzetten op een kwalitatief opleidings- en begeleidingsaanbod voor de gamesector. Vlaanderen kan trots zijn op zijn game-opleiding. Het DAE specialiseert zich al jaren naar de noden van de game-industrie. Toch snakt de sector naar meer technisch onderbouwde profielen waarbij het uitbreiden van het DEA-curriculum een cruciale rol speelt. Het professionele bachelor traject vormt een goede basis, maar het invoeren van een Masterprogramma kan de extra technische onderbouwing voorzien. Studenten die op zoek zijn naar meer technische en theoretische diepgang doen beroep op de traditionele informatica-opleidingen of trekken naar het buitenland. We raden aan om het uitbreiden van het DAE-curriculum te bespreken met de belanghebbende stakeholders (zie ook A57).

Punt 4: Stimuleren van innovatie en cross-sectorale samenwerking in en met de gamesector. Het verbinden van verschillende audiovisuele sectoren zorgt voor innovatieve projecten waarbij technologie en audiovisuele kunst elkaar ontmoeten. Initiatieven zoals het VAF-innovatielab stimuleren cross-sectorale samenwerking waarbij diverse sectoren (media, cultuur, technologie, etc.) bijleren van ieders

expertise. Het Actieplan Gaming speelde hier een cruciale functie, we opperen dit soort collaboraties te behouden. Ook het uitwisselen van data is belangrijk om opportuniteiten te identificeren en de groei van de sector te meten.

Punt 5: Inzetten op promotie, marketing en internationalisering van games. Het ondersteunen van promotie blijft cruciaal als doorslaggevende factor voor een succesvolle videogame. Daarnaast zijn de initiatieven van het FIT evenzeer belangrijk voor de Vlaamse representatie op internationale game-events. De ondersteuning van het FIT wordt door de sector geprezen.

Punt 6: Inzetten op de educatieve, maatschappelijke en culturele functie van games.

Actiepunt 6 zorgt voor gemengde gevoelens binnen de gamesector. De bevraging toont dat ieder genre meerwaarde oplevert en een verschillend publiek weet te bereiken. Toch stellen we vast dat er onenigheid circuleert omtrent de definitie van een videogame. Zo vertrekt het VAF van een cultureel perspectief waarbij het cultureel en maatschappelijk belang zwaarder doorweegt. Daarnaast zijn er de serious games die worden toegepast in professionele sectoren en weinig aansluiting vinden met de Vlaamse gamer. Tenslotte steunt het VAF ook het entertainment genre waar het doel een commercieel sterk product is. Niet enkel commercieel succes is een indicator van een geslaagd project, ook een culturele of maatschappelijke bijdrage kunnen een succesvol project maken. Ook mogen we bijdragen van Mediawijs en de VRT niet vergeten. Beide organisaties ondersteunen het Actieplan Gaming en bouwen mee aan het draagvlak van videogames; door o.a. het verspreiden van informatie omtrent de opportuniteiten en risico's van videogames. Daarnaast komen aspecten zoals het maatschappelijk debat, innovatie en mediawijsheid alsook aan bod.

Overige aandachtspunten voor een duurzame audiovisuele sector in Vlaanderen

- **A59. Tax Shelter:** De uitbreiding van de Tax Shelter naar de gamesector geeft de kleine en middelgrote studio's de kans te groeien tot volwassen spelers waardoor de Schaling problematiek wordt aangepakt. Evenwel wordt de gamesector als een kapitaalintensieve sector beschouwd wat, zeker bij de verhoopte groei, mogelijk kan doorwegen in Taks Shelter middelen. Daarom delen wij de bezorgdheid van de film- en televisiesector die zeer afhankelijk zijn van shelter inkomsten. Daarom pleiten we ervoor om de *toegankelijkheid van de Tax Shelter bestedingen te bepalen gespreid volgens de omvang van de sector in VTE tewerkstelling of omzet, om de zoveel jaar te bepalen (vork-systeem)*, zodat geen genre disproportioneel bevoordeeld wordt ten koste van een ander genre.
- **A60. Screen Flanders:** Vlaanderen was een van de weinige kleine regio's in Europa (samen met Wallonië, Denemarken en anderen) om maatregelen te nemen gericht op het aantrekken van internationale investeringen. Sindsdien hebben bijna alle andere landen gelijkaardige initiatieven opgezet waardoor Screen Flanders internationaal niet langer een evidente partner is. Om de internationale concurrent op dit vlak beter het hoofd te bieden, pleiten we voor het optrekken van het beschikbare budget, zodat het volume projecten kan worden opgetrokken.
- **Eurimages en Creative Europe: (A61)** Wij pleiten voor het behoud van de Vlaamse bijdrage in en samenwerking binnen Eurimages van de Raad van Europa. De bijdrage aan Eurimages is een belangrijke principiële keuze vanuit de Europese gedachte. Daarnaast is Eurimages een belangrijke partner en erkend kwaliteitsmerk. **(A62)** Wat betreft Creative Europe is de meerwaarde voor Vlaanderen deels direct (investeringen in Vlaamse producties), deels indirect, in netwerking, opleiding, ondersteuning van festivals, distributeurs, vertoningsplekken, etc. We stellen vast dat het aantal producenten dat zijn weg vindt naar Creative Europe ondersteuning

vaak dezelfde en een beperkt aantal spelers zijn, wat te maken heeft met de eisen voor projectsteun, maar ook nog steeds met de naamsbekendheid in de sector. De Mediadesk kende de voorbije tien jaar en ondanks de beperkte middelen een relatief sterke dynamiek maar moet voldoende zichtbaar blijven. Zichtbaarheid op events in de sector en proactief mogelijkheden van Creative Europe delen met de sector blijven een aandachtspunt.

- **COVID-19:** De sector is algemeen tevreden over de snelle reactie van de Vlaamse overheid en het VAF, en over de middelen die via het Noodfonds werden ter beschikking gesteld. De productiesector heeft geleden onder COVID-19, maar toonde zich tegelijk weerbaar, door de snelle opstart van producties, het snelle onderhandelen van COVID-19-protocols en de snelle inschakeling van de noodfonds-middelen. Uitdagingen voor relance zullen zich vooral stellen voor filmdistributeurs en vertoners. In het licht hiervan pleiten we voor:
 - **A63:** een goede opvolging van wat er met die steun is gebeurd - wat voldoende transparantie vanuit de sector vereist - zodat duidelijk wordt dat wie recht had op ondersteuning die ook daadwerkelijk heeft genoten. Vooral de facilitaire sector uitte deze bezorgdheid.
 - **A64:** een goede opvolging van de impact van de COVID-19 middelen, en het in kaart brengen van wat dit op korte termijn met de dynamiek van de sector deed (in omzet, in volume producties, in VTE's). Zo kan in kaart gebracht worden wat de mogelijke gevolgen zijn voor de sector wanneer de relancemiddelen niet meer voorhanden zijn.
 - Wat betreft de bestedingen van overblijvende middelen uit het Noodfonds en algemene middelen uit de relance (breder dan enkel de middelen toegekend aan het VAF), pleiten we op de korte termijn (komende twee jaar) voor voldoende aandacht voor:
 - **A65:** Gerichte acties ter herstel van filmdistributie en vertoning
 - **A66:** een grootschalige campagne voor de ondersteuning van Vlaamse film
 - **A67:** aandacht voor innovatie en renovatie van vertoningsplekken (digitalisering ticketing systemen, renovatie buurtbioscopen)

Een goede werking van het VAF en de audiovisuele sector is een weerspiegeling van een goede werking van de audiovisuele sector in zijn geheel. Het VAF speelt de belangrijkste rol, maar de eigenheid van de term 'ecosysteem' situeert zich net in de onderlinge verbondenheid van alle schakels binnen dat systeem. Aanpassingen voor één actor, of op één regelgevend front, kunnen gevolgen hebben voor spelers binnen een andere.

Daarom pleiten wij bij de Vlaamse overheid voor:

- **A68:** Aandacht voor inclusie en diversiteit die verder gaat dan de rol van het VAF, maar zich uitstrekt over de hele sector, o.m. door afdwingbare en verifieerbare bepalingen in het Sociaal Charter;
- **A69:** Gericht onderzoek naar de oorzaken van de beperkte instroom van vrouwen in de sector, ondanks het hoog aantal afgestudeerde vrouwen in de audiovisuele opleidingen;
- **A70:** Aandacht voor het naleven van het sociaal charter, arbeidsomstandigheden en de regels van het goed bestuur in de bedrijfssectoren van media, film en gamesector;
- **A71:** We vragen dat de Vlaamse Overheid pleit voor (de naleving van) Belgische auteurswetgeving en bepalingen rond *faire return* van auteursrechten en naburige rechten op audiovisuele werken, met specifieke aandacht voor de uitvoering/toepassing van de aangepaste wetgeving naar aanleiding van de omzetting van de Europese copyright-regelgeving. Rechtenorganisaties kunnen - binnen de contouren van het regelgevend kader - zelf deals bedingen met grote streamers (wat op dit moment al in toenemende mate gebeurt);

de overheid kan hierin een coördinerende rol opnemen, onder meer door partners bijeen te brengen en ervaring met andere overheden in Europese landen te delen met beroepsverenigingen.

- **A72:** Aandacht voor de correcte invulling van de definitie van 'onafhankelijke producent' en het consequent toezien op de correcte naleving ervan. Op dit moment vinden de meeste Vlaamse productiehuizen hun weg naar VAF en Tax Shelter maar bepaalde productiehuizen blijven uitgesloten van financieringskanalen, ook al zijn dit in de praktijk Vlaamse onafhankelijke producenten. Omgekeerd kunnen veel spelers nu aanspraak maken op middelen van het VAF door te werken met subsidiaire bedrijven voor het verwerven van tax shelter, maar toch indirect verbonden zijn aan een omroep.
- **A73:** Eén van de grote uitdagingen wordt het vindbaar en zichtbaar maken van lokale content binnen nieuwe manieren van televisiekijken. Verschillende landen exploreren op dit moment *due prominence* verplichtingen. Vlaanderen kan hier, in samenwerking met o.a. Nederland en andere omliggende landen, het voortouw nemen voor de kleinere markten.
- **A74:** Audiovisuele opleidingen zijn de laatste jaren positief geëvolueerd (meer praktijkgerichtheid, professionalisering), echter, er blijven een aantal grote uitdagingen, die ook in gesprekken met stakeholders telkens terugkwamen:
 - De mismatch tussen de verwachtingen en de realiteit van de sector (doorstroomkansen van de vele afgestudeerden in een kleine, verzadigde sector).
 - Aandacht voor de financieel-administratieve kant van het werk in de sector (incl. kennis van het VAF).
 - Aandacht voor diversiteit en inclusie in de instroom, zodat een meer diverse groep studenten afstudeert, vooral met betrekking tot personen met handicap en mensen met diverse etnisch-culturele achtergrond
 - Kwaliteitsfilm mag niet diametraal tegenover een groot publiek gesteld worden. Ook de filmscholen dienen hier rekening mee houden. Net door een combinatie van inhoudelijke kwaliteit en nadenken over het juiste (daarom niet het grootste) publiek is de beste garantie op de toekomst van kleine, experimentele film.

7. Referenties

- 20 Minutes. (2020). Netflix et Amazon devront investir 20 à 25% de leur chiffre d'affaires dans la création française'. <https://www.20minutes.fr/arts-stars/culture/2937783-20201222-netflix-amazon-devront-investir-20-25-chiffre-affaires-creation-francaise>; Keslassy, E. (2020). France leading charge with EU Directive to get streamers to invest in local content. <https://variety.com/2020/film/global/eu-directive-streamers-local-content-netflix-amazon-france-1234839918/>
- Advanced-Television (2020) Digital TV Research: Global pay-TV subs up, but revenues down. *Advanced-Television.com*, 9 October 2020. <https://advanced-television.com/2020/10/09/research-global-pay-tv-subs-up-but-revenues-down/>
- Agentschap Innoveren & Ondernemen. (z.d.-a). Tax Shelter audiovisuele werken en podiumkunsten | Agentschap Innoveren en Ondernemen. <https://www.vlaio.be/nl/subsidies-financiering/subsidi databank/tax-shelter-audiovisuele-werken-en-podiumkunsten>
- Agentschap Innoveren & Ondernemen. (z.d.-b). Culturele & creatieve sectoren | Agentschap Innoveren en Ondernemen. <https://www.vlaio.be/nl/subsidies-financiering/subsidi databank/subsidi egids/culturele-creatieve-sectoren>
- Amplifier Game Invest. (z.d.). Amplifier Game Invest – Game Investments done right. <https://www.amplifiergameinvest.com/>
- BAI. (2019). Annual Report 2019. <https://www.google.com/search?q=BAI+annual+report+2019&oq=BAI+annual+report+2019&aqs=chrome..69i57.6341j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8>
- Balanscentrale – Jaarrekeningen online raadplegen. <https://cri.nbb.be/bc9/web/catalog?execution=e1s1>
- Balderston, Michael (2020) Streaming Industry to Cross \$100B in Revenue by 2025. *TVTech*, September 28 2020. <https://www.tvtechnology.com/news/streaming-industry-to-cross-dollar100b-in-revenue-by-2025-report>
- Ballegeer, D. (2015). A Fistful of Tax Dollars. De nieuwe taxshelter onder de loep. <http://ec2-18-197-1-103.eu-central-1.compute.amazonaws.com/artikel/fistful-tax-dollars-de-nieuwe-taxshelter-onder-de-loep>
- BAN. (2018). Jaarverslag 2018. BUSINESS ANGELS NETWERK VLAANDEREN. <https://www.ban.be/jaarverslag/>
- Bedrijfsadviseurs. (2018). EBITDA vs EBIT. [https://www.dvba.be/2018/04/21/ebitda-ebit-wat/#:~:text=EBIT%20\(Earnings%20Before%20Interest%20and,zijn%20courante%20prestatie maatstaven%20om%20de](https://www.dvba.be/2018/04/21/ebitda-ebit-wat/#:~:text=EBIT%20(Earnings%20Before%20Interest%20and,zijn%20courante%20prestatie maatstaven%20om%20de)
- Benes, Ross (2020) Q2 2020 Digital Video Trends. *eMarketer*, May 28, 2020. <https://www.emarketer.com/content/q2-2020-digital-video-trends>
- Bignell Jonathan and Andreas Fickers. 2008. *A European Television History*, London: Wiley-Blackwell.
- Blumler, Jay. 1992. Television and the public interest. *Vulnerable Values in West European Broadcasting*. London: Sage.
- Bondebjerg, Ib and Redvall, Eva N. 2016. "Breaking Borders: the international success of Danish television drama" in *European Cinema and Television: Cultural Policy and everyday life*, edited by Ib Bondebjerg, Eva Novrup Redvall, and Andrew Higson, 214–238. Basingstoke: Palgrave Macmillan
- Boxoffice. (2020). How regional film festivals are adapting to covid-19? Available at: <https://www.boxofficepro.com/boxoffice-podcast-film-festival-alliance-lela-meadow-conner/>
- BoxOfficeMojo (2019) Worldwide Box Office 2019. <https://www.boxofficemojo.com/year/world/2019/>

- Business Finland. (z.d.). Game business development funding. <https://www.businessfinland.fi/en/for-finnish-customers/services/funding/tempo-funding/game-business-funding>
- Business Finland. (z.d.). Game business development funding. <https://www.businessfinland.fi/en/for-finnish-customers/services/funding/tempo-funding/game-business-funding>
- Cappello, M. (2019). Mapping of film and audiovisual public funding criteria in the EU. European Audiovisual Observatory. Available at: https://ec.europa.eu/information_society/newsroom/image/document/2019-25/film_funds_-_final_report_CB944929-F4AD-7314-C2E6C1B8A1B0A9F6_60332.pdf
- CD Projekt RED. (z.d.). *CD PROJEKT RED - The industry leader in creating role-playing games.*
- Cennamo, C. and Santalo, J. (2013) Platform competition: Strategic trade-offs in platform markets. *Strategic Management Journal*, Vol. 34, pp. 1331-1350.
- CJM. (2020). Aanvullende financiering via Taks Shelter Podiumkunsten & Audiovisuele werken. https://www.vlaanderen.be/cjm/sites/default/files/2021-05/taxshelter_evaluatierapport-2020.pdf
- CNC. (z.d.). Fonds d'aide au jeu video (FAJV) | CNC. [cnc.fr. https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/jeu-video/fonds-daide-au-jeu-video-fajv_191468](https://www.cnc.fr/professionnels/aides-et-financements/jeu-video/fonds-daide-au-jeu-video-fajv_191468)
- Collins, Richard, Garnham, Nicholas. and Locksley, Gareth. 1988. *The economics of television. The UK Case.* London: Sage.
- Cook, J. (2015, 8 juli). *RANKED: 31 companies unleashing the most exciting video games right now.* Business Insider. <https://www.businessinsider.com/coolest-video-game-companies-in-europe-2015-7?r=US&IR=T#5-ustwo-created-frank-underwoods-favourite-app-27>
- Comscore (2020) Streaming Services Continue to See Shifts in Viewing Behaviors During the COVID-19 Pandemic. *Comscore*, May 26, 2020. <https://www.comscore.com/Insights/Press-Releases/2020/5/Streaming-Services-Continue-to-See-Shifts-in-Viewing-Behaviors-During-the-COVID-19-Pandemic>
- Creative Europe Desk Denmark. (2016). GAMES FUNDING GUIDE. <http://www.europacreativa-media.it/documenti/allegati/2017/games-funding-guide.pdf>
- Creative Europe Desk Vlaanderen. (z.d.-a). Creative Europe |. <https://www.creativeeurope.be/nl>
- Creative Europe Desk Vlaanderen. (z.d.). Ontwikkeling van Videogames | Creative Europe. <https://www.creativeeurope.be/nl/subsidie/ontwikkeling-van-videogames>
- Dealessandri, M. (2021, 4 maart). SELL: French industry's record year not just about COVID. *GamesIndustry.Biz*. <https://www.gamesindustry.biz/articles/2021-03-04-sell-interview#:~:text=In%202019%2C%20games%20generated%20%E2%82%AC,the%20end%20of%20a%20generation.>
- Deloitte Belgium. <https://www2.deloitte.com/be/en/pages/technology-media-and-telecommunications/topics/mobile-consumer-survey-2019/mobile-gaming.html>
- Departement Cultuur, Jeugd & Media. (z.d.). Eurimages. <https://www.vlaanderen.be/cjm/nl/cultuur/film/subsidies/eurimages>
- DFI. (2020). FACTS & FIGURES Danish films in 2019. Danish Film Institute. <https://www.dfi.dk/en/english/numbers-and-statistics/facts-figures-2020>
- Donders, K., et al. (2018). Obligations for on-demand audiovisual services to contribute to production of European works
- Doyle, Gillian. 2013. *Understanding Media Economics (Second edition).* London: Sage.
- Doyle, Gillian. 2016. Digitization and changing windowing strategies in the television industry: negotiating new windows on the world. *Television and New Media* 17(7): 629–645.
- Dutch Game Garden. (2018). *Games Monitor The Netherlands 2018.* <https://www.dutchgamegarden.nl/project/games-monitor/>

- Econopolis. 2017. Doorlichting Vlaams audiovisueel beleid. [Evaluation of the Flemish audiovisual policy] Wilrijk: Econopolis/imec-SMIT-VUB.
- Econopolis. 2018. Leefbaarheid van productie, aggregatie en distributie van audiovisuele content in Vlaanderen. [Sustainability of production, aggregation and distribution of audiovisual content in Flanders]. Wilrijk: Econopolis/imec-SMIT-VUB.
- EFARN. (2018). RESEARCH HIGHLIGHTS 2018. <https://rm.coe.int/efarn-research-highlights-2018/16808ee5c7>
- European Audiovisual Observatory. (2014, december). Impact analysis of fiscal incentive schemes supporting film and audiovisual production in Europe. <https://rm.coe.int/impact-analysis-of-fiscal-incentive-schemes-supporting-film-and-audiov/16808e4506>
- European Audiovisual Observatory. (2018). Online video sharing: offerings, audiences, economic aspects. Strassbourg: EAO.
- European Audiovisual Observatory. (2019). Mapping of film and audiovisual public funding criteria in the EU. https://www.obs.coe.int/en/web/observatoire/legal/-/asset_publisher/F4u8Tw47uLJo/content/mapping-of-film-and-audiovisual-public-funding-criteria-in-the-eu?_101_INSTANCE_F4u8Tw47uLJo_viewMode=view
- European Audiovisual Observatory. (2020a). Film and TV content in VOD catalogues. <https://rm.coe.int/film-and-tv-content-in-vod-catalogues-2020-edition-final/1680a13537>
- European Audiovisual Observatory. (2020b). The European audiovisual industry in the time of COVID-19. <https://rm.coe.int/iris-plus-2020-2-the-european-audiovisual-industry-in-the-time-of-covi/16809f9a46>
- European Audiovisual Observatory. (2021). Yearbook 2020/2021 key trends. <https://rm.coe.int/yearbook-key-trends-2020-2021-en/1680a26056>
- European Commission. (2020). Achieving gender equality and promoting diversity in the European Audiovisual sector. <https://www.equalitydiversityinavsector.eu/>
- European Commission. (2021). EIC Accelerator - EASME European Commission. EASME - European Commission. <https://ec.europa.eu/easme/en/eic-accelerator>
- Evans, D. S. and Schmalensee, R., (2013) The Antitrust Analysis of Multi-Sided Platform Businesses', *NBER Working paper*, February 2013. <http://www.nber.org/papers/w18783>
- Evens, T. & Donders, K.. 2018. *Platform power and policies in transforming television markets*. Basingstoke: Palgrave
- Federale Overheidsdienst Werkgelegenheid, Arbeid en Sociaal Overleg. (2021). Veilig werken. Generieke gids om de verspreiding van COVID-19 op het werk tegen te gaan. https://werk.belgie.be/sites/default/files/content/news/Generiekegids_light.pdf
- Federale Overheidsdienst. (2020). Belgian Tax Shelter 2020. <https://financien.belgium.be/sites/default/files/downloads/121-brochure-tax-shelter-2020-nl.pdf>
- Fédération Wallonie-Bruxelles. (2020). Réforme de la gouvernance culturelle : lancement d'un appel à candidatures pour la constitution du Conseil supérieur de la Culture, des commissions d'avis et des chambres de concertation sectorielles. http://www.culture.be/index.php?id=13048&tx_ttnews%5Bpointer%5D=7&tx_ttnews%5BbackPid%5D=13044&tx_ttnews%5Btt_news%5D=9198&cHash=9cf45a226cb726b65c7410a030ef28f8
- FFF-Bayern. (2019). JAHRES RUCKBLICK 2018. https://www.fff-bayern.de/de/aktuelles/aktuell/detail/news/jahresrueckblick-2018.html?tx_news_pi1%5Bcontroller%5D=News&tx_news_pi1%5Baction%5D=detail&cHash=845a44efe3d4cf2cb051b00ac24ac481
- FIAPF (International Federation Of Film Producers Associations). (2020). AV Data 4 Europe. Available at: <https://avdata4europe.eu/>
- Film- und Medienstiftung NRW. (2019). JAHRES BERICHT 2019. <https://www.filmstiftung.de/>
- Flanders DC. (z.d.-a). Flanders DC helpt gamebedrijven internationaal te gaan. <https://www.flandersdc.be/nl/promotie/internationale-promotie-voor-gaming>

- Flanders DC. (z.d.-b). Subsidies
- FLEGA. (2020). Latest #BelgianGamesIndustry survey shows more companies staffed by less people. <https://www.flega.be/latest-belgiangamesindustry-survey-shows-more-companies-staffed-by-less-people/>
- <https://www.flandersdc.be/nl/games/gids/financiering/subsidies>
- Gaustad, T. (2019). How streaming services make cinema more important: Lessons from Norway. *Nordic Journal of Media Studies*, 1(1), 67-84.
- Gawer, A., and Cusumano, M.A. (2002) *Platform Leadership: How Intel, Microsoft and Cisco Drive Industry Innovation*. Boston: Harvard Business Press.
- Government of Canada. (2016). CANADA'S COST AND TAX ADVANTAGES – DIGITAL MEDIA. international.gc.ca. <https://www.international.gc.ca/investors-investisseurs/assets/pdfs/download/Factsheet-DigiMedia-2016.pdf>
- GOV.UK. (z.d.). Claiming Video Games Tax Relief for Corporation Tax. <https://www.gov.uk/guidance/claiming-video-games-tax-relief-for-corporation-tax>
- Grece, C. (2021). Trends in the VOD market in EU28. <https://rm.coe.int/trends-in-the-vod-market-in-eu28-final-version/1680a1511a>
- Griffith, Eric (2021) Netflix Will (Probably) Spend \$19 Billion on Video in 2021. PCMag.com, 11 January 2021. <https://www.pcmag.com/news/netflix-will-probably-spend-19-billion-on-video-in-2021>
- HAVC. (2019). Facts & Figures 2019. <https://www.havc.hr/file/publication/file/havc-facts-figures-2019-digital.pdf>
- Hesmondhalgh, David. 2013. *The cultural industries* (3rd edition). London: Sage.
- imec Digimeter (2020) Digitale trends in Vlaanderen.
- Imec-SMIT-VUB. (2018). Obligations on on-demand audiovisual media services providers to financially contribute to the production of European works. <https://smit.vub.ac.be/wp-content/uploads/2018/12/VUB-VOD-report-2018-.pdf><https://smit.vub.ac.be/wp-content/uploads/2018/12/VUB-VOD-report-2018-.pdf>
- Jaarverslag Screen Brussels: <https://screen.brussels/sites/default/files/screen-brussels-bilan-2019-en-infographies.pdf>
- Jaarverslag Screen Flanders (in jaarverslag VAF): https://www.vaf.be/sites/vaf/files/jaarverslagen/jv_onl_2019v5.pdf
- Jaarverslag Wallimage: <https://cms.wallimage.be/sites/default/files/2020-01/2019%20%20bilan%20chiffre%20C3%A9%20de%20wallimage%20coproductions.pdf>
- Jagex. (z.d.). *Jagex - Products*. <https://www.jagex.com/en-GB/products>
- Jensen, Pia Majbritt, Nielsen, Jakob Isak and Waade, Anne Marit. 2016. "When Public Service Drama Travels: The internationalization of Danish Television Drama and the Associated Production Funding Models". *Journal of Popular Television* 4(1): 91-108.
- Join The Game. (z.d.). Join the Game | entreprises.gouv.fr. Entreprises.Gouv.Fr. <https://www.entreprises.gouv.fr/en/digital/digital-policy/join-game/>
- Kanzler, M. (2018). Fiction film financing in Europe: A sample analysis of films released in 2016. European Audiovisual Observatory. Available at: <https://rm.coe.int/fiction-film-financing-in-europe-big-picture-book/168094f6aa>
- Kastrenakes, J. (2021). Netflix subscriber growth is stalling as it runs low on hits. <https://www.theverge.com/2021/4/20/22394425/netflix-subscriber-growth-stalls-2021>
- Kerger, S. (2021, April 7). *Internationale prijs voor Howest-opleiding*. Focus en WTV. <https://www.focus-wtv.be/nieuws/internationale-prijs-voor-howest-opleiding>
- Komorowski, M., Lordache, C., Kostovska, I., Tintel, S. & Raats, T. (2021). Obligations for VOD providers to financially contribute to the production of European works, a 2021 update. Brussel: imecSMIT-VUB.
- Légifrance. (2017). Décret n° 2010-1379 du 12 novembre 2010 relatif aux services de médias audiovisuels à la demande. <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000023038244/>

- Legrand, R. (2021, 6 maart). Britse investeerder ziet gat in Belgische gamingmarkt. De Tijd. <https://www.tijd.be/tech-media/entertainment/britse-investeerder-ziet-gat-in-belgische-gamingmarkt/10289385.html>
- LFC. (z.d.). Important numbers and grants –. <http://www.lkc.lt/en/financing/important-numbers-and-grants/>
- Lion, B. (2021). Commission européenne, CSA, Netflix : les avis divergent sur le projet de décret SMAD. <https://www.lesnumeriques.com/vie-du-net/commission-europeenne-csa-netflix-les-avis-divergent-sur-le-projet-de-decret-smad-n162587.html>
- Lobato, R. (2019). *Netflix nations: the geography of digital distribution*
- Lotz, A. D. (2014). *The television will be revolutionized*. New York: New York University Press.
- McAlone, Nathan (2017) Disney will dump its exclusive Netflix deal in 2019, and launch its own streaming service. *Business Insider*, 8 Aug. 2017. <https://www.businessinsider.nl/disney-ending-exclusive-netflix-deal-in-2019-launching-rival-streaming-service-2017-8?international=true&r=US>
- Mediarte (2021). Impact op het sectoraal arbeidsvolume (ahv. VTE). <https://www.mediarte.be/nl/dossiers/mediarte-en-de-sector/sectornieuws/impact-van-de-1ste-lockdown-op-de-tewerkstelling-in-de>
- Mediarte. (2021). Sectorfoto. <https://www.mediarte.be/nl/dossiers/mediarte-en-de-sector/mediarte/sectorfoto>
- Media Invest Vlaanderen. (z.d.). MEDIA INVEST VLAANDEREN. <https://www.media-invest-vlaanderen.be/>
- Montréal International. (2019). Welcome to Greater Montréal's WorldLeading Video Game Hub. https://www.montrealinternational.com/app/uploads/2019/02/industry_profile_videogame_2019-1.pdf
- Morawetz, N., Hardy, J., Haslam, C., & Randle, K. (2007). Finance, policy and industrial dynamics—the rise of co-productions in the film industry. *Industry and Innovation*, 14(4), 421-443.
- Motion Pictures Association. (2020). Theme report 2019. Available at: <https://www.motionpictures.org/wp-content/uploads/2020/03/MPA-THEME-2019.pdf>
- MPA. (2019). Theme Report 2019. <https://www.motionpictures.org/wp-content/uploads/2020/03/MPA-THEME-2019.pdf>
- Myriad Associates. (z.d.). Video Games Tax Relief (VGTR) | Myriad Associates. Myriadassociates.Com. <https://www.myriadassociates.com/services/video-games-tax-relief/>
- Net neutraliteit wordt gegarandeerd in Art. 23 in Proposal for a REGULATION OF THE EUROPEAN PARLIAMENT AND OF THE COUNCIL laying down measures concerning the European single market for electronic communications and to achieve a Connected Continent, and amending Directives 2002/20/EC, 2002/21/EC and 2002/22/EC and Regulations (EC) No 1211/2009 and (EU) No 531/2012. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52013PC0627>
- Newman-Baudais, S. (2011). Public funding for Film and Audiovisual works in Europe. 2011 edition. European Audiovisual Observatory. Available at: <https://rm.coe.int/public-funding-report-2011-en-optim-pdf/16808e46dc>
- Newzoo. (2020a, oktober 1). The World's 2.7 Billion Gamers Will Spend \$159.3 Billion on Games in 2020; The Market Will Surpass \$200 Billion by 2023. <https://newzoo.com/insights/articles/newzoo-games-market-numbers-revenues-and-audience-2020-2023>
- Newzoo. (2020b). 2020 Global Games Market Report. <https://newzoo.com/products/reports/global-games-market-report/>
- Newzoo. (2020b, juni 29). Top Countries & Markets by Game Revenues. <https://newzoo.com/insights/rankings/top-10-countries-by-game-revenues/>

- Newzoo. (2021, 6 april). Top Public Video Game Companies | By Revenue. <https://www.newzoo.com/insights/rankings/top-25-companies-game-revenues/>
- Norsk filminstitutt. (2018). Facts & Figures 2018. <https://www.nfi.no/eng/about-us/facts-figures>
- NPO-fonds. (2019). Cijfers 2019. NPO. <https://npo-fonds.nl/over-npo-fonds/cijfers-npo-fonds-2019>
- Persoonlijke communicatie met Amplo (mei 2021)
- Persoonlijke communicatie met RSZV (mei 2021)
- Picard, R. G. & S. Wildman (eds) (2015). *Handbook on the economics of the media*. Cheltenham, UK: Edward Elgar
- Picard, Robert. 2011. "Broadcast Economics, Challenges of Scale, and Country Size." In *Small Among Giants. Television Broadcasting in Smaller Countries*, edited by Gregory F. Lowe and Christian S. Nissen, 43–56. Nordicom: Göteborg.
- Puppis, Manuel. 2009. "Media Regulation in Small States." *The International Communications Gazette* 71 (1–2): 7–17.
- Raats, T., Evens, T. & Pauwels, C. (2015). Towards sustainable financing models for television production? Challenges for audiovisual policy support in small media markets. Proceedings of the 30th European Communications Policy Research Conference (EuroCPR) 2015, March 23-24, 2015, Brussels, Belgium
- Raats, T., Waeben, J., Bleumers, L., Ruelens, S., Vandenplas, R., Vermeulen, L. & Van Looy, J. (2016). Doorlichting van het Vlaams gamingbeleid. Studie in opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media van de Vlaamse Gemeenschap. Gent en Brussel: IMEC-MICT en IMEC-SMIT.
- Raats, Tim and Wauters, Dirk. 2018 Hoe noodzakelijk is ondersteuning voor televisiefictie in kleine mediamarkten? Een analyse en evaluatie van ondersteuningsmaatregelen in Vlaanderen. [How necessary is support for tv fiction in small markets? An analysis and evaluation of support mechanisms in Flanders]. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 46(3): 215-235.
- Radio- en TV-omroepen van de Franse en Duitstalige Gemeenschap, en de openbare omroepen van Nederland. VRM (2021) 4.2.1 Must-carryverplichting, must-offerverplichting en evenementenregeling. <https://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/4-stimulering-van-diversiteit-mogelijke-remediering-en-beleidsaanbevelingen/42-tegengewicht/421-must>
- Ramachandran, Raman (2021) Discovery Plus Set to Debut in 12 European Markets With Vodafone Deal. *Variety*, 4 Januari 2021. <https://variety.com/2021/streaming/global/discovery-plus-vodafone-europe-deal-1234878081/>
- RSZ. (2021). Rijksdienst voor Sociale Zekerheid. <https://www.rsz.be/>
- RSZV. (2021). Sociale Zekerheid Zelfstandige Ondernemers. <https://www.rsvz.be/nl>
- Screen Flanders. (z.d.). Screen Flanders Homepage. <https://screenflanders.be/nl/>
- Screen Brussels. (2020). Screen Flanders 2019 – At a glance. <https://screen.brussels/sites/default/files/screen-brussels-bilan-2019-en-infographies.pdf>;
- Wallimage. (2020). Bilan 2019 Coproductions. <https://cms.wallimage.be/sites/default/files/2020-01/2019%20-%20bilan%20chiffre%20C3%A9%20de%20wallimage%20coproductions.pdf>
- Statista. (2021). Feature film production in Europe 2010–2018. <https://www.statista.com/statistics/429038/feature-film-production-europe/>
- STATBEL. (2020). Bijna 20 miljoen toeschouwers in de Belgische bioscopen in 2019. <https://statbel.fgov.be/nl/themas/ondernemingen/bioscoopzalen>
- STATBEL. (2020). 19 miljoen toeschouwers in de Belsche bioscopen in 2018. <https://statbel.fgov.be/nl/nieuws/19-miljoen-toeschouwers-de-belgische-bioscopen-2018>
- Strangelove, M. (2015). *Post-TV: Piracy, cord-cutting, and the future of television*. Toronto: University of Toronto Press.
- The BPA Fund. (z.d.). The BPA Fund. <https://fund.britishpodcastawards.com/>

- The Finnish Film Foundation. (2019). Facts & Figures 2019. <https://www.ses.fi/wp-content/uploads/2020/11/Elokuvavuosi-Facts-Figures-2019.pdf>
- The German Games Industry Association. (2021, 23 maart). German video s market 2020. Game. <https://www.game.de/en/market-data/german-video-games-market-2020-2/>
- The impact of filming on tourism, CNC prospective study, 2018, https://www.cnc.fr/cinema/etudes-etrapports/etudes-prospectives/limpact-des-tournages-sur-le-tourisme_227677
- The mapping of film and audiovisual public funding criteria in the EU, European Audiovisual Observatory, 2019, <https://rm.coe.int/mapping-of-film-and-audiovisual-public-funding-criteria-in-the-eu/1680947b6c>
- TheTradeDesk (2020) New survey points to streaming subscription fatigue among U.S. consumers. <https://www.thetradedesk.com/us/news-room/new-survey-points-to-streaming-subscription-fatigue-among-u-s-consumers>
- Tintel, S. & Raats, T. (1 juni 2020). *Policy Brief #47: No Time To Die, in de bioscoop of thuis via een streamingdienst?* <https://smit.vub.ac.be/policy-brief-47-no-time-to-die-in-de-bioscoop-of-thuis-via-eeen-streamingdienst>
- Ubisoft. (z.d.). *Ubisoft | Officiële Ubisoft-website*. Ubisoft.com. <https://www.ubisoft.com/nl-nl/>
- UK Games Fund. (z.d.). Home. <https://ukgamesfund.com/>
- Ukie. (2021, 19 maart). UK Games Industry Market Valuation 2020. <https://ukie.org.uk/news/uk-games-industry-valuation-2020>
- UNIC. (2020). The impact of the Coronavirus outbreak on the European cinema industry. Available at: https://www.unic-cinemas.org/fileadmin/user_upload/Publications/Public_-_UNIC_research_-_Coronavirus_impact_on_the_cinema_industry_v111.pdf
- UNIC. (2021). Annual report 2020. https://www.unic-cinemas.org/fileadmin/user_upload/Publications/UNIC_AnnualReport_2020.pdf
- Van Bellingen, V., & Raats, T. (2019). Vrouwen in de Vlaamse filmsector: gezocht. . .en gevonden? SMIT. <https://files.mediarte.be/www.mediarte.be/production/attachment/policybrief31-q2lcrj.pdf>
- VAF. (z.d.). *Externe steun | Vlaams Audiovisueel Fonds*. vaf.be. <https://www.vaf.be/gamefonds/externe-steun>
- VAF. (2019). Jaarverslag 2019. <https://www.vaf.be/downloads/download-jaarverslagen>
- VAF. (2020). Jaarverslag 2020. https://www.vaf.be/sites/vaf/files/jv_2020_onl_3.pdf
- VAF. (2021). Vlaamse film in cijfers. <https://www.vaf.be/kennisopbouw/vlaamse-film-cijfers>
- VAF. (2021). Beoordelingscommissie Filmfonds. <https://www.vaf.be/beoordelingscommissies-filmfonds>; VAF. (2021). Beoordelingscommissie Mediafonds. <https://www.vaf.be/beoordelingscommissies-mediafonds>
- VAF. (2021). Talentontwikkeling. <https://www.vaf.be/talentontwikkeling>
- VAF. (2021). VAF Wildcards Filmfonds. <https://www.vaf.be/talentontwikkeling/vaf-wildcards-filmfonds>
- VAF. (2021). Reglement VAF/Gamefonds. https://www.vaf.be/sites/vaf/files/9._reglement_gamefonds_10.06.2021.pdf
- VAF. (2021). Reglement VAF/Mediafonds: Algemene voorwaarden. https://www.vaf.be/sites/vaf/files/4._mf_algemene_voorwaarden_10.06.2021.pdf
- VAF. (2021). Voorbeelden Artistieke games. <https://www.vaf.be/voorbeelden-artistieke-games>
- VAF. (2021). Voorbeelden Educatieve Games. <https://www.vaf.be/voorbeelden-educatieve-games>
- VAF. (2021). Voorbeelden Entertainment Games. <https://www.vaf.be/voorbeelden-entertainmentgames>
- VAF. (2021). Voorbeelden Serious Games. <https://www.vaf.be/voorbeelden-serious-games>
- Van Bellingen, V., & Raats, T. (2019). Vrouwen in de Vlaamse filmsector: gezocht. . .en gevonden? SMIT. <https://files.mediarte.be/www.mediarte.be/production/attachment/policybrief31-q2lcrj.pdf>

- Vangelder, Jozef (2021) John Porter (CEO Telenet): 'HBO zal zijn contract met Streamz niet opzeggen'. *Trends*, 29 Jan. 2021. <https://trends.knack.be/economie/bedrijven/john-porter-ceo-telenet-hbo-zal-zijn-contract-met-streamz-niet-opzeggen-video/article-longread-1694115.html>
- Vlaamse Overheid. (2014). Decreet tot wijziging van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie, houdende invoering van een stimuleringsregeling voor de audiovisuele sector.
http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=nl&la=N&table_name=wet&cn=2014011711
- Vlaamse Overheid. (2018). Decreet houdende wijziging van diverse bepalingen van het decreet van 27 maart 2009 betreffende radio-omroep en televisie.
https://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=nl&la=N&table_name=wet&cn=2018062913
- Vlaamse Overheid. (2019). Besluit van de Vlaamse Regering betreffende de deelname van de particuliere niet-lineaire televisieomroeporganisaties aan de productie van Vlaamse audiovisuele werken.
http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg_2.pl?language=nl&nm=2019011088&la=N
- Vlaamse Overheid. (2019). Decreet houdende bekrachtiging van het besluit van de Vlaamse Regering van 1 februari 2019 betreffende de deelname van de particuliere niet-lineaire televisieomroeporganisaties aan de productie van Vlaamse audiovisuele werken.
http://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=nl&la=N&table_name=wet&cn=2019042612
- Vlaams Parlement. (2015). Commissievergadering donderdag 11 juni 2015: vraag om uitleg over de Tax Shelter.
<https://www.vlaamsparlement.be/commissies/commissievergaderingen/986246/verslag/988616>
- Vlaamse Regering. (2018). Actieplan Gaming - transversale visie en concrete maatregelen voor een gecoördineerd en geïntegreerd Vlaams gamebeleid. https://www.ewi-vlaanderen.be/sites/default/files/actieplan_gaming_-_nota_voor_de_vlaamse_regering.pdf
- Vlaanderen. (2021). Dataloop: aan de slag met cijfers over onderwijs.
<https://onderwijs.vlaanderen.be/nl/dataloop-aan-de-slag-met-cijfers-over-onderwijs>
- Vlaanderen. (z.d.). PMV/z-Leningen. www.vlaanderen.be.
<https://www.vlaanderen.be/organisaties/administratieve-diensten-van-de-vlaamse-overheid/beleidsdomein-economie-wetenschap-en-innovatie/participatiemaatschappij-vlaanderen/pmv/z-leningen>
- VLAIO. (z.d.-a). DAE Studios | Agentschap Innoveren en Ondernemen. Agentschap Innoveren & Ondernemen. <https://www.vlaio.be/nl/begeleiding-advies/coaching-en-advies/dae-studios>
- VLAIO. (z.d.-b). ICON: subsidies voor coöperatief vraaggedreven onderzoek | Agentschap Innoveren en Ondernemen. Agentschap Innoveren & Ondernemen.
<https://www.vlaio.be/nl/subsidies-financiering/subsidi databank/icon-subsidies-voor-cooperatief-vraaggedreven-onderzoek>
- VLAIO. (2021a). PMV-risicokapitaal | Agentschap Innoveren en Ondernemen. Agentschap Innoveren & Ondernemen. <https://www.vlaio.be/nl/subsidies-financiering/subsidi databank/pmv-risicokapitaal>
- VLAIO. (2021b). Projectoproep Augmented Reality games (sporten en bewegen) | Agentschap Innoveren en Ondernemen. Agentschap Innoveren & Ondernemen.
<https://www.vlaio.be/nl/subsidies-financiering/subsidi databank/projectoproep-augmented-reality-games-sporten-en-bewegen>
- VLAIO. (2021c). Kmo-groeisubsidie | Agentschap Innoveren en Ondernemen. Agentschap Innoveren & Ondernemen. <https://www.vlaio.be/nl/subsidies-financiering/kmo-groeisubsidie>
- VLAIO. (2021). Tax Shelter audiovisuele werken en podiumkunsten.
<https://www.vlaio.be/nl/subsidies-financiering/subsidi databank/tax-shelter-audiovisuele->

werken-en-podiumkunsten

- VOFTP. (2021). VOFTP. <https://voftp.be/leden>
- Voka. (2021a). Bryo | Voka. Bryo. <https://www.voka.be/bryo>
- Voka. (2021b). Plato. <https://www.voka.be/plato>
- VRM. (2019). Mediaconcentratie in Vlaanderen Jaarverslag 2019. https://www.vlaamseregulatormedia.be/sites/default/files/pdfversions/mediaconcentratierapport_2019_zonder_afloop.pdf
- VRT. (2020). Jaarverslag 2019, p.117. <https://www.vrt.be/nl/over-de-vrt/prestaties/jaarverslag/>
- Wang, Tiffany (2020) Mulan Made \$33.5 Million In First Weekend On Disney+. *Screenrant.com*, 9 September 2020. URL: <https://screenrant.com/mulan-movie-opening-weekend-box-office-disney-plus-profit/>
- What Games Are. (z.d.). Vertical Slice. <https://www.whatgamesare.com/vertical-slice.html#:~:text=A%20vertical%20slice%20is%20a,play%20like%20the%20final%20game>
- Wijman, T. (2020, 1 oktober). The World's 2.7 Billion Gamers Will Spend \$159.3 billion on Games in 2020; The Market Will Surpass \$200 Billion by 2023. Newzoo. <https://www.newzoo.com/articles/newzoo-games-market-numbers-revenues-and-audience-2020-2023/>

8. Over het onderzoeksteam

Onderzoeksgroep Imec-SMIT-VUB

SMIT (Studies on Media, Innovation and Technology) is een onderzoekscentrum verbonden aan de Vrije Universiteit Brussel en onderdeel van imec. SMIT specialiseert zich, naast fundamenteel onderzoek inzake digitalisering en gevolgen voor data en media, in beleidsvoorbereidend en -evaluerend onderzoek. De expertise van imec-SMIT-VUB werd zowel door overheden (o.m. Departement Jeugd, Cultuur, Sport en Media, de Sectorraad Media) als mediaspelers (betrokken in verschillende ICON en MIX- projecten; onderzoek voor o.a. SACD, SBS, VRT, Mediarte.be, etc.) ingeroepen en erkend. Het onderzoek zal worden uitgevoerd binnen het Media & Society Programme van SMIT. Dat bestaat uit 50 junior en senior onderzoekers gespecialiseerd in markt, beleids- en gebruikersonderzoek in diverse onderzoeksdomeinen: regionaal, nationaal en Europees mediabeleid, mededinging, culturele diversiteit, publieke omroepen, duurzaamheid van creatieve industrieën, *immersive* media, data en varlorisatie, privacy, mediawijsheid, *fake news/disinformation* en digitale inclusie. In het kader van hun onderzoeksactiviteiten op regionaal, nationaal en internationaal vlak, heeft imec-SMIT uitgebreide kennis opgebouwd over de audiovisuele sector in Vlaanderen, en omroep-, distributie- en ondersteuningsbeleid in Vlaanderen. Het departement heeft een sterke methodologische expertise, zowel kwantitatief als kwalitatief en beschikt bovendien over een breed netwerk van stakeholders binnen de audiovisuele sector.

Onderzoeksgroep Media, Policy and Culture (MPC)

De onderzoeksgroep *Media, Policy & Culture* combineert onderzoek in 2 domeinen: media & populaire cultuur, enerzijds, en mediastrukturen, -beleid & -processen, anderzijds, die in hun onderling verband worden onderzocht. Het doel is het combineren van analyses van media & populaire cultuur, d.w.z. de meningen, gebruiken en interpretaties omtrent mediaproducten bestudeerd via productie-, inhoud- en receptieanalyse, met analyses van mediastrukturen, d.w.z. de kenmerken van de media- en ICT-markt met z'n economische en politieke dynamieken, z'n stakeholders en overheidsbeleid. De groep werkt rond verschillende media (TV, radio, film, tijdschriften, kranten, ICT, games). De groep hanteert hierbij een multi-methodische aanpak, met (niet exclusieve) nadruk op kwalitatieve en interpretatieve methoden zoals document en discourse analyse en diepte-interviews. Het onderzoek kenmerkt zich door een combinatie van een sociaalwetenschappelijke focus op gedegen, systematisch empirisch onderzoek met een focus op interpretatie en diepgaande kritische analyse typisch voor de culturele en mediastudies. Analyse van verscheidene aspecten van de Vlaamse mediasector vormt een cruciaal onderdeel van de onderzoeksagenda van deze groep. De onderzoeksgroep MPC heeft een rijke traditie opgebouwd in het onderzoek naar zowel media-structuren en –beleid als naar media cultuur en –inhoud. Aandacht is hierbij gegaan naar de geschiedenis, het wettelijk- en beleidsmatig kader, de kenmerken van de evoluerende inhoud en het publiek van de publieke omroep, zowel in Vlaanderen als in internationaal vergelijkend perspectief. Hierbij wordt zowel gewerkt rond de evoluerende conceptualisering als rond de empirische realiteit hiervan. Dit heeft zich de voorbije jaren vertaald in een aantal fundamentele en beleidsvoorbereidende onderzoeksprojecten (niet-exhaustieve lijst):

Expertise van de betrokken onderzoekers

Research group imec-SMIT, Vrije Universiteit Brussel en Universiteit Antwerpen

Prof. Dr. Pieter Ballon (promotor VUB)

Pieter.ballon@vub.be



Prof. dr. Pieter Ballon is hoogleraar aan de vakgroep communicatiewetenschappen bij de Vrije Universiteit Brussel. Hij is directeur van SMIT (Studies in Media, Innovation and Technology) dat 95 onderzoekers huisvest. Hij is ook onderzoeksdirecteur van het departement Humanised Technologies bij imec, het internationale kenniscentrum voor R&D, nanotechnologie en digitale innovatie in diverse maatschappelijke sectoren. Pieter is ook co-directeur van het Vlaams kenniscentrum Data & Maatschappij, sticher van het European Network of Living Labs (EnoLL) en codirecteur van het Belgian Smart City Academic Network (B-SCAN). Sinds 2017 is hij houder van de leerstoel

Smart Cities aan de VUB. Pieter behaalde een PhD in communicatiewetenschappen aan de VUB in 2009. Zijn PHD legde zich toe op businessmodellen van mobiele media. Sindsdien publiceerde hij rond en coördineerde hij diverse studies inzake digitale platformen in een media, mobiele en urbane context. Hij doceert media-economie en digital business models aan de VUB. Pieter Ballon begeleidde 6 succesvolle doctraten, en begeleidt op dit moment 5 doctoraatsstudenten. Specifiek met betrekking tot mediabeleid en media-economie coördineert Pieter het Strategische Onderzoeksprogramma rond audiovisual ecosystems binnen SMIT, dat diverse doctoraten inzake media-economie en duurzaamheid van content in kleine media-ecosystemen omvat. Pieter begeleidde meer dan 100 onderzoeksprojecten voor VUB en imec, zowel op Vlaams, federaal als Europees niveau. In 2018 ontving hij de VUB-award voor Prof. Ballon *Maatschappelijke Valorisatie* voor zijn inspanningen op het gebied van Smart city uitrol.

Prof. Dr. Hilde Van den Bulck (promotor UA, wetenschappelijk coördinator)

Hilde.vandenbulck@uantwerpen.be



Prof. Dr. Hilde Van den Bulck combineert een aanstelling als hoogleraar Communicatiewetenschap aan de Universiteit Antwerpen met een aanstelling aan Drexel University (PA). Zij doceert vakken over structuur, werking en beleid van de media en over radio- en televisiestudies. Zij combineert een expertise in mediabeleid en in mediacultuur. Op het vlak van mediacultuur is zij gespecialiseerd in de relatie tussen media en collectieve identiteiten zoals gerealiseerd in de representatie van maatschappelijke groepen in media-inhoud en beleefd door publieken. Op het vlak van beleid focust zij op de analyse van mediabeleid, inzonderheid maar niet uitsluitend publieke omroep, en de impact van digitalisering en convergentie op dat beleid. In dit

verband werkte zij regelmatig samen met de collega's van de VUB, zoals ook blijkt uit haar publicatielijst, naast tal van internationale samenwerkingen. Van den Bulck was jarenlang betrokken bij het mediabeleid als ondervoorzitter van het Vlaamse beleidsadviesorgaan Sectorraad Media. Zij was betrokken bij tal van kortlopende onderzoeken in opdracht van de Vlaamse administratie en omroepen, inzonderheid drie opeenvolgende publieksbevragingen in de aanloop naar de nieuwe beheersovereenkomst van de VR. Zij heeft bijzonder uitgebreide expertise in methoden voor beleidsanalyse, inclusief document analyse en expertinterviews en is bedreven in het leiden en coördineren van onderzoek.

Simon Delaere (zakelijk coördinator)

Simon.Delaere@vub.be



Simon Delaere (M, 1981) is Senior Researcher en Research Valorisation Manager bij imec-SMIT-VUB. Hij behaalde Masterdiploma's in Communicatiewetenschappen (VUB, 2002) en Communications Policy (University of Westminster, 2003) en vervoegde IBBT (later iMinds, nu imec) in 2004. Hij doet en coördineert onderzoek op het gebied van beleids- en marktanalyse van nieuwe media en ICT, met aandacht voor veranderende waardenetwerken en strategieën, de politieke economie van de media- en telecommunicatiesector en de wisselwerking tussen Europese, nationale en regionale regelgeving. Hij deed acquisitie van en was als onderzoeker, taak- en werkpakketleider actief in tientallen nationale (imec, IWT) en Europese (FP6/FP7 STREP/IP/COST/FI-PPP/H2020/CEF) projecten. Hij coördineerde het EU-CIP-project SPECIFI (2013-2015, 17 partners, budget € 5 774 004) alsook H2020-HRADIO (2017-2020, 8 partners, budget € 3 248 600). Als Valorisatiemanager ondersteunt hij de Directeur en de Operations- en Programmamanagers bij strategieontwikkeling en -implementatie, strategische acquisitie en netwerkmanagement. Naast zijn rol als valorisatiemanager blijft Simon projecten coördineren inzake Europese innovatie, mediabeleid en media-economie. Simon is sinds 2008 lid en sinds 2013 voorzitter van de Sectorraad Media, onderdeel van de Strategische Adviesraad Cultuur, Jeugd, Sport en Media, en vertegenwoordigt SMIT en/of imec in organisaties als NEM, de Big Data Value Association en de Content Innovation Council.

Stephanie Tintel (onderzoeker)

Stephanie.tintel@vub.be



Stephanie Tintel is een doctoraatsonderzoeker en onderwijsassistente bij de vakgroep Communicatiewetenschappen aan de Vrije Universiteit van Brussel (VUB). Ze is verbonden aan de onderzoeksgroep SMIT (Studies for Media, Innovation and Technology) waar ze meewerkt aan projecten die de diverse aspecten van mediabeleid en media-economie onderzoeken. Haar onderzoeksinteresse bevindt zich op het gebied van mediabeleid en -economie. Ze richt zich tot de verschuivingen die plaatsvinden in de film- en audiovisuele sectoren, zowel langs industriezijde als publiekszijde. Ze heeft uitgebreide expertise in kwantitatieve analyse van media-ecosystemen en het analyseren van de economische impact van audiovisuele en breder mediaspelers. Ze coördineerde mee het onderzoek naar de 'Economische meerwaarde studie van de VRT' (2018) en was als onderzoeker betrokken bij kortlopende studies inzake financiële verplichtingen voor on-demand audiovisuele mediadiensten (CJM, 2018), de Stakeholderbevraging ter voorbereiding van de nieuwe beheersovereenkomst' (Sectorraad Media, 2019) en studie inzake exploratie uitbreiding inkomstenwerwers in de audiovisuele sector (VOFTP, 2020).

Olivier Braet (onderzoeker)

Olivier.braet@vub.be



Olivier Braet is senior onderzoeker en projectleider aan de Vrije Universiteit Brussel bij het onderzoekscentrum imec-SMIT. Hij maakt deel uit van de Media Economics and Policy Unit bij SMIT. Olivier is gespecialiseerd in de economische en industriële dimensies van nieuwe informatie- en communicatietechnologieën. Binnen nationale en internationale projecten doet hij onderzoek naar de nieuwe businessmodellen voor nieuwe diensten, onderzoek over industrieën gekenmerkt door marktonzekerheid, en nieuwe vormen van marktdominantie of -verstoring. Olivier was betrokken bij diverse multidisciplinaire GBO, MIX- en ICON-projecten inzake innovatieve en duurzame businessmodellen voor Vlaamse mediaspelers (iCinema, IFIP, Ecodalo, Newsbutler, Trendify). Eerder was Olivier ook betrokken bij contractonderzoeken voor o.m. SACD, VOFTP, CJM (studie naar de financiering van televisiefictie, in opdracht van de Minister van Media en het Departement Cultuur, Jeugd en Media). Olivier coördineert vanuit SMIT ook de activiteiten bij de Brussels Mediahub en Smart Media Meet-ups. Hij doceert binnen het postgraduaat Media Economics en voerde voor de Leerstoel Media in een Samenleving in transitie (VRT-VUB-UGENT) onderzoek uit naar de evoluties en strategisch doel van verscheidene audiovisuele mediakanalen, van lineaire broadcasting tot on-demand platformen. Olivier heeft ruime ervaring met expertinterviews en heeft een ruim netwerk binnen het Vlaamse mediaveld.

Olivier.Braet@vub.be

Thomas Van Dam (onderzoeker)

Thomas.Ann.Van.Dam@vub.be



Thomas Van Dam studeerde communicatiewetenschappen aan de Vrije Universiteit Brussel. Na zijn studies startte hij als junior onderzoeker bij het onderzoekscentrum imec-SMIT met interesse in mediabeleid en -economie. Momenteel maakt hij deel uit van de Media Economics and Policy Unit en is de doorlichting van het audiovisueel beleid zijn eerste project voor het imec-SMIT onderzoekscentrum.

9. Betrokken experts

Interviews:

#	Naam	Organisatie	Datum interview
1	Frederik Beernaert	VAF	01/02/2021
2	Erwin Provoost	VAF	01/02/2021
3	Christian De Schutter	VAF	02/02/2021
4	Karla Puttemans	VAF	03/02/2021
5	Youri Loedts	VAF	09/02/2021
6	Diana Raspoet	VAF	11/02/2021
7	Jan Roekens	VAF	12/02/2021
8	David Verbruggen en Dirk van Welden	FLEGA	15/02/2021
9	Lou Berghmans	VOTF	16/02/2021
10	Regis Le Roy	Howest	17/02/2021
11	Zaki Lahbib	UBA	17/02/2021
12	Maud Van de Velde	Toneelhuis (voordien: Fox)	17/02/2021
13	Frederik Nicolai	Off World	18/02/2021
14	Unie van Regisseurs (Jin Berghmans en Gilles Coulier)	Unie van Regisseurs	18/02/2021
15	Eric Goossens	Walking the Dog	19/02/2021
16	Marijke Vandebuerie	Film Fest Gent	19/02/2021
17	Doreen Boonekamp	NFF	23/02/2021
18	Annemie Degryse	Lumiere	23/02/2021
19	Mark Daems	Flanders Doc	24/02/2021
20	Johan Van Schaeren en An De Winter	Fonk	25/02/2021
21	Lucas Derycke	Klankverbond	25/02/2021
22	Hanne Phlypo	Clin d'oeil	01/03/2021
23	Maarten Schmidt	Videohouse	01/03/2021
24	Piet Sonck en Dimitri Bontenakel	Scenaristengilde	01/03/2021
25	An Jacobs en Bruno Wyndaele	VOFTP	02/03/2021
26	Rik Leenknecht	Howest	03/03/2021
27	Andy Demeulenaere	Mediawijs	04/03/2021
28	Johan Van Assche	Acteursgilde	04/03/2021

29	Emmy Oost	Timescapes	05/03/2021
30	Benny Salaets	Studio 100	08/03/2021
31	Iris Verhoeven en Bregt Van Wijnendaele	JEF	08/03/2021
32	Ben Appel en Laura Devlies	DPG Media	09/03/2021
33	Jasmijn Touw	Netflix	09/03/2021
34	Alexander Vandeputte	Lumière	10/03/2021
35	Paty Colemont	Proximus	10/03/2021
36	Hans Van Acker	KFD	11/03/2021
37	Peter Bouckaert	Eyeworks	11/03/2021
38	Jeroen Janssens	Happy Volcano	11/03/2021
39	Ben Appel en Laura Devlies (vervolggesprek)	DPG Media	12/03/2021
40	Peter Vindevogel	Streamz	17/03/2021
41	Michel Flamme, Elly Vervloet, Janne Lust, Lieven Vermaele	VRT	17/03/2021
42	Pieter Van Huyck	De Mensen	22/03/2021
43	Tomas Eskilsson	Film i Väst	23/03/2021
44	Liesbet Hauben, Steven De Maertelaere, Jeroen Bronselaer, Thomas Roukens	Telenet/SBS	23/03/2021
45	Eddy Duquenne	Kinepolis	29/03/2021