

RELANCEPLAN DIGITALE TRANSFORMATIE EN INNOVATIE VLAAMSE MEDIA

1. SITUERING

Context en kader binnen relanceplan Vlaamse Veerkracht (VV133 en VV134)

De COVID-19 pandemie heeft Vlaanderen sterk getroffen. Om het economisch en maatschappelijk weefsel van Vlaanderen te herstellen lanceerde de Vlaamse Regering het relanceplan 'Vlaamse Veerkracht'. Dit ambitieus investeringsplan omvat 4,3 miljard euro en rust op 7 pijlers. Binnen de pijler 'digitale transformatie' gaat er specifieke aandacht naar de Vlaamse mediasector.

Concreet wil de Vlaamse Regering:

"investeren in een innovatief digitaal transformatieprogramma voor de Vlaamse en regionale media, dat voornamelijk bouwt op een gedeelde media- en data-infrastructuur in twee domeinen: betrouwbare data, algoritmes en media-inhouden gecombineerd met een performante digitale productie, opslag en distributie" (pg. 18 Vlaamse Veerkracht - Relanceplan Vlaamse Regering)

Digitalisering biedt enorme mogelijkheden op vlak van onder meer efficiëntie, interactiviteit, personalisering, verbetering van diensten en datagedreven journalistiek. Het Vlaamse media-ecosysteem innoveert dagelijks om de opportuniteiten van de digitale transformatie te omarmen. Echter, bijkomende inspanningen zijn nodig in een digitale markt die gedomineerd wordt door internationale platformen, en in een sector die geconfronteerd wordt met bijzondere uitdagingen: het behouden en versterken van het vertrouwen in Vlaamse media, het verbinden van burgers, het (terug) in handen nemen van de eigen algoritmes, het veilige en betrouwbaar aanleveren van data voor slimme personalisatie, het realiseren van cruciale efficiëntie op het vlak van productie en opslag van media-inhoud en het ontwikkelen van verdienmodellen of advertentiesystemen om te bekomen dat inkomsten niet wegvloeien uit Vlaanderen (*digital leakage*) maar in het lokale ecosysteem kunnen geïnvesteerd worden om aantrekkelijke media content te blijven aanbieden.,

Voor de uitrol van dit digitaal transformatieprogramma wordt binnen het relanceplan 'Vlaamse Veerkracht' een totaalbudget voorzien van 35 miljoen euro. Deze middelen worden gezamenlijk ingezet vanuit de beleidsdomeinen CJM, onder de bevoegdheid van de minister van Media, en vanuit het beleidsdomein EWI, onder de bevoegdheid van de minister van Innovatie.

Het digitaal transformatieprogramma voor de mediasector is absoluut noodzakelijk. Het Vlaamse media-ecosysteem staat immers al enkele jaren sterk onder druk door de snelle digitalisering en internationalisering van onze samenleving en economie, de gewijzigde mediaconsumptie en nieuwe (disruptieve) businessmodellen. De COVID-19 crisis heeft deze structurele problemen verder versterkt. Tegelijkertijd brengt de digitale (r)evolutie ook opportuniteiten met zich mee, zeker op het vlak van samenwerking en innovatie binnen de brede Vlaamse mediasector. Er kan niet voldoende worden benadrukt dat kwaliteitsvolle Vlaamse content erg waardevol is en (potentieel) succes herbergt. Vlaamse content weet overigens niet enkel het lokale, maar ook het buitenlandse publiek te bekoren.

Om relevant te blijven, prioritair vindbaar en zichtbaar te zijn en jongere generaties te (blijven) bereiken, zeker in relatie tot grote buitenlandse spelers (GAFA, Netflix, Disney+, ...), bieden de substantiële relancemiddelen uit 'Vlaamse Veerkracht' een unieke kans om de technologische weerbaarheid en de economische leefbaarheid van het Vlaamse media-ecosysteem te versterken. De focus ligt hierbij op waardecreatie, zowel voor de mediaconsument, als voor de mediaspeler.

Europees kader en linken met Europese programma's

Een digitale transformatie van het Vlaamse media-ecosysteem kadert ook binnen de huidige Europese agenda inzake mediabeleid. Begin december 2020 heeft de Europese Commissie twee nieuwe actieplannen voorgesteld: het 'Media Action Plan' en het 'Democracy Action Plan'.

Met het Media Action Plan (MAP) wil de Europese Commissie het herstel, de transformatie en de veerkracht van de Europese media-industrie versnellen. Het MAP formuleert 10 acties die volgens de Commissie noodzakelijk zijn om een antwoord te bieden op de structurele uitdagingen waarmee de audiovisuele en (nieuws)media-industrie wordt geconfronteerd. Met betrekking tot het digitaal transformatieprogramma zijn volgende acties uit het MAP voor Vlaanderen relevant:

- ACTION 2 – MEDIA INVEST aimed at boosting investment in the audiovisual industry
- ACTION 3 – 'NEWS': initiative to bundle actions and support for the news media sector
- ACTION 4 – Unleashing innovation through a European media data space and encouraging new business models
- ACTION 5 – Fostering a European Virtual and Augmented Reality industrial coalition
- ACTION 7 – Towards a broader availability of audiovisual content across the EU
- ACTION 9 – Empowering citizens (media literacy)

Met het Democracy Action Plan (DAP) wil de Europese Commissie het hoofd bieden aan de uitdagingen waarmee onze democratische systemen worden geconfronteerd: toenemend extremisme, polarisatie, (waargenomen) kloof tussen burgers en politiek/overheid, enzovoort. Binnen het luik rond desinformatie zijn volgende acties relevant voor het digitaal transformatieprogramma voor de Vlaamse mediasector:

- 4.1 – Improving EU and Member State capacity to counter disinformation
- 4.3 – Empowering citizens to make informed decisions

2. INHOUD

Op basis van de actuele uitdagingen, de noden in de Vlaamse mediasector, de Europese agenda inzake mediabeleid en het beschikbare budget vanuit het relanceplan 'Vlaamse Veerkracht' omvat het digitaal transformatieprogramma onderstaande zes projectlijnen, waarvoor een inhoudelijke motivering en omschrijving, een aanpak en een indicatieve timing wordt geformuleerd.

A. Cross-mediaal en multiplatform meetsysteem

Nieuwe platformen en nieuwe (mobiele) content distributiemodellen hebben geleid tot een zeer gewijzigde en gefragmenteerde mediaconsumptie. Zo wordt naast lineaire TV en radio steeds meer online video en audio geconsumeerd. Ook bij de geschreven media is er een sterke evolutie naar het online gebruik van nieuws en informatie. De verdienmodellen in de mediasector zijn de laatste jaren snel veranderd, met de opkomst van subscriptie en *direct-to-consumer* modellen. Om in deze context

het speelveld en de mediamarkt niet te verliezen aan de grote internationale technologiespelers (GAFA, Netflix, Disney+, ...), wordt het essentieel een beter zicht te hebben op het crossplatform mediagedrag van Vlaamse mediagebruikers.

Door te kiezen voor de ontwikkeling van een cross-mediaal en multiplatform systeem waarin data wordt verzameld, gedeeld en interactief ingezet, zal er niet enkel een geavanceerd meetsysteem gecreëerd worden, maar tevens inzichten, digitale relaties en waardecreatie die maatschappelijk en economisch kunnen gevaloriseerd worden.

Binnen de context van het digitaal transformatieprogramma zullen middelen vrij worden gemaakt voor de ontwikkeling en uitrol van een geavanceerd en sectorbreed cross-mediaal en multiplatform meetsysteem dat de brug slaat tussen traditioneel gebruikersonderzoek naar een inclusief meet- en order managementsysteem voor digitale media. Dit sluit ook aan bij de ambitie vermeld in het Vlaams regeerakkoord.

De huidige meetoplossingen in Vlaanderen zijn immers ruim ontoereikend om een totaalbeeld te krijgen op het on- en offline mediagedrag van de Vlaming over de verschillende platformen heen. Er is nood aan een cross-mediaal en multiplatform meetsysteem dat moet toelaten geïnformeerde keuzes te maken en betere contentstrategieën te ontwikkelen om het aanbod maximaal economisch en maatschappelijk te valoriseren, alsook om een verdienstrategie te ontwikkelen zodat de inkomsten maximaal worden behouden in het lokale ecosysteem.

De ambitie van dit project is om via hybride metingen socio-demografisch geprofileerde panel data (met de smartphone als meetinstrument) en grote hoeveelheden gebruikersdata van deelnemende Vlaamse mediaspelers slim aan elkaar te koppelen. Dit moet leiden tot uniforme, breed bruikbare en gestandaardiseerde data die nieuwe en rijkere inzichten in cross-platform *user life experience* en een totaalbeeld opleveren van de content keuzes van mediagebruikers, en de context en behoeftes die deze keuzes bepalen. Binnen het project zullen hiervoor innovatieve verklarende en voorspellende modellen worden ontwikkeld, die input kunnen leveren voor gebruikersgerichte algoritmes. De ontwikkelde modellen hebben als doel dat Vlaamse mediaorganisaties sterker geïnformeerde en onderbouwde keuzes kunnen maken.

Ook de business modellen van de lokale media zijn sterk geëvolueerd door het veranderende consumptiegedrag en zullen dat nog doen de komende jaren. De internationale platformen bieden vandaag veel data aan en uniforme systemen met een breed advertentiebereik tot gevolg. De beoogde meting heeft niet alleen belang voor inzichten en ontwikkelen van contentstrategieën, maar ook voor waardecreatie. In dat verband kan gedacht worden aan een uniform advertentieportaal (een multiplatform order management systeem voor cross-mediale mediacampagnes). Dit zijn immers belangrijke troeven om het hoofd te kunnen bieden aan de dominante internationale platformen en te vermijden dat lokale advertentiegelden wegvloeien uit de Vlaamse markt en dus ook niet in content of journalistiek kunnen worden geïnvesteerd.

Dit project krijgt vorm met een strikt respect voor de nodige en correcte standaarden, denk hierbij aan de privacy-reglementering, respect voor de mediagebruiker en het belang van het waarborgen van betrouwbare data, conform een betrouwbare en transparante methodologie.

Het project wordt ontwikkeld vanuit een brede toepasbaarheid in het Vlaamse medialandschap (inclusief kleinere private, regionale en thematische spelers), en biedt voldoende flexibiliteit om desgevallend verder te kunnen uitbreiden. In die zin zal de drempel om toe te treden tot het systeem bewust laag gehouden worden. Het project heeft een sterk potentieel om samenwerkingen en businessmodellen in de Vlaamse mediasector te faciliteren.

Een cruciale voorwaarde om de slaagkansen en impact van een crossmediaal en multiplatform meetsysteem te vergroten is brede gedragenheid in de Vlaamse mediasector en de bereidheid van de grote mediaspelers om actief (en ook budgettair) mee te stappen in de uitrol en implementatie van het systeem. De kosten voor de ontwikkeling van het nieuwe systeem zullen voor een groot deel door de Vlaamse overheid worden voorzien, maar de recurrente kosten verbonden aan dit project dienen op een duurzame manier door de Vlaamse mediasector te worden gedragen. Hierbij wordt een aanvaardbaar en haalbaar kostenmodel ontwikkeld dat rekening houdt met de draagkracht van de toetredende mediaorganisaties. Het eigenaarschap en het beheer van het systeem is een belangrijk aspect waarvoor in de eerste plaats naar de betrokken mediaspelers zelf wordt gekeken.

De ondersteuning voor de ontwikkeling van een crossmediaal en multiplatform meetsysteem zal gebeuren via een subsidie aan een consortium opgericht door de betrokken mediaorganisaties. Dit consortium staat naast de ontwikkeling ook in voor de uitrol en het toekomstige beheer van het systeem.

Bij de ontwikkeling van dit project moet niet begonnen worden van een wit blad. De VRT heeft een gedragen projectvoorstel voor een cross-mediaal meetsysteem uitgewerkt via het Programma Innovatieve Overheidsopdrachten (PIO) van VLAIO. Het nog op te richten consortium kan voortbouwen op het PIO-project, indien men dat wenst, en zoveel mogelijk spelers actief betrekken. Daarnaast zijn er ook binnen het Centrum voor Informatie en Media (CIM) reeds projecten opgestart, waarbij alle federaties en stakeholders zijn vertegenwoordigd. Voor het inzetten van de meting voor advertentiedoelstellingen kan dus ook vertrokken worden van de bestaande kennis en inzichten.

Gegevensdeling en -analyse en slimme datadiensten organiseren tussen concurrenten gebeurt met respect voor de privacy-reglementering en heeft als doel om data ten volle te valoriseren voor het media ecosysteem met het oog op een duurzaam en versterkend businessmodel.

- INDICATIEVE TIMING = 2021 - 2024
 - Uitwerking project in 2021
 - Ontwikkeling in 2022
 - Opstart en uitrol in Q1 2023

- LINK MET EU – Media Action Plan
 - ACTION 4 – Unleashing innovation through a European media data space and encouraging new business models

B. Media hub

De digitalisering heeft ook impact op de productie van video en audio, waar er een shift is van enkele grote dure producties op de lineaire TV- en radiokanalen naar meerdere lower-budget cross-platform producties.

De huidige technische infrastructuur- en mediaconnectiviteit in Vlaanderen is momenteel echter beperkt aanwezig (enkele strategische event locaties), versnipperd en te duur voor sporadisch gebruik bij kleinere producties.

Binnen de context van het digitaal transformatieprogramma zullen middelen vrij worden gemaakt voor de ontwikkeling en uitrol van een private cloud platform, een media hub.

Het private cloud platform heeft finaal tot doel een gedeelde basis te creëren waarbinnen digitale tools kunnen worden ontwikkeld in Vlaanderen. Het moet een laagdrempelige instap bieden voor

start-ups, scholen en bedrijven (Platform as a service). Daarnaast kunnen er mechanismen worden ontwikkeld om diensten (Software as a Service) van deelnemende aanbieders te vinden, te combineren en met elkaar te verbinden, teneinde een gebruiksvriendelijk digitaal ecosysteem mogelijk te maken. Denk hierbij aan schaalbare en gedeelde productiemiddelen voor mediamakers en het efficiënter maken van beveiligde opslag van media-inhoud. Ten slotte heeft het platform een connectie met het onderliggend media-netwerk voor uitwisselbaarheid en connectiviteit volgens gezamenlijke standaarden.

Om de relevantie, slaagkansen en impact van dit project te vergroten is brede gedragenheid in de Vlaamse mediasector om actief (en ook budgettair) mee te stappen in de uitrol en implementatie essentieel. De kosten voor de ontwikkeling van het nieuwe systeem zullen voor een groot deel door de Vlaamse overheid worden voorzien, maar de recurrente kosten verbonden aan dit project dienen op een duurzame manier door de Vlaamse mediasector te worden gedragen. Het eigenaarschap en het beheer van het systeem is een belangrijk aspect waarvoor in de eerste plaats naar de betrokken mediaspelers zelf wordt gekeken.

Voor de uitwerking van deze projectlijn wordt overleg gepleegd met Digitaal Vlaanderen, rekening houdend met hun ervaring.

De ondersteuning voor de ontwikkeling zal gebeuren via een subsidie aan een consortium opgericht door de betrokken mediaorganisaties. Dit consortium staat naast de ontwikkeling ook in voor de uitrol en het toekomstige beheer van dit netwerk en platform, alsook voor de kennisdeling van de opgedane ervaring naar andere (ook kleinere) spelers.

- INDICATIEVE TIMING = 2021 - 2024
 - Uitwerking project in 2021
 - Ontwikkeling in 2022
 - Opstart en uitrol in Q1 2023

- LINK MET EU – Media Action Plan
 - ACTION 4 – Unleashing innovation through a European media data space and encouraging new business models
 - ACTION 7 – Towards a broader availability of audiovisual content across the EU

C. Desinformatie

De wereld en dus ook Vlaanderen wordt de laatste jaren geconfronteerd met een overvloed aan desinformatie. De COVID-19 crisis heeft deze problematiek nog sterker geaccentueerd en de impact van foute informatie op onze samenleving vergroot. Desinformatie kan niet enkel de gezondheid schaden (bv. in het kader van de COVID-19 crisis), maar ook het maatschappelijke debat manipuleren en polariseren door het verspreiden en voeden van samenzweringstheorieën en valse beschuldigen of insinuaties. Deze stroom aan foute en/of valse informatie ondermijnt het vertrouwen van de burger in de media, de politiek, publieke instellingen, de wetenschap, enzovoort.

De weerbaarheid tegen desinformatie omvat verschillende facetten (mediawijsheid, journalistiek, technologie, regulering van sociale media/platformen, ...) en moet steeds mee evolueren met nieuwe vormen van desinformatie zoals bv. deepfake (techniek die gebruikt maakt van AI om visuele en audiocontent te manipuleren of te genereren met een hoog potentieel om te misleiden). Er is daarom nood aan voortdurende ontwikkeling en evaluatie van langere-termijn antwoorden om de maatschappelijke veerkracht tegen desinformatie te versterken. We willen dit stimuleren van onderuit, vertrekkend vanuit de mediaspelers zelf en niet vanuit de overheid. Het is geenszins de bedoeling dat de overheid aangeeft wat waarheid is en wat niet.

Binnen de context van het digitaal transformatieprogramma worden onderbouwde initiatieven ondersteund die bijdragen in de opdracht van mediaspelers en hun verantwoordelijkheid voor de juistheid van informatie die zij verspreiden. Hierbij zal de focus liggen op minstens volgende thema's/aspecten:

- Verhogen van de mediawijsheid en de weerbaarheid van burgers en journalisten/redacties tegen desinformatie;
- Nieuwe diepgaande en outputgerichte (academische) inzichten inzake desinformatie;
- Innovatieve tools en technologieën (bv. AI) die ingezet kunnen worden om desinformatie te detecteren;
- Specifieke methodes met het oog op het analyseren van data en het bieden van een accuraat antwoord op vastgestelde desinformatie vanuit een autonome redactionele missie.

Voor de ondersteuning van projecten in de weerbaarheid tegen desinformatie zal het Departement CJM een projectoproep lanceren met minstens volgende criteria:

- Er wordt prioritair ingezet op innovatieve technologische toepassingen in het kader van de digitale transformatie.
- Minstens 2 relevante stakeholders (waarvan bij voorkeur één mediaorganisatie) uit o.m. de mediasector, onderzoekswereld of het mediawijsheidsveld zijn bij het project betrokken;
- Het project zet in op meerdere prioritaire thema's/aspecten in de weerbaarheid tegen desinformatie (zoals hierboven aangegeven);
- Inzake de ontwikkeling van tools neemt ondersteuning de vorm aan van cofinanciering (50% - 75% steun VO);
- Inzake mediawijsheid en (academisch) onderzoek neemt ondersteuning de vorm aan van quasi volledige financiering (75% - 100% steun VO);
- Het project kan concreet aantonen enerzijds wat de meerwaarde is van de bijkomende middelen in verhouding tot de recurrente werking en anderzijds welk concreet resultaat en effect wordt nagestreefd met de (bijkomende) financiering vanuit de Vlaamse overheid.

Om de duurzaamheid en impact van initiatieven te vergroten zal bij de ondersteuning van projecten in de weerbaarheid tegen desinformatie bijzondere aandacht gaan naar hoe de recurrente kosten na de ontwikkeling en uitrol van het project zullen gefinancierd en gegarandeerd worden.

- INDICATIEVE TIMING = 2021 - 2024
 - Projectoproep in 2^{de} helft 2021
 - Ontwikkeling en/of opstart projecten vanaf 2022
 - Afronding projecten tegen Q1 2024
- LINK MET EU – Democracy Action Plan (DAP) + Media Action Plan (MAP)
 - DAP 4.1 - Improving EU and Member State capacity to counter disinformation
 - ACTION 3 – 'NEWS': an initiative to bundle actions and support for the news media sector
 - ACTION 9 – Empowering citizens (media literacy)

D. Digitale transformatie regionale omroepen

De regionale omroepen staan reeds een tijd onder druk, wat nog versterkt wordt door de COVID-19 crisis, en hebben dringend nood aan een digitale inhaalbeweging op het vlak van contentproductie,

opslag en distributie om bij te blijven met de grotere mediaspelers en de gewijzigde mediaconsumptie.

Binnen de context van dit digitaal transformatieprogramma zal er specifieke steun worden voorzien voor de regionale omroepen. De reden hiervoor is het feit dat de regionale omroepen de capaciteit ontbreken om te innoveren in de puur technische zin. De noodzaak ligt primair in een digitale transformatie van hun werking en aanbod. Bovendien kan een criterium om de regionale omroepen steeds mee te vatten in de grotere projecten een rem zetten op de mate van innovatie, aangezien de regionale omroepen nog niet over de basiscapaciteit beschikken om nieuwe innovaties en digitale oplossingen te implementeren in hun werking.

Belangrijk hierbij is dat het juist relevant en nuttig is om de regionale omroepen mee te betrekken bij de grotere projectlijnen die in dit projectplan uitgerold worden. Dit is zeker het geval bij de ontwikkeling en uitrol van het crossmediaal multiplatform meetsysteem. Het voorgesteld transformatieprogramma is dus geen parallel traject mbt de andere projectlijnen, maar sluit hierop aan.

Het doel van de ondersteuning moet zijn om oplossingen aan te bieden voor gemeenschappelijke noden en lacunes op digitaal vlak. Dit moet de regionale omroepen in staat stellen om hun kernopdracht efficiënter en kwaliteitsvoller in te vullen.

Voor de ondersteuning van de digitale transformatie van de regionale omroepen zal NORTV, in nauw overleg met het kabinet Media en het Departement CJM, een transformatieplan uitwerken dat focust op noodzakelijke investeringen en gemeenschappelijke projecten die een meerderheid van de betrokken spelers kunnen implementeren. De recurrente kosten verbonden aan deze projecten dienen op een duurzame manier door de regionale omroepen te worden gedragen.

Concreet zal het transformatieplan focussen op o.m. volgende thema's/noden:

- Een snel, beveiligd en gecentraliseerd videonetwerk dat de nodige tools extern beschikbaar stelt voor de realisatie van (live)(nieuws)uitzendingen;
- Een crossmediale aanpak (in het bijzonder digitale platformen) en daarmee gepaard gaande contentadaptatie op nieuwe en diverse platformen
- De ontwikkeling van een gezamenlijk advertentie-portaal
- Digitalisering van de redactionele workflow;
- Tools voor autonome journalistieke productie en mobiele transmissie van audiovisuele content via 4G/5G (bv. live-interventie of video-overdracht);;
- Coaching en opleidingen rond digitale tools en transformatie;
- Regionale omroepen als regionale gids met gezamenlijke use-cases zoals Smart-cities, mobiliteit-app's, onderwijstools,

➤ INDICATIEVE TIMING = 2021 - 2023

- Uitwerking transformatieplan in 2021 (Q2-Q3)
- Opstart projecten en investeringen vanaf Q4 2021
- Uitvoering transformatieplan tegen Q3 2023

➤ LINK MET EU – Media Action Plan

- ACTION 3 – 'NEWS': initiative to bundle actions and support for the news media sector
- ACTION 4 – Unleashing innovation through a European media data space and encouraging new business models

E. Projectoproep digitale transformatie

Uit gezamenlijke en bilaterale gesprekken met de brede Vlaamse mediasector kwam sterk de vraag naar voor om binnen het digitaal transformatieprogramma de nodige flexibiliteit te bieden om vanuit de Vlaamse mediasector zelf samenwerkingen bottom-up vorm te geven. Concrete projecten die van de mediaspelers zelf komen, hebben een grotere kans op slagen en effectieve implementatie binnen de werking en businessmodellen van de betrokken partners.

Om op deze nood en terechte vraag om flexibiliteit in te spelen zal een groot deel van de middelen binnen de bevoegdheid Media aangewend worden voor het lanceren van een projectoproep rond digitale transformatie. Dit biedt het voordeel om zuurstof te geven aan concrete en effectief implementeerbare projecten, waar meerdere relevante partners bij betrokken zijn, rond een aantal afgebakende kernthema's en gemeenschappelijke noden en opportuniteiten in de brede Vlaamse mediasector.

Er zal enerzijds een bovengrens worden bepaald in de ondersteuning om er voor te zorgen dat niet alle middelen bij één, twee of drie projecten terechtkomen. Anderzijds zal ook versnippering worden vermeden om er voor te zorgen dat de impact van de projecten resulteert in voldoende transformatie en relevantie, zonder dat kleinschalige projecten in het gedrang komen.

Op basis van de gesprekken met de mediasector en passend binnen het Europese en Vlaamse kader inzake digitale transformatie zal gefocust worden op volgende 3 clusters:

- Verbeteren van de vindbaarheid en zichtbaarheid van Vlaamse mediacontent oa.
 - Optimalisatie van data captatie en data flows
 - Innovatieve aanbevelingsstrategieën en smaakverbredende algoritmes
 - Beter en dieper inzicht in het gedrag en de voorkeuren van de Vlaamse mediagebruiker
- Slimme technologie en digitale tools om efficiëntie/kwaliteit van mediaproductie, opslag, distributie en waardecreatie te verhogen oa.
 - XR, gametech, digital experiences (VR/AR), virtuele opnamestudio's binnen een broadcastomgeving,
 - Optimalisatie van AI, text-to-speech en audio voor het Vlaams-Nederlands
 - Nieuwe B2B en B2C tools
 - Ontwikkeling en implementatie van een digitale work-flow
- Mediaplatformen van de toekomst (kijken, luisteren, lezen)
 - Nieuwe vormen van journalistiek, storytelling, connectiviteit (zeker ifv jongeren)
 - Innovatieve 5G-toepassingen voor de mediasector
 - Geavanceerd gedeeld Video-Delivery-Platform om onafhankelijkheid en bereik van Vlaamse consumenten te garanderen.

Binnen de projectoproep zullen twee aparte lijnen worden opgezet:

- Een projectlijn gericht op grootschalige projecten
- Een projectlijn gericht op kleinere projecten

De opsplitsing in twee projectlijnen zorgt ervoor dat er naast grote projecten met de betrokkenheid van grote mediaorganisaties ook zuurstof kan gegeven worden aan kleinere projecten waar ook start-ups en alternatieve of thematische mediaspelers bij betrokken zijn. Binnen de projecten kan er ook aandacht zijn voor het verhogen van digitale skills bij de professionele medewerkers.

Om het 'digitale transformatie denken' op sectorniveau te stimuleren en er effectief voor te zorgen dat het gaat om samenwerkingsprojecten die geïmplementeerd zullen worden, zal de bepaling van

de selectie- en steuncriteria zeer belangrijk zijn. De projectoproep omvat minstens volgende krijtlijnen:

- Het project betreft de ontwikkeling van concrete innovatieve en digitale toepassingen / infrastructuur binnen 1 of meerdere kernthema's (zoals hierboven aangegeven);
- Het project heeft een duidelijke roadmap voor effectieve implementatie;
- Inzake ontwikkelingsactiviteiten neemt ondersteuning de vorm aan van cofinanciering (50%-75% steun VO); inzake onderzoeksactiviteiten neemt ondersteuning de vorm aan van een hogere financiering (75%-100% steun VO);
- Het project kan concreet aantonen enerzijds wat de meerwaarde is van de bijkomende middelen in verhouding tot de recurrente werking en anderzijds welk concreet resultaat en effect wordt nagestreefd met de (bijkomende) financiering vanuit de Vlaamse overheid;
- Het project geeft aan hoe de opgedane kennis en ervaring zal gedeeld worden met andere spelers en/of relevante stakeholders;
- Projecten die passen binnen de hierboven beschreven projectlijnen A-D komen niet in aanmerking, tenzij een duidelijke complementaire meerwaarde kan worden aangetoond;
- Grootschalige projecten geven aan welke impact deze hebben voor het Vlaamse media-ecosysteem;
- Grootschalige projecten omvatten minstens 4 relevante partners uit de brede mediasector;
- Kleinere projecten omvatten minstens 2 relevante partners uit de brede mediasector.

➤ INDICATIEVE TIMING = 2021 - 2024

- Uitwerken projectoproep + (mogelijke) aanmelding bij de Europese Commissie
- Lancering projectoproep Q4 2021 - Q1 2022
- Ontwikkeling en opstart in 2022-2023
- Uitrol in Q1 2024

➤ LINK MET EU – Media Action Plan

- ACTION 4 – Unleashing innovation through a European media data space and encouraging new business models
- ACTION 5 – Fostering a European Virtual and Augmented Reality (VR/AR) industrial coalition
- ACTION 7 – Towards a broader availability of audiovisual content across the EU

F. Instrumentarium / projectoproep media-innovatie

De hierboven geschetste projectlijnen met focus op ontwikkeling en digitale transformatie, worden vervolledigd door een ondersteunend innovatieprogramma voor de mediasector. Dit focust zich op het aanleveren van toepassingsgerichte onderzoeks- en innovatiecomponenten voor de ontwikkelingsprojecten A-E. Hiervoor wordt een passende governancestructuur uitgewerkt in relatie met de consortia die instaan voor de realisatie van de ontwikkelingsprojecten A-E.

De ondersteuning van deze projectlijn F zal gebeuren via VLAIO, bij voorkeur binnen het regulier instrumentarium (in het bijzonder via ICON-projecten). De bevoegdheid over deze projectlijn ligt bij de Vlaamse Minister bevoegd voor Innovatie. Vermits het hier gaat om instrumentarium en een projectoproep inzake media-innovatie zal de selectie van de projecten gebeuren in afstemming met de Vlaamse Minister bevoegd voor media. Het hier voorgestelde projectplan gaat uit van een geïntegreerde aanpak.

➤ INDICATIEVE TIMING = 2021 – 2024

- LINK MET EU – Media Action Plan
 - ACTION 4 – Unleashing innovation through a European media data space and encouraging new business models
 - ACTION 5 – Fostering a European Virtual and Augmented Reality (VR/AR) industrial coalition
 - ACTION 7 – Towards a broader availability of audiovisual content across the EU

3. BUDGETTAIRE INDICATIE

Het is belangrijk te benadrukken dat dit een indicatieve budgettaire insteek bevat die verder bijgestuurd kan en zal worden in functie van ramingen die gepaard gaan met de verdere concretisering van de verschillende projectlijnen.

Projectlijnen	Budgetindicatie
A. Crossmediaal multiplatform meetsysteem	4.000.000
B. Mediahub	4.000.000
C. Desinformatie	3.000.000
D. Digitale transformatie regionale omroepen	2.000.000
E. Projectoproep digitale transformatie	21.500.000
F. Instrumentarium media innovatie	
<i>Externe ondersteuning en werkingskosten</i>	<i>500.000</i>
Totaalbudget	35.000.000

De projectlijnen E en F worden nu nog samengenomen en zullen bij de verdere uitwerking worden geëxpliciteerd.

4. VERDER TRAJECT

De zes projectlijnen zullen in de komende maanden verder worden uitgewerkt, conform het reguliere kader binnen de Vlaamse overheid.

De aansturing en opvolging van het digitaal transformatieprogramma is een belangrijk aspect om de opstart en uitrol van de verschillende projecten te doen slagen. Het is cruciaal om naast het politieke en ambtelijke niveau ook de brede Vlaamse mediasector en andere relevante stakeholders bij de 'governance' te betrekken. Dit om de juiste prioriteiten te hanteren, een gedeeld eigenaarschap, cofinanciering en efficiënte afstemming tussen en opvolging van de dossiers te garanderen, alsook om de slaagkansen van een succesvolle implementatie van de projecten in het Vlaamse media-ecosysteem te realiseren.

Er wordt voorzien in een externe projectbegeleiding binnen het departement CJM om de verschillende projectlijnen verder te ontwikkelen en de nodige stappen voor te bereiden naar de realisatie van de projectlijnen. Belangrijk hierbij wordt het aanhalen van de betrokkenheid van de diverse mediabedrijven en onderzoeksinstellingen. Evenals het voorbereiden en voorstellen van de inzet van de nodige investeringsmiddelen vanuit de overheid binnen het kader van het voorziene relancebudget en conform het Europese kader.

Er zal ook aandacht gaan naar de kennisontsluiting van de projecten.

Er zal naar de Vlaamse Regering en de Europese Commissie gerapporteerd worden over de verdere voortgang, uitwerking en realisatie, conform de gemaakte afspraken. De projectlijnen zullen na ontwikkeling, cf. de geldende regels, ter goedkeuring worden voorgelegd aan de Vlaamse Regering.

5. CONTACTGEGEVENS

Departement CJM

- Dirk Vanhegen (projectconsultant, coördinator): dirk.vanhegen@telenet.be
- Rafaël Huybrechts (programmamanager media CJM): rafael.huybrechts@vlaanderen.be

Kabinet minister Benjamin Dalle

- Jan Vermassen (adjunct-kabinetschef): jan.vermassen@vlaanderen.be

Kabinet minister Hilde Crevits (projectlijn F)

- Felix De Clerck (raadgever): felix.declerck@vlaanderen.be

Agentschap Innoveren & Ondernemen (VLAIO)

- Jeroen Fiers: jeroen.fiers@vlaio.be

Dit Relanceplan wordt gerealiseerd op initiatief en onder bevoegdheid van:

- **Benjamin DALLE**, Vlaams minister van Brussel, Jeugd en Media
- **Hilde CREVITS**, Vlaams minister van Economie, Innovatie, Werk, Sociale Economie en Landbouw

* * *