

Panorama do VoD no Brasil

Perspectivas do VoD no Brasil e no mundo

Dr^a. Luana Máira Rufino Alves da Silva
Superintendente de Análise de Mercado - ANCINE

MIS, São Paulo, 23/01/2018

Panorama do Desenvolvimento Audiovisual dos últimos anos

Evolução do Número de Lançamentos Brasileiros 1995 - 2016

104 títulos

1995 – 1999

Lei Rouanet e Lei do Audiovisual

356 títulos

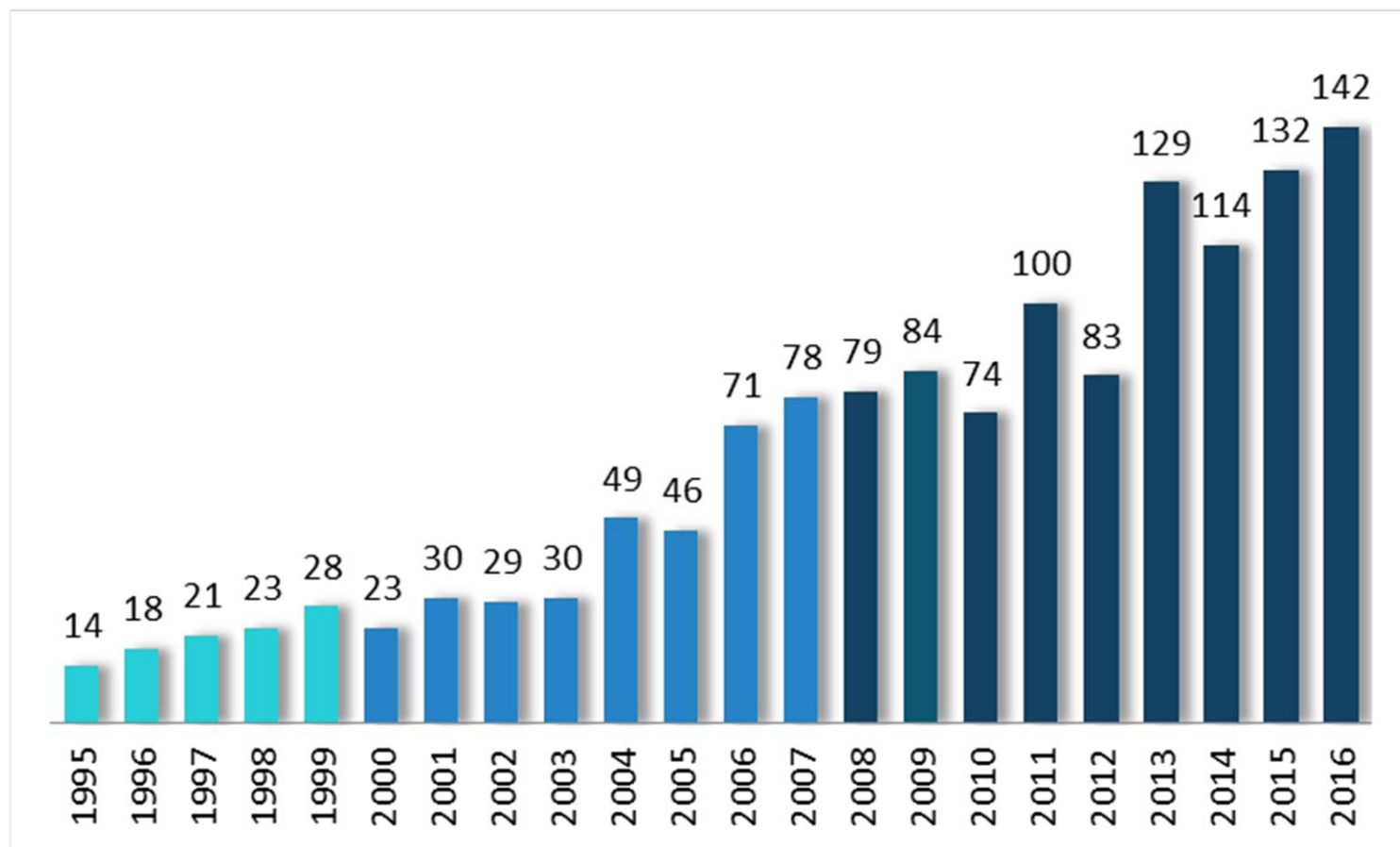
2000 – 2007

Criação da ANCINE

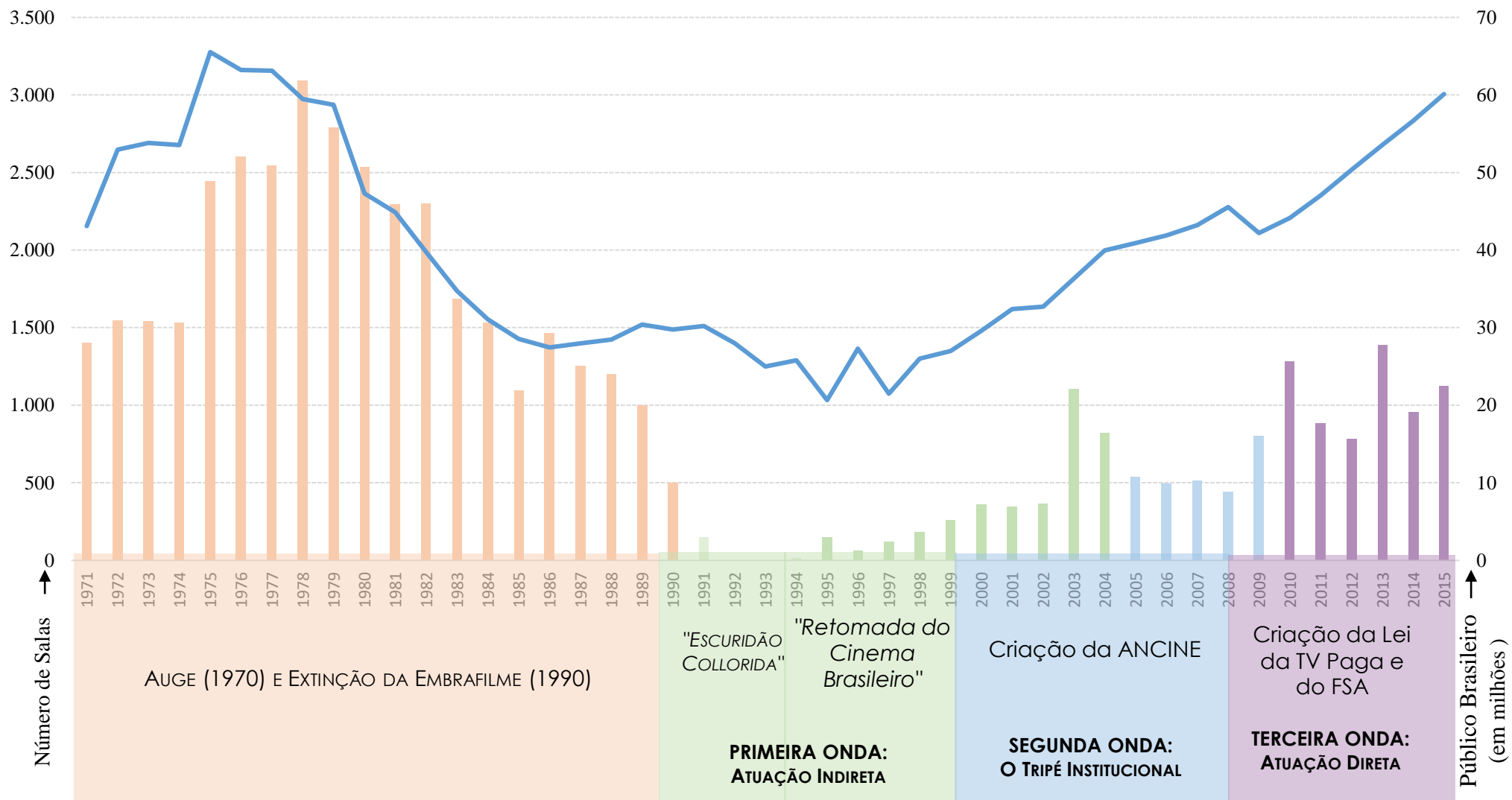
937 títulos

2008 – 2016

FSA e Lei da TV Paga

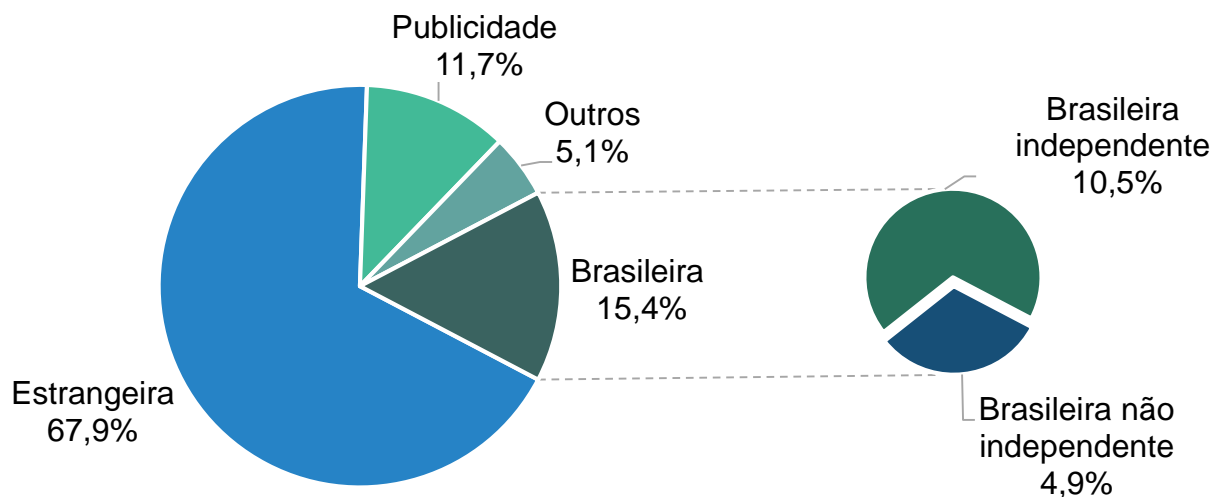


Evolução do Número de Salas de Exibição e Público de Filmes Brasileiros (Milhões) a partir das Ondas de Política do Audiovisual, de 1970 até 2015



Fonte: ZUBELLI, Luana (2017).

Porcentagem de horas de programação por tipo de obra em canais CABEQ, CABEQ SB, CABEQ INFANTIL, CEQ^{3h30}, CEQ^{3h30} INFANTIL



Fonte: ZUBELLI, Luana (2017).

Foram veiculados 4.484 títulos brasileiros, sendo **3.524 obras brasileiras independentes**, em 92 canais monitorados.

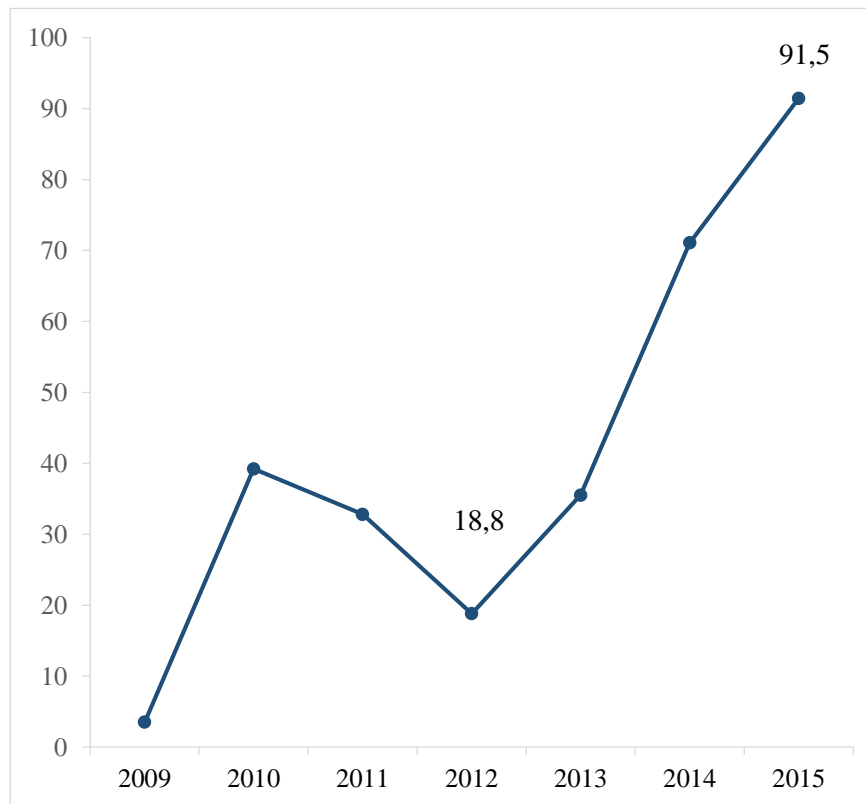
Dos 15,4% de horas de programação brasileira veiculada em 2016, **10,5% foram de conteúdo brasileiro independente**.

Episódios de obras seriadas não foram contabilizados como títulos distintos.

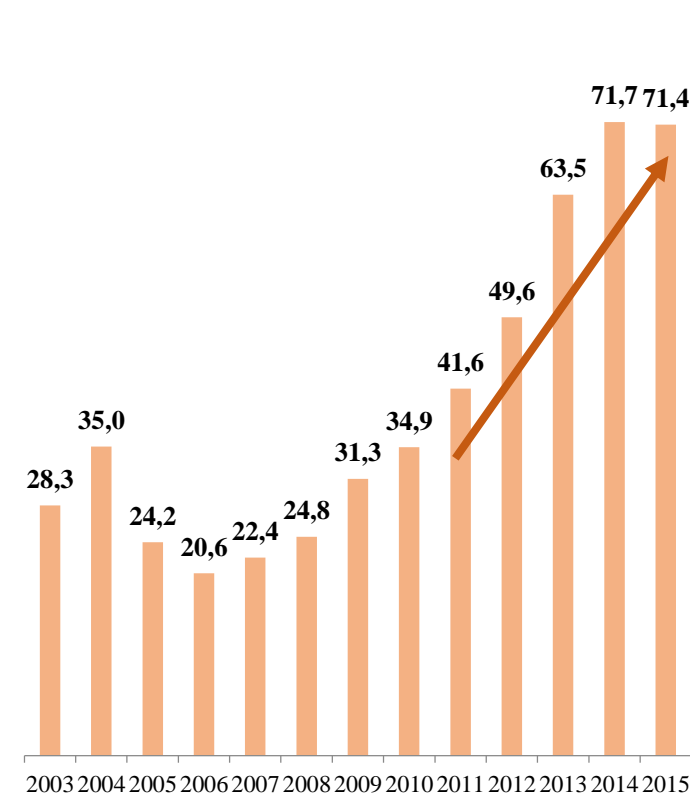
Evolução dos Valores Reais Captados pelo Art. 3º-A da Lei 8.685/93 e Recolhidos pelo art. 39,X da MP 2.228-1/01 de 2006 a 2015 (R\$ Milhões de 2015*)

- De 2012 a 2015 há um crescimento de quase cinco vezes (600%) nos valores captados pelo art. 3º-A e art. 39,X.
- Este é o maior valor captado dentre todos os mecanismos da série histórica no sistema de incentivos, o que mostra como vem crescendo a importância deste recurso de fomento nos últimos anos.

Art. 3ºA



Art. 39,X

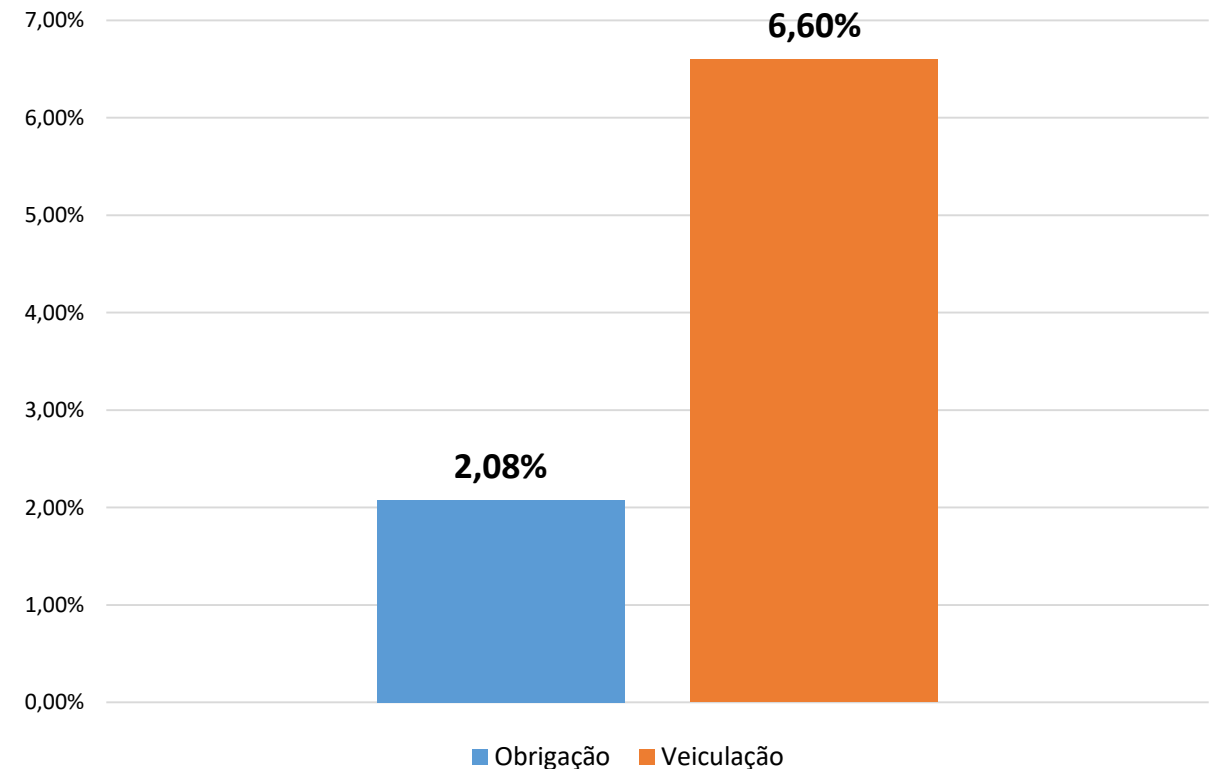


Fonte: ZUBELLI, Luana (2017).

Porcentagem de veiculação de conteúdo brasileiro na programação total dos canais CEQs em 2016

A obrigação seria de exibir 2,08% de conteúdo brasileiro do total da programação. Em 2016, foi exibido **217%** a mais que o necessário.

Dos 6,6% de conteúdos brasileiros veiculados em 2016, **4%** foram de conteúdo brasileiro independente.



VoD: Provedores que Ofertam Serviços *On Demand* no Brasil

VoD

- O VoD oferece, por meio de redes eletrônicas, conteúdos audiovisuais de modo a permitir ao usuário, no momento por ele escolhido e a partir de sua solicitação, a fruição de um vídeo de sua preferência, com base em um catálogo de opções disponíveis.
- Diferenciais desse mercado
 - a. Maior autonomia
 - b. Elevado poder de escolha dado ao usuário, se comparado aos modelos tradicionais de oferta de conteúdo em grades de programação
- Mercado em expansão, com surgimento de diferentes tipos de modelos de negócio

VoD

- Os provedores oferecem diferentes tipos de serviço, que podem variar quanto:

Modelos de Negócio	Forma de transmissão de conteúdo	Tipo de conteúdo disponibilizado	Porte Econômico
Acesso Gratuito (financiado por publicidade AVoD) Assinatura mensal (SVoD) Aluguel ou venda (TVoD) Catch up TV (via TV paga) Híbridos	Redes dedicadas das operadoras de TV por Assinatura Serviços over-the-top (OTT), em que os conteúdos são transmitidos aos usuários pela internet.	Filmes e séries Esportes Conteúdo infantil Documentários Variedades Notícias Conteúdos gerados pelos próprios usuários	Grande porte, inclusive de outros segmentos de mercado Médio porte Franja de mercado, pequenos e independentes, sem atuação prévia na oferta de conteúdos audiovisuais

- Considerando a diferenciação desse mercado, alguns serviços são percebidos pelos usuários como complementares, não sendo raro acessarem conteúdos por meio de diferentes plataformas

Modelos de Negócio

Acesso gratuito ou *Advertising VoD (AVoD)*

- O AVoD fornece aos espectadores um conteúdo gratuito e obtém receita por meio de publicidade. Dessa forma, ao invés de os assinantes pagarem pelo acesso, são os anunciantes que remuneram o negócio, em geral, por cada mil acessos. Para que o modelo AVoD seja bem-sucedido, faz-se necessária uma grande audiência que gere um número significativo de acessos e publicidade.
- Exemplos de experiências bem-sucedidas de AVoD são o YouTube e o Vimeo.

E
X
E
M
P
L
O
S



Assinatura ou *Subscription VoD (SVoD)*

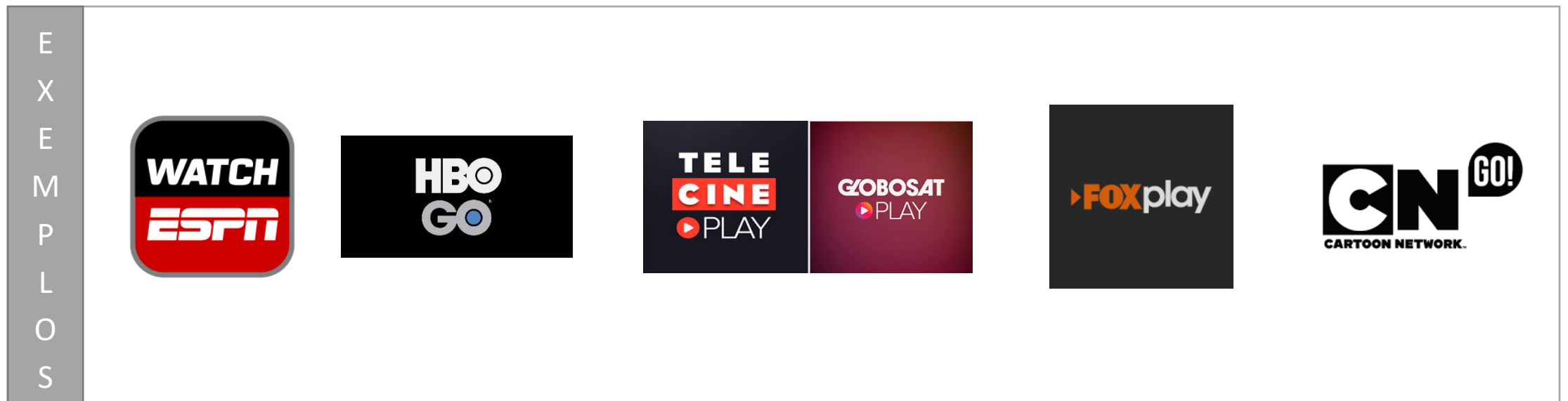
- Nesse modelo de negócio, o espectador faz um contrato no qual, mediante um pagamento fixo mensal/anual, o assinante tem acesso ilimitado ao conteúdo ofertado no catálogo do provedor. Esse pagamento mensal é renovado automaticamente, a menos que haja uma manifestação contrária por parte do assinante. Os usuários podem navegar livremente por uma grande seleção de vídeos de entretenimento como filmes, séries e programas de TV.
- Exemplos de experiências bem-sucedidas em âmbito internacional: Netflix, Amazon Prime Video, HBO GO, Hulu Plus. No Brasil, o Netflix constitui o principal SVoD em popularidade.

E
X
E
M
P
L
O
S



Catch-up TV

- Neste caso, a oferta de conteúdo depende de vínculo com outro serviço, em geral, TV por assinatura. Para reter o cliente e agregar valor ao serviço prestado, todos ou parte dos programas exibidos nos canais de TV por assinatura são disponibilizados ao assinante, geralmente por curto espaço de tempo, após sua exibição no canal de origem. No Brasil, contudo, há serviços que disponibilizam ainda uma vasta gama de conteúdos por tempo indeterminado, além dos exibidos nos canais, sendo o conceito de *catch up TV*, então, ampliado. Geralmente, não se exige nenhum pagamento extra para acessá-lo.
- Exemplos de experiências bem-sucedidas no Brasil: Globosat Play, HBO Go e etc.



Aluguel / Venda ou *Transactional VoD (TVoD)*,

- O TVoD envolve uma assinatura gratuita para o serviço com um pagamento à la carte, por compra ou aluguel, para assistir a um conteúdo específico. No caso do aluguel, o usuário paga um valor para assistir a determinada obra, que fica disponível por um determinado número de horas. Em geral, o conteúdo é recebido através de uma rede dedicada ou de OTT, por *streaming* ou *download* temporário. Já na opção venda, o espectador paga um determinado valor para ter acesso ilimitado à obra adquirida, via streaming e/ou através do download do arquivo da obra.
- Os ofertantes de serviços de VoD mais populares são iTunes e Google Play.

E
X
E
M
P
L
O
S

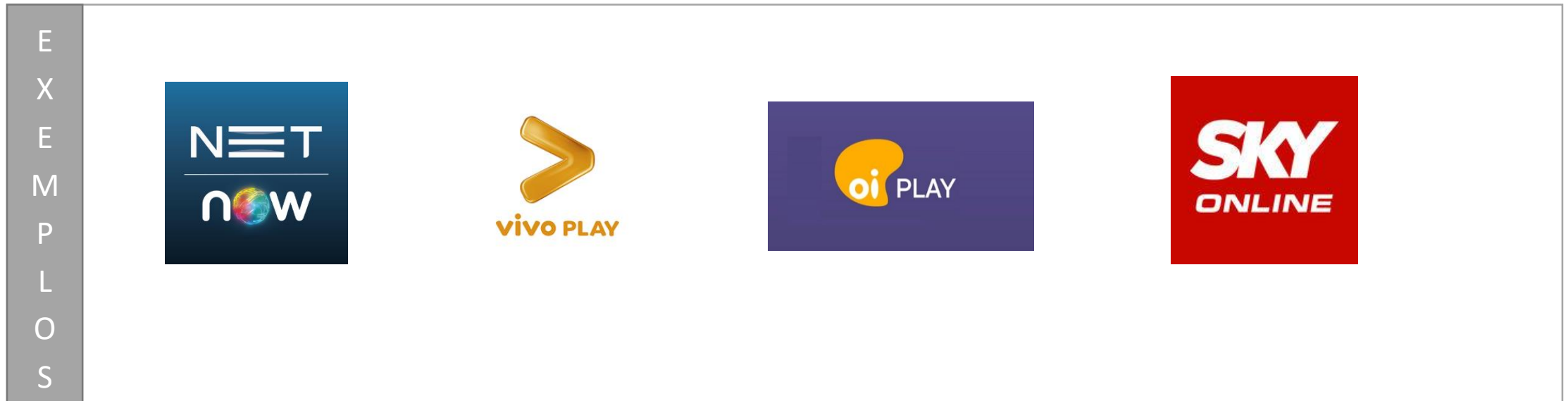


Modelos híbridos

- Combinação de modelos, sendo os mais comuns:
 - a. Aluguel ou venda + Catch up
 - b. Aluguel + Assinatura
 - c. Acesso Gratuito + Aluguel ou venda
- Além disso, provedores podem aproveitar sua posição em algum segmento de distribuição de conteúdo audiovisual para ofertar conteúdos em outro modelo de negócio

Modelos híbridos: Aluguel ou venda + Catch up

- Usualmente adotados por operadoras de TV por assinatura, que disponibilizam uma plataforma para seus clientes com conteúdo catch up, além da possibilidade de alugar e vender filmes e séries.
- Em geral, oferecem o serviço por meio de redes dedicadas de TV por Assinatura



Outros Modelos híbridos:

Acesso Gratuito +
Aluguel ou venda



Aluguel + Assinatura



Assinatura + *Catch up* de
conteúdo TV aberta grátis



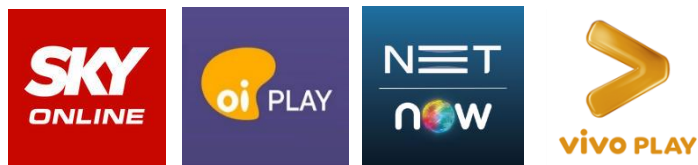
Acesso gratuito +
Assinatura



Gênero dos Conteúdos Disponibilizados

Esportivos

Catch up + Aluguel



Catch up



Acesso via plataforma de VoD da operadora

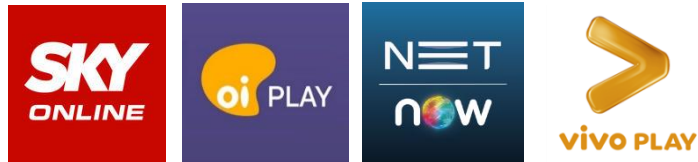
Assinatura



Acesso independente da plataforma de VoD da operadora

Infantil

Catch up + Aluguel



Catch up



Acesso via plataforma de VoD da operadora

Assinatura



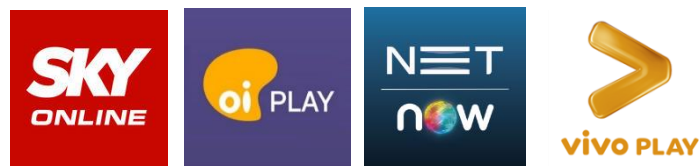
Aluguel/Venda



Acesso independente da plataforma de VoD da operadora

Filmes, séries e documentários básicos

Catch up + Aluguel



Catch up



Acesso via plataforma de VoD da operadora

Assinatura



Aluguel/Venda



Assinatura + Aluguel/Venda



Acesso Gratuito



Acesso independente da plataforma de VoD da operadora

Filmes, séries e documentários *premium*

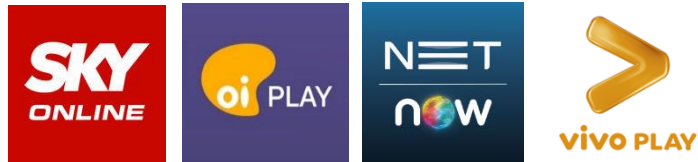


Acesso via plataforma de VoD da operadora

Acesso independente da plataforma de VoD da operadora

Variedades

Catch up + Aluguel

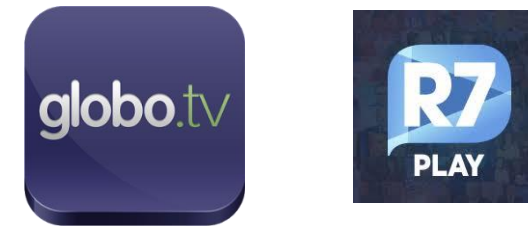


Catch up



Acesso via plataforma de VoD da operadora

Assinatura



Assinatura + Aluguel



Acesso independente da plataforma de VoD da operadora

Players de nicho

Conteúdo cristão	Documentários, arte e cultura	Filmes antigos
		
Filmes para discussão, educativos	Filmes franceses	História
		
Liga norte-americana de basquete	Vídeos musicais	
		

Conteúdo gerado pelo próprio usuário

E
X
E
M
P
L
O
S



Porte Econômico

Porte Econômico

- A expansão de VoD tem atraído a entrada de diferentes tipos de players no mercado
 - a. Grupos econômicos fortes de outros segmentos de mercado, que passaram a ofertar serviços no VoD
 - b. Grupos pequenos e independentes, sem atuação na oferta de conteúdos audiovisuais

Porte Econômico

- Grupos econômicos de grande porte com atuação em VoD

Segmento de Entretenimento	Segmento de Tecnologia	Segmento de Telecomunicações
  	    	   

Porte Econômico

- Vantagens da participação em grupo econômico de grande porte
 - a. Sinergias (internas e externas)
 - b. *Marketing* (canais de comercialização)
 - c. Capacidade financeira (investimento ou aquisição)
 - d. Força das marcas (portfolio de marcas de programação e de conteúdo que podem ser expandidos para o VoD)

Porte Econômico

- Informações ideais para análise do porte do agente
 - a. Faturamento da empresa no Brasil e no exterior
 - b. Número de assinantes no Brasil (no modelo por assinatura)
 - c. Número de *views*/acessos (no modelo de receita com publicidade)
 - d. Receitas afetas aos serviços de *catch-up*
 - e. Número de fruições de conteúdo (modelo transacional)

- Informações disponíveis para a análise
 - a. Participação em grupo econômico de grande porte
 - b. Força da marca

Grupo Netflix

NETFLIX

- A Netflix, Inc. é líder mundial em assinaturas de serviços de streaming, com mais de 93 milhões de assinantes em cerca de 190 países
- São pioneiros nesse segmento, lançando esse serviço nos EUA em 2007
- Possui amplo portfólio de conteúdo, inclusive séries, filmes e documentários originais (conteúdo *premium*).
- O grupo divide a operação em: serviços prestados no EUA e serviços globais

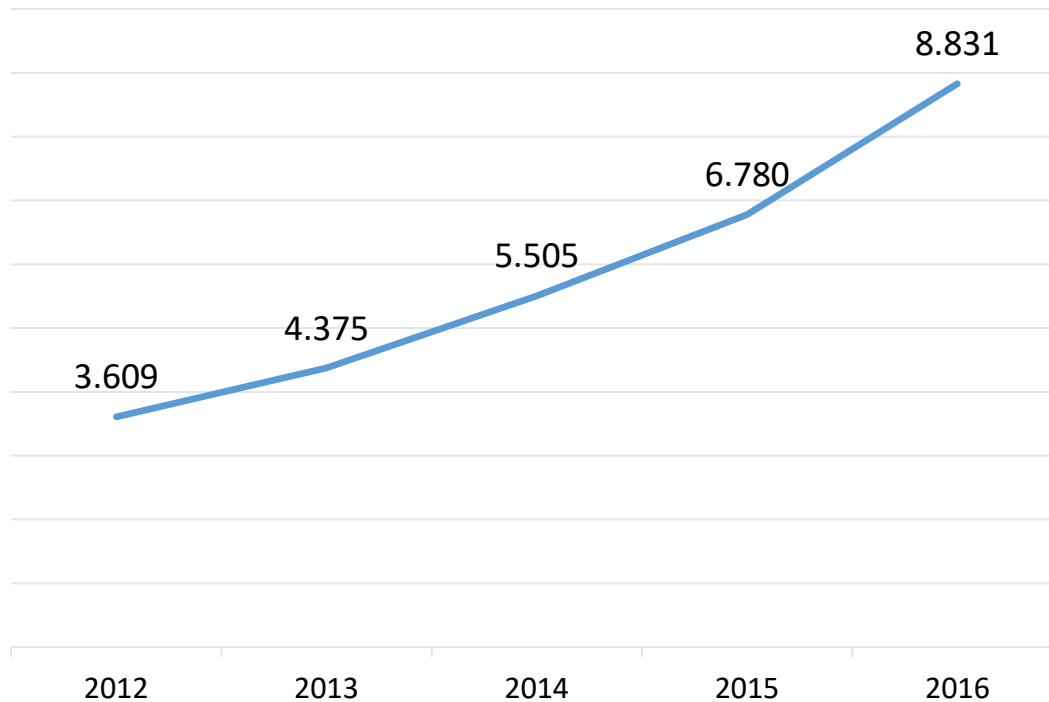
Entrada da Netflix nos diferentes países



Grupo Netflix



Evolução do Faturamento Total da Netflix (em milhões)



Receita e Número de Assinantes da Netflix

	2014	2015	2016
Streaming – Total			
Receita	5.504,66	6.779,51	8.830,67
# Assinantes	57,39	74,76	93,80
Streaming – Estados Unidos			
Receita	3.431,43	4.180,34	5.077,31
# Assinantes	39,11	44,74	49,43
Streaming – Internacional			
Receita	1.308,06	1.953,44	3.211,10
# Assinantes	18,28	30,02	44,37

Dados em milhões. Receita em dólares

Fonte: SEC Filings, Relatório Anual da Netflix

Acesso em: <https://ir.netflix.com/secfiling.cfm?filingID=1628280-17-496&CIK=1065280>

Grupo Globo

- O grupo Globo é o principal grupo de mídia nacional
- Conta com o canal líder de audiência de TV aberta e maior cobertura nacional (5.175 municípios em 2015)
- Na TV paga, oferta 60 canais de programação, dos quais, 30 com programação distinta e possui cerca de 30% dos assinantes.
- No segmento de VoD, oferta serviços em diferentes modelos de negócio



Grupo Time Warner

- A Time Warner, Inc. é líder mundial em entretenimento e mídia atuando em mais de 200 países
- No segmento audiovisual a empresa controla as empresas Home Box Office (HBO), Turner e Warner Bros
- Operando mais de 175 canais em diversos segmentos, como: notícias, esportes, infantil, ficção e entretenimento
- Atua também em co-produção e distribuição cinematográfica
- É titular de marcas de programação como HBO, TNT, Cartoon Network, Cinemax
- Marcas de conteúdo como Game of Thrones, Batman, Superman, Scooby Doo também pertencem ao grupo
- Recentemente adquirida pelo grupo AT&T, estando pendente a aprovação da operação nos EUA

Grupo Time Warner

Receita Global do Grupo Time Warner, por empresa

	2014	2015	2016
Turner			
Receita	11.364	10.596	10.396
Home Box Office			
Receita	5.980	5.615	5.398
Warner Bros.			
Receita	13.037	12.992	12.526

Dados em milhões. Receita em dólares

Receita Global do Grupo Time Warner por segmento

	2014	2015	2016
Assinatura			
Receita	11.014	10.153	9.945
Publicidade			
Receita	4.696	4.569	4.502
Conteúdo			
Receita	12.935	12.771	12.350

Dados em milhões. Receita em dólares

Fonte: SEC Filings, Relatório Anual da Time Warner Inc.

Acesso em: <https://www.sec.gov/Archives/edgar/data/1105705/000119312514069071/d669953d10k.htm>

Grupo Disney

- A The Walt Disney Company é uma empresa mundial atuante no segmento de entretenimento
- Cabe destacar a sua atuação nos segmentos de mídia e televisão (aberta e por assinatura), produção e distribuição de conteúdo audiovisual e no licenciamento de propriedade intelectual.
- O grupo é titular de marcas de programação como ABC, ESPN e Disney Channel, entre outras, e de marcas de conteúdo associadas a Disney (Mickey), Marvel (Homem Aranha, Hulk, etc) e Lucasfilm (Star Wars), dentre outras.

Receita Global do Grupo Disney

	2014	2015	2016
Mídia			
Receita	21.152	23.264	23.689
Produção e Distribuição			
Receita	7.278	7.366	9.441
Licenciamento			
Receita	5.284	5.673	5.528

Dados em milhões. Receita em dólares

Fonte: SEC Filings, Relatório Anual da Time Warner Inc.

Acesso em: <https://ditm-twdc-us.storage.googleapis.com/2016-Annual-Report.pdf>

Grupo Alphabet / Google



- A Alphabet é uma holding que inclui a Google, YouTube, Nest, dentre outras
- O grupo tem atuação mundial e em diversos segmentos de mercado, incluindo o VOD, com as plataformas de fruição YouTube, YouTube Red e Google Play.
- Em 2016 a empresa teve um faturamento de 90 bilhões de dólares e investimentos em R&D de mais de 13 bilhões de dólares.

Receitas Globais do Grupo Alphabet / Google

	2014	2015	2016
Receita total	66.001	74.989	90.272
Receita de publicidade	59.624	67.390	79.383

Dados em milhões. Receita em dólares

Fonte: SEC Filings, Relatório Anual da Alphabet / Google

Acesso em: https://abc.xyz/investor/pdf/2016_google_annual_report.pdf

Outros Grupos Econômicos



- Faturamento em 2016 de 215 bilhões de dólares
- Marcas Apple, iTunes, Apple TV e IOS
- iTunes como Plataformas para fruição de VOD, com aluguel e vendas de conteúdo audiovisual
- Forte relação com clientes e grande investimento em R&D



- Faturamento em 2016 de 135 bilhões de dólares
- Marcas Amazon e Amazon Prime
- Amazon Prime como serviço de streaming de conteúdo voltado a fidelização de clientes

Outros Grupos Econômicos

SONY




- Faturamento em 2016 de 7 trilhões de yenes
- Marcas Sony, PlayStation, Columbia Pictures, Tristar Pictures
- Plataformas para fruição de VOD: Crackle e PlayStation com 52 milhões de unidades do PS4 comercializadas entre 2015 e 2017
- Empresa atuante na atividade de televisão e de produção e distribuição de audiovisual para cinema

 Microsoft

- Faturamento em 2016 de 85 bilhões de dólares
- Marcas Microsoft, Xbox, Xbox Live, Windows, Zune e Windows Phone
- Plataformas para fruição de VOD (Xbox, Xbox live, WP store e Zune)

Porte Econômico, por Modelo de Negócio

Assinatura mensal

Variáveis relevantes para o Porte Econômico do serviço <i>on demand</i>	Conteúdo popular		Conteúdo de nicho
Porte do grupo econômico a ele associado	Grande Porte		
Força de marca	Médio Porte		
Conteúdo de nicho x popular	Franja de mercado (Pequeno porte)		

Catch-up TV + Aluguel

Número de Assinantes de TV por assinatura, por grupo de econômico no mercado de distribuição

Variáveis relevantes para o Porte Econômico do serviço *on demand*

Porte Econômico do grupo

Número de assinantes no mercado de **distribuição** de TV por assinatura

Grande Porte



50%

TELECOM AMERICAS (Claro/Embratel/NET)

40%

30%

SKY/AT&T

20%

Médio Porte



10%

TELEFÔNICA

oi

ALGAR (CTBC Telecom)

Empacotadora

Catch-up TV

Variáveis relevantes para o Porte Econômico do serviço *on demand*

Porte Econômico do grupo

Número de assinantes no mercado de **programação** de canais de TV por assinatura

São complementares às plataformas “catch up + aluguel” de filmes das operadoras de TV por assinatura, contudo, podem se tornar rivais se decidirem migrar para o modelo assinatura

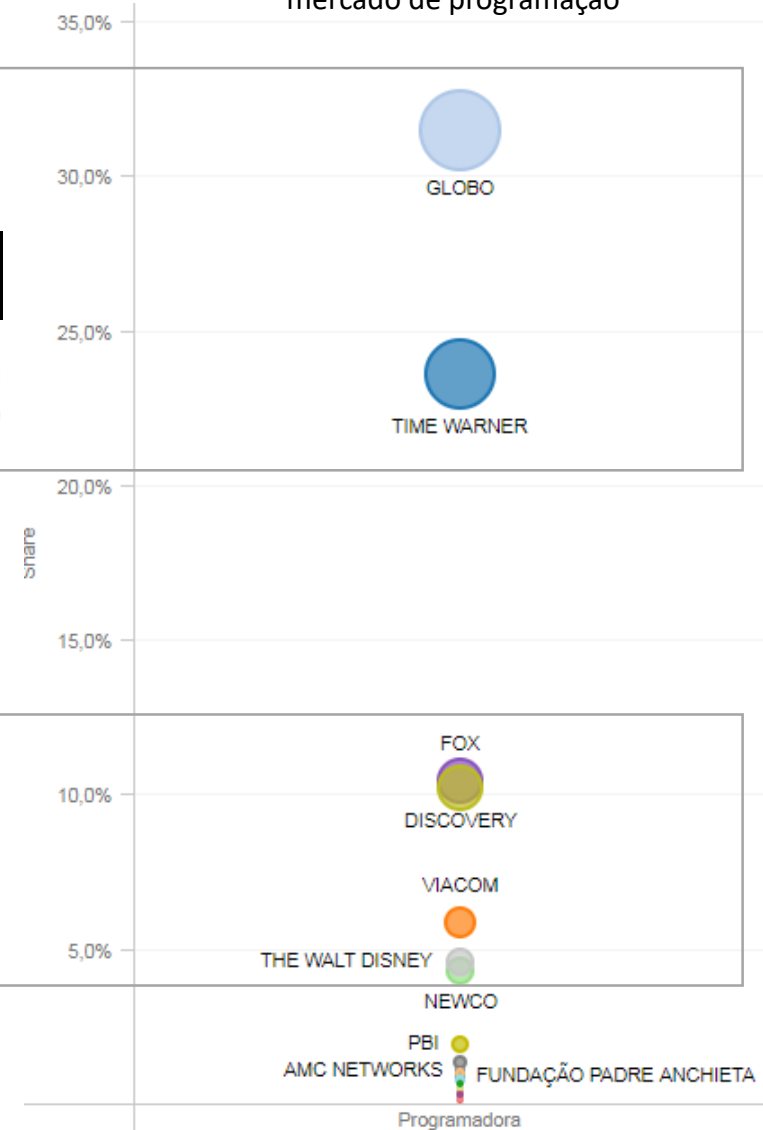
Grande Porte



Médio Porte



Número de Assinantes de TV por assinatura, por grupo de econômico no mercado de programação



Acesso Gratuito

Variáveis relevantes para o Porte Econômico do serviço *on demand*

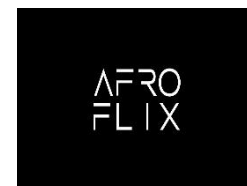
Porte do grupo econômico a ele associado

Força de marca

Grande Porte



Franja de mercado
(Pequeno porte)



Aluguel ou Venda

Variáveis relevantes para o Porte Econômico do serviço *on demand*

Porte do grupo econômico a ele associado

Força de marca

Há menos informações sobre as empresas que atuam no mercado

Grande Porte




















iTunes Store



Franja de mercado
(Pequeno porte)



Principais players por modelo de negócio

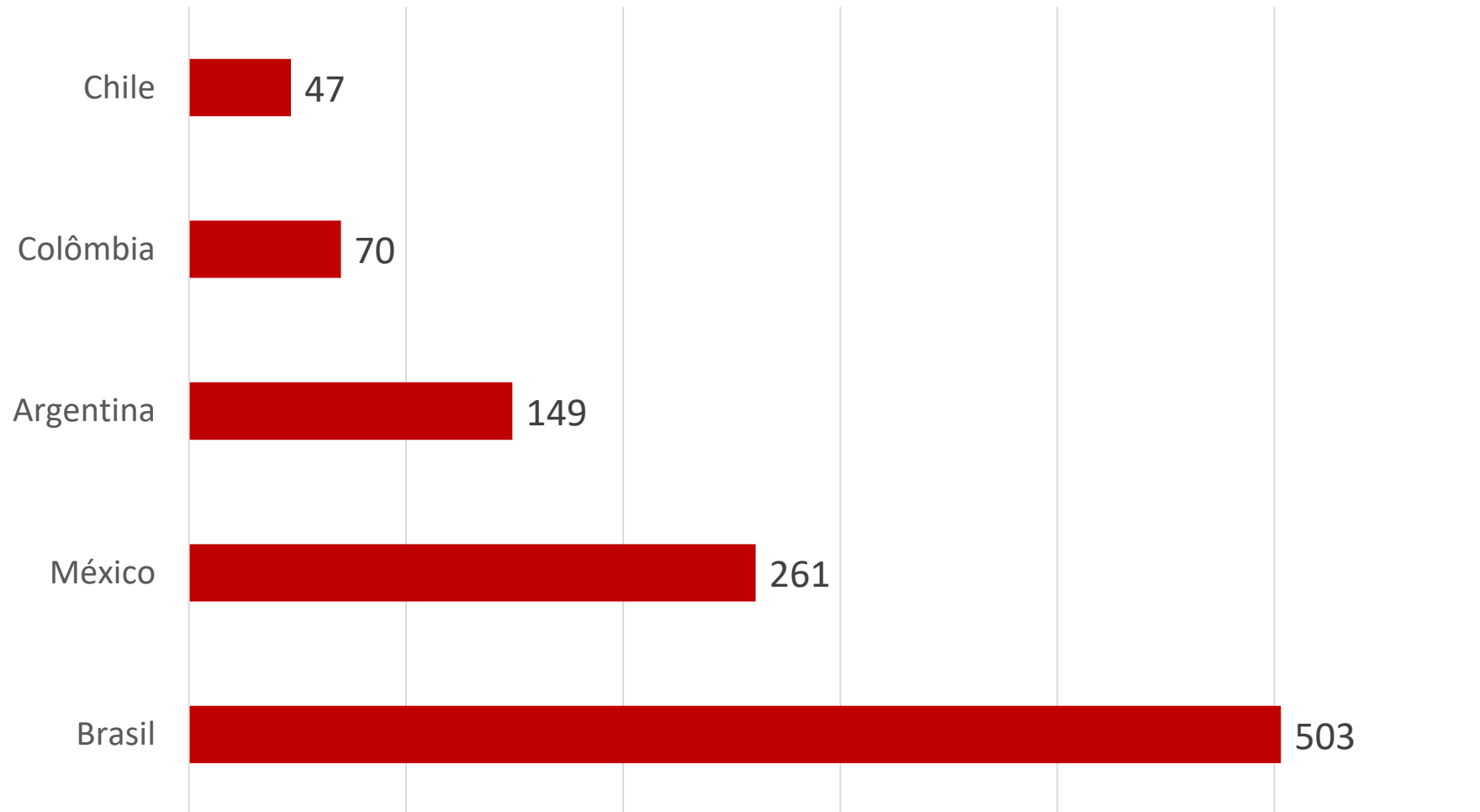
	Assinatura mensal	Catch-up TV + Aluguel	Catch-up TV	Acesso Gratuito	Aluguel ou venda
Grande Porte	 	 	     		 iTunes Store
Médio porte ou Maior potencial de crescimento	 	 			

Dados do mercado

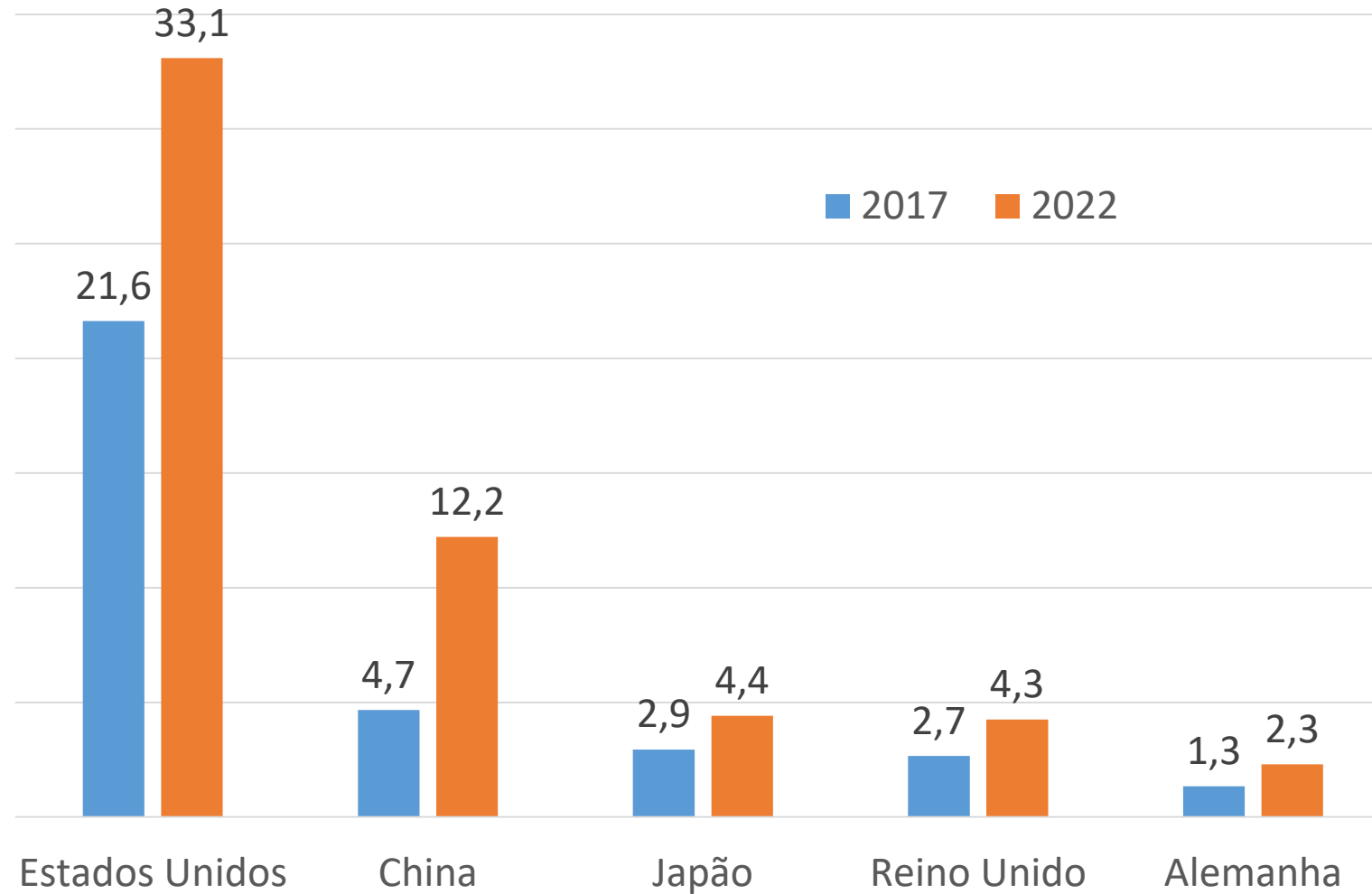
Receitas de serviços de TV e vídeo OTT na América Latina

US\$ milhões

2015

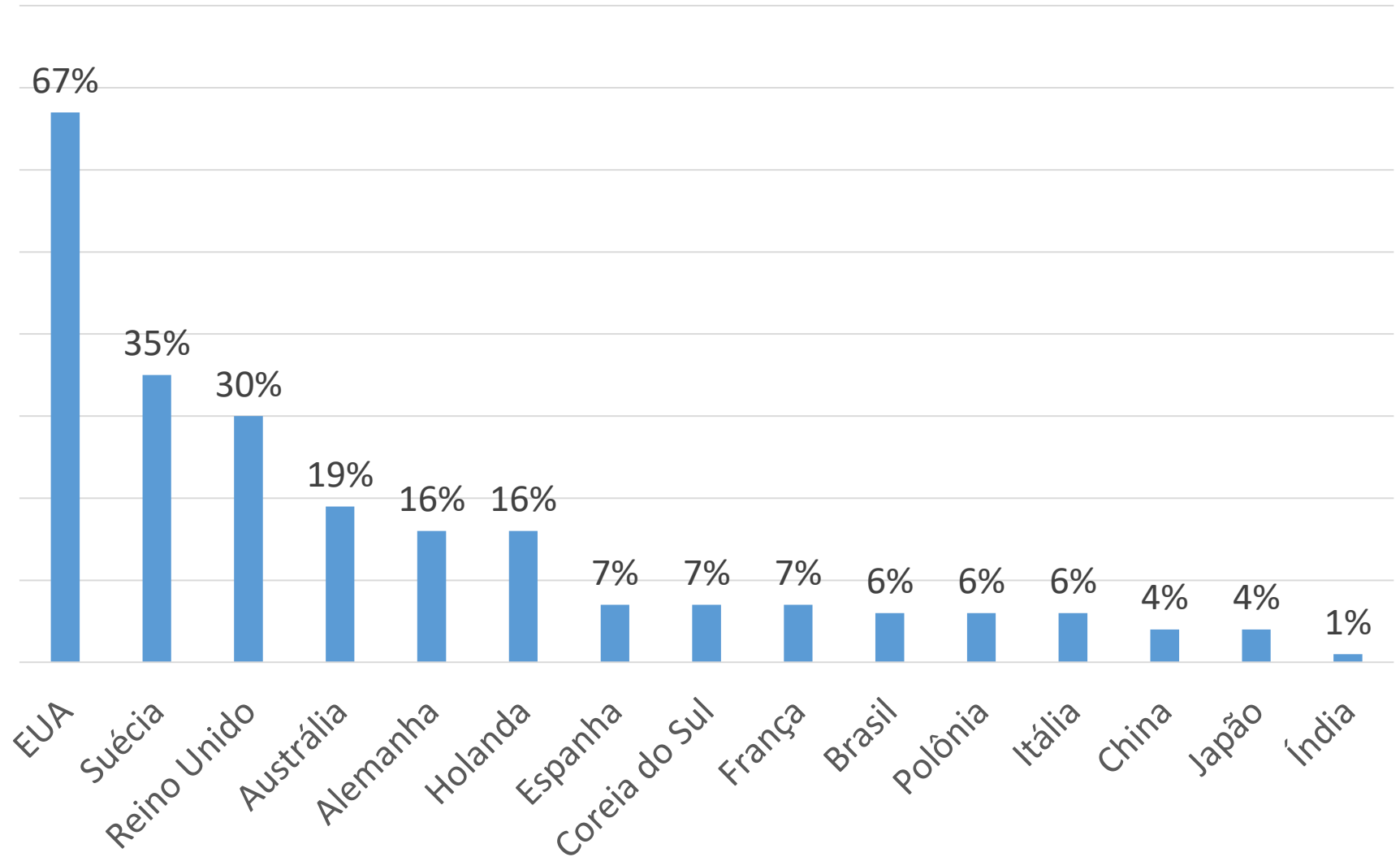


Receitas de serviços de TV e vídeo OTT em países selecionados US\$ bilhões

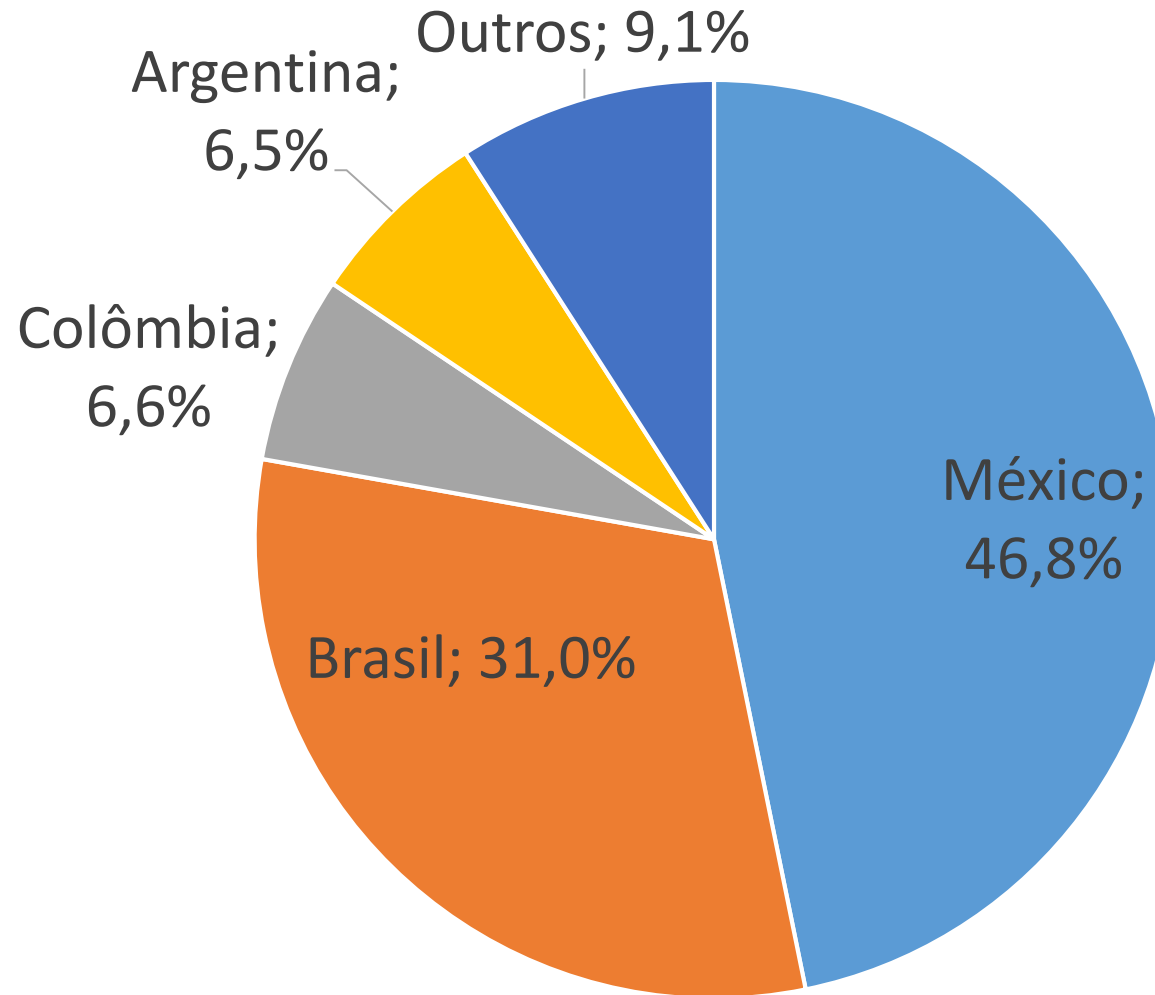


Participação da assinatura de serviços OTT dentre os domicílios equipados com TV

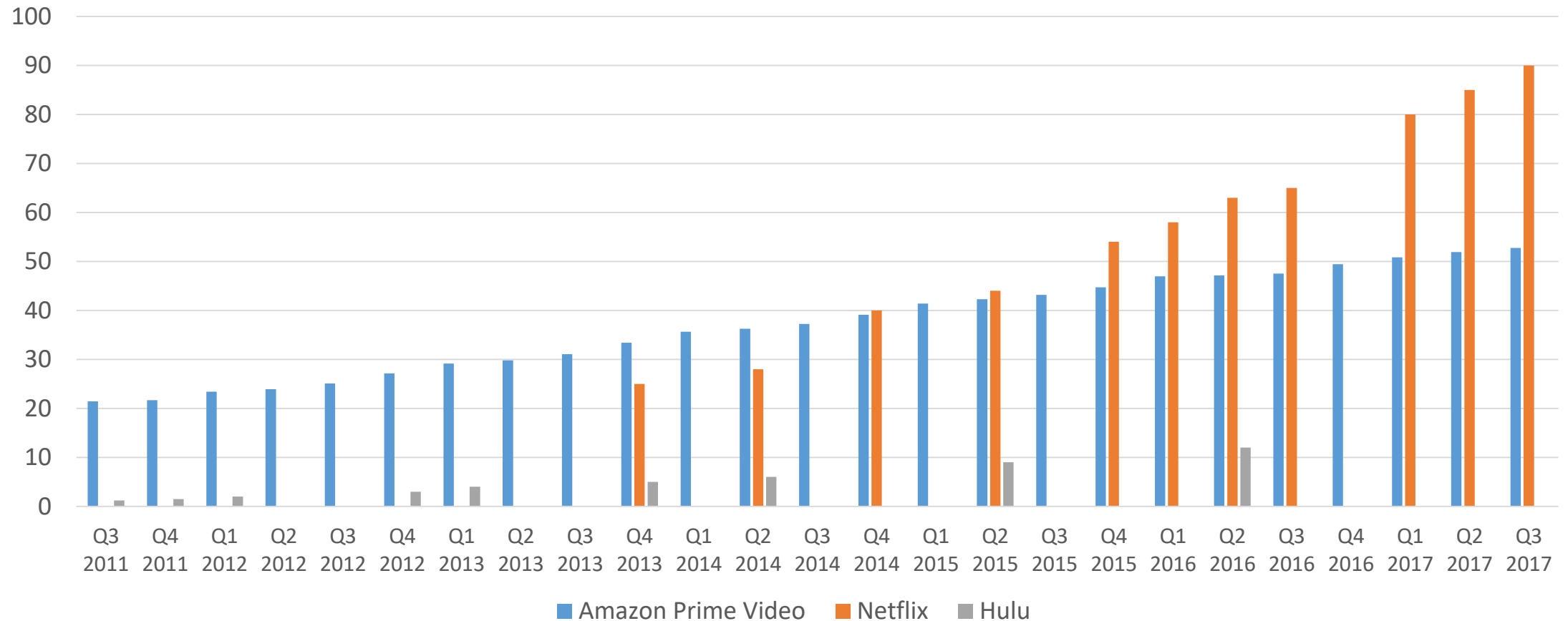
2015



Distribuição da base de assinantes da Netflix na América Latina 2016

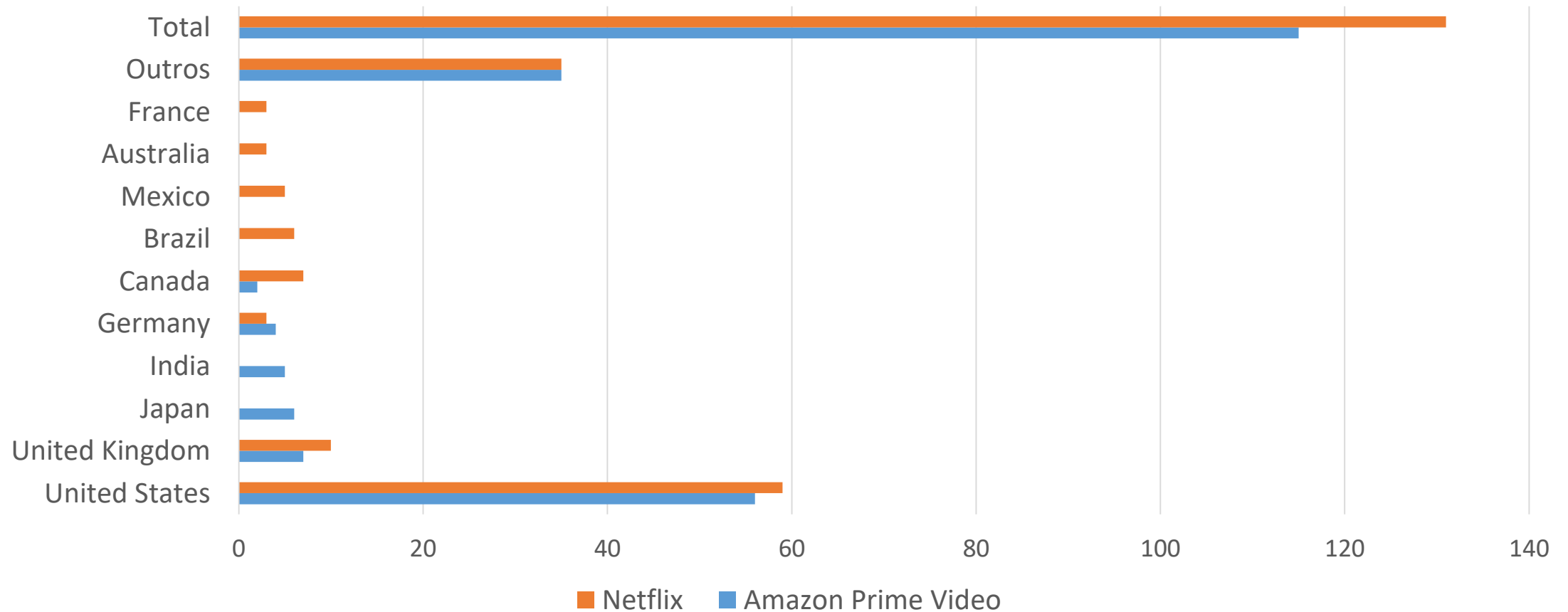


Evolução do número de assinantes de Hulu, Amazon Prime Video e Netflix nos EUA



Fonte: Consumer Intelligence Research Partners (Amazon), Accenture; Hulu; The Verge (Hulu) e Netflix (Netflix), em statista.com

Projeção do número de assinantes de Amazon Prime Video e Netflix em 2022 (em milhões)



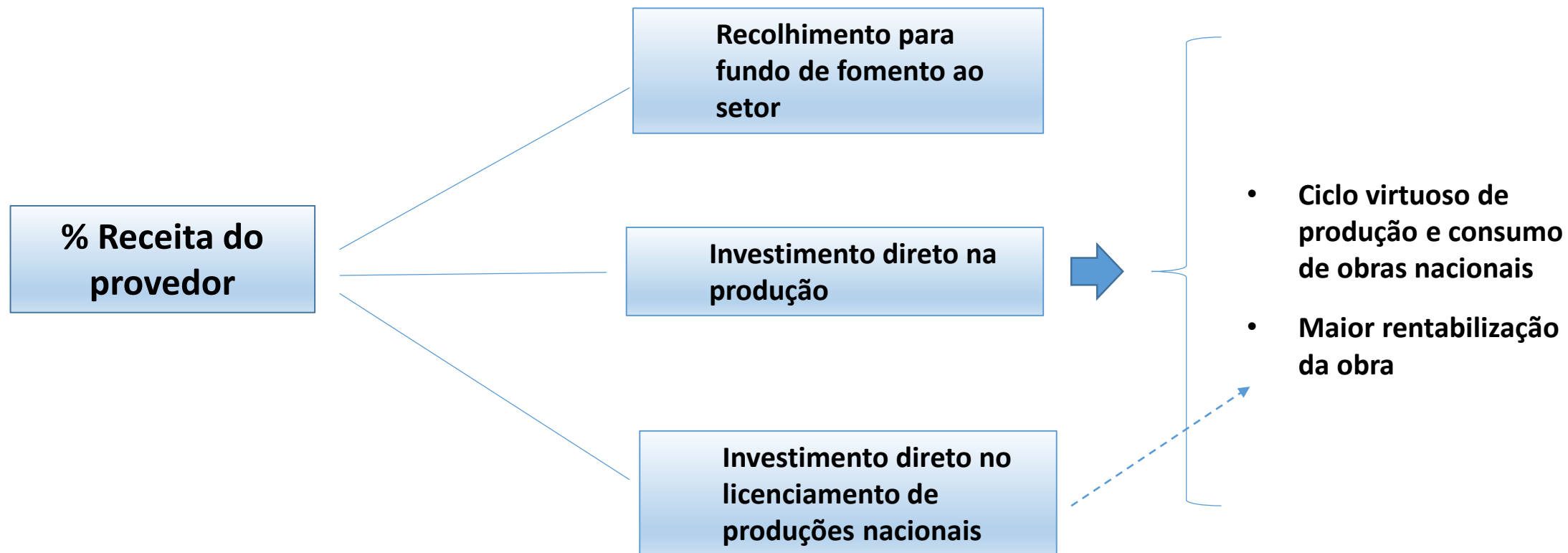
Fonte: Digital TV Research (out 2017), em statista.com

Desafios para a política pública

A regulação dos serviços de VoD traz desafios importantes:

- Como harmonizar com a regulação tributária já existente?
- Como harmonizar com a regulação do audiovisual já existente, garantindo tratamento isonômico em relação aos outros serviços audiovisuais?
- Como tratar os casos de oferta extraterritorial?
- Como tratar as plataformas de compartilhamento de conteúdo?

Tributação e Fomento



Experiências internacionais

O avanço da regulação na Europa

O avanço da regulação de VoD na Europa: panorama geral

	Imposto específico, revertido para um fundo setorial	Investimento direto	Cotas de conteúdo nacional	Proeminência de conteúdo nacional
Áustria				
Bélgica				
Bulgária				
Rep. Tcheca				
Alemanha				
Espanha				
França				
Hungria				
Itália				
Lituânia				
Polónia				
Portugal				
Eslováquia				

Notas:

- 1) Os demais países que aderiram à Diretiva Europeia não regulamentaram ainda a legislação de VoD em nenhum desses aspectos;
- 2) No Reino Unido e Itália, os provedores pagam uma taxa anual para operar no mercado;
- 3) Na Itália e na República Tcheca, o provedor pode escolher entre cumprir a obrigação de investimento ou a obrigação de cota.

O avanço da regulação de VoD na Europa: França



Taxação que reverte para fundo setorial:

- 2% sobre receita líquida (10%, se o serviço contiver conteúdo pornográfico ou que incite à violência);
- A cobrança do imposto é responsabilidade do Ministério da Economia e Finanças, que depois transfere o total arrecadado para a CNC;
- Desde 22/09/2017, o imposto se estende a provedores estrangeiros e a receitas de publicidade obtidas por plataformas de compartilhamento de conteúdo.

Em 2016, 2,6% do total de impostos arrecadados pela CNC, ou € 17,7 milhões, foram provenientes da venda e aluguel de vídeos, físicos e online.



O avanço da regulação de VoD na Europa: França

Obrigação de investimento direto:

- Por tipo de serviço:

a) catch-up TV: devem investir em obras europeias e em língua francesa a mesma proporção investida pelo serviço de tv que originou o serviço de catch-up, a não ser que as receitas do serviço de catch-up já tenham sido contabilizadas em conjunto com a do serviço de tv original;

b) VoD transacional: devem investir ao menos 15% da receita líquida auferida no exercício fiscal anterior (excluindo trabalhos pornográficos e obras que incitam a violência) na produção de obras audiovisuais e cinematográficas europeias, sendo que não menos que 12% na produção de obras faladas originalmente em francês;

c) serviço de assinatura:

(i) 26% da receita líquida para obras europeias e 22% para obras em língua francesa, no caso de catálogos com ao menos de 10 longa metragens cujo lançamento ocorreu há menos que 22 meses;

(ii) 21% e 17%, no caso de catálogos com ao menos de 10 longa metragens cujo lançamento tem entre 22 e 36 meses;

(iii) 15% e 12%, nos outros casos.

- 3/4 dos investimentos devem ser em produções independentes.

O avanço da regulação de VoD na Europa: França



Cotas para conteúdo nacional:

- $\geq 60\%$ de obras europeias e 40% de obras nacionais

Proeminência de conteúdo nacional:

- Obrigação de exibição de uma proporção substancial de obras europeias e faladas em francês, não apenas com menção ao título das obras, como também destaque de trailers e elementos visuais

Isenções:

- Cotas de conteúdo apenas para provedores com catálogos com pelo menos 20 títulos;
- Obrigação de investimento apenas para provedores com faturamento de pelo menos 10 milhões de euros; no caso dos serviços de catch-up, só serão obrigados os provedores que ofereçam anualmente ao menos 10 longas metragens em seus serviços.



O avanço da regulação de VoD na Europa: Alemanha

Taxação que reverte para fundo setorial:

- 1,8%, para provedores com até 20 milhões de euros de receita líquida;
- 2,5%, para provedores com mais de 20 milhões de euros de receita líquida;
- a cobrança é responsabilidade da Federal Film Board – FFA;
- imposto se estende a provedores estrangeiros.

Cotas para conteúdo nacional:

- não há obrigação de cota, mas os provedores da Alemanha têm catálogos com alta participação de obras europeias.

Isenções:

- provedores com receita líquida anual menor que 500 mil euros.

O avanço da regulação de VoD na Europa: Itália



Cotas para conteúdo nacional ou Investimento direto:

- $\geq 20\%$ de obras europeias (em relação às horas/ano contidas no catálogo);
- ou
- investimento em obras de europeias (produção ou licenciamento), no valor equivalente a 5% das receitas/ano provenientes do serviço de VoD (1% pode ser "transferido" para o ano seguinte);
 - a implantação dessas taxas foi gradual, por 5 anos, desde 2011.

Proeminência de conteúdo nacional:

- não há essa obrigação, mas se houver proeminência das obras europeias, as obrigações de cotas ou investimentos podem ser reduzidas em de 10% a 20%, dependendo do grau de proeminência. A agência reguladora italiana, AGCOM, acordou com os provedores um quadro de pontuação para definir se terão obrigação de cota de 16% a 18%, em vez de 20%, ou obrigação de investimento de 4% a 4,5%, em vez de 5%.

O avanço da regulação de VoD na Europa: Itália



Outras cobranças:

- 500 euros para operar por 12 meses no mercado.

Isenções:

- provedores que não obtiveram lucro nos últimos 2 anos, ou com market-share inferior a 1%, ou "temáticos", isto é, cuja programação seja pelo menos 70% dedicada a um tema específico.



O avanço da regulação de VoD na Europa: Espanha

Cotas para conteúdo nacional:

- $\geq 30\%$ das horas de conteúdo do catálogo dedicadas a obras europeias, sendo que 50% destas devem ser veiculadas em qualquer língua oficial da Espanha.

Obrigação de investimento direto:

- $\geq 5\%$ do total de receitas obtidas no ano anterior (exceto as provenientes de conteúdo pornográfico ou que incite à violência) para produção e licenciamento em obras europeias;
- metade dos investimentos deve ser direcionada a produções independentes;
- serviços temáticos (pelo menos 70% da programação dedicada a determinado gênero) cumprem obrigação de investimento apenas quando o alvo é o seu gênero temático.

Isenções:

- provedores de VoD sem responsabilidade editorial ou que tenham em seus catálogos obras com mais de 7 anos.



O avanço da regulação de VoD na Europa: Portugal

Obrigações de investimento direto:

- $\geq 1\%$ das receitas anuais obtidas com a prestação de serviços de VoD;
- este investimento pode ser feito de diferentes formas:
 - i) através da participação no financiamento ou na produção;
 - ii) adiantamento à produção sob a forma de garantias mínimas
 - iii) aquisição de direitos de distribuição;
- os montantes de investimento não gastos são direcionados ao Instituto de Cinema e Audiovisual (ICA).

Proeminência de conteúdo nacional:

- criação, nas plataformas, de área dedicada às obras nacionais.

Outras taxações:

- 4% sobre receitas de publicidade.

O avanço da regulação de VoD na Europa: República Tcheca



Taxação que reverte para fundo setorial:

- 0,5% do preço pago pelo usuário final do serviço.

Cotas para conteúdo nacional ou Investimento direto:

- \geq 10% das obras ofertadas devem ser europeias;

ou

- \geq 1% das receitas geradas pelo serviço devem ser direcionadas à produção ou licenciamento de obras europeias.

Experiências internacionais

O debate na América do Norte e América Latina



O debate no Canadá

- Em 2014, em audiência pública sobre a revisão da política de televisão canadense, Netflix e Google questionaram a jurisdição do CRTC (agência reguladora canadense) e a aplicação da lei canadense, uma vez que não ofertam um serviço de transmissão convencional;
- Em seu relatório de junho de 2015, a Canadian Media Producers Association e o Canadian Centre for Policy Alternatives declararam apoiar um imposto sobre os serviços OTT;
- Tanto o governo anterior quanto o atual governo se opuseram a tal imposto;
- Em novembro de 2016, em consulta pública feita pelo Ministério da Cultura sobre conteúdo canadense no mundo digital, a Netflix afirmou que devido aos seus investimentos substanciais em produções cinematográficas e de TV canadenses, seus serviços não devem sofrer regulamentação.



O debate no Canadá

- Em junho de 2017, o governo canadense rejeitou novamente a ideia de um imposto sobre a Netflix e outros serviços de banda larga;
- Em setembro de 2017, o governo anunciou um acordo com a Netflix segundo o qual ela investirá o equivalente a US\$ 400 milhões em conteúdos produzidos no Canadá nos próximos cinco anos;
- Parte do acordo inclui o compromisso da Netflix em promover o conteúdo audiovisual com idioma francês, através de uma "estratégia de desenvolvimento de mercado para o Canadá", no valor equivalente a US\$ 19,94 milhões, que incluirá "dias de lançamento" para produtores e eventos de recrutamento e outras atividades promocionais e de desenvolvimento de mercado.



O debate nos Estados Unidos

- Não há qualquer tipo de regulação sobre serviços OTT;
- No entanto, os estados e municípios podem taxar transações feitas pela internet.

O debate no Chile



- A auto-regulação do mercado (adoção de "boas práticas") é vista pelo governo como uma possibilidade futura.

O debate na Colômbia



- Em 2015, um projeto de lei apresentado na Câmara dos Deputados propôs regular qualquer serviço de comunicação audiovisual (incluindo OTTs) da mesma forma, independentemente da rede ou dispositivo usado para fornecer conteúdo;
- Em março de 2016, o Ministério das TIC promoveu rodadas de consulta pública para discutir e definir futuras políticas de conteúdo audiovisual e serviços de TV, incluindo o OTT;
- A CRC (Comisión de Regulación de Comunicaciones) publicou uma análise dos mercados audiovisuais em um ambiente convergente em fevereiro de 2016 e abriu consulta pública sobre uma proposta de regulamentação em abril de 2016;

O debate na Colômbia



- Em janeiro de 2017, o imposto sobre valor agregado de serviços digitais subiu de 16% para 19%;
- Em 25 de maio de 2017, a Associação dos Operadores de TIC da Colômbia (ASOTIC) propôs a imposição de taxaço e cotas para provedores OTT .

O debate na Argentina



- Em agosto de 2014, foi instituída uma taxa de 3% sobre a renda bruta proveniente de assinatura de serviços de streaming de audiovisual, e de aluguel ou compra de conteúdos digitais em geral;
- Em janeiro de 2015, a aplicação dessa taxa foi adiada até que o sistema de arrecadação se organize para que ela possa ser implementada;
- A partir de fevereiro de 2018, o governo argentino iniciará a cobrança de 21% do “Impuesto al Valor Agregado” (IVA) sobre serviços digitais (VOD, música, games, apps, etc.), cobrado diretamente através da fatura do cartão de crédito.

O debate no Brasil



- Os provedores de VoD estão sujeitos à Condecine sobre título – Novos mercados, cujo modelo de incidência é (por título, por 5 anos):

Obra cinematográfica ou videofonográfica de até 15 minutos: R\$ 729,12

Obra cinematográfica ou videofonográfica de duração superior a 15 minutos e até 50 minutos: R\$ 1.701,28

Obra cinematográfica ou videofonográfica de duração superior a 50 minutos: R\$ 7.291,25

Obra cinematográfica ou videofonográfica seriada (por capítulo ou episódio): R\$ 1.822,81



O debate no Brasil

- A Lei Complementar nº 157/2016 incluiu na lista de serviços sujeitos à cobrança de ISS, descritos na Lei Complementar nº 116/2003,

"1.09 - Disponibilização, sem cessão definitiva, de conteúdos de áudio, vídeo, imagem e texto por meio da internet, respeitada a imunidade de livros, jornais e periódicos (exceto a distribuição de conteúdos pelas prestadoras de Serviço de Acesso Condicionado, de que trata a Lei no 12.485, de 12 de setembro de 2011, sujeita ao ICMS)".

- Palmas (TO), Porto Alegre (RS), Recife (PE), Blumenau (SC) e Rio de Janeiro (RJ) são exemplos de cidades que já tiveram aprovação da regulamentação da lei.
Belo Horizonte (MG), Salvador (BA), Cuiabá (MT), Florianópolis (SC), João Pessoa (PB) e São Paulo (SP), são exemplos das capitais que tiveram os projetos encaminhados à Câmara.
Rio Branco (AC), Manaus (AM), Porto Velho (RO), Fortaleza (CE) e Curitiba (PR) ainda estão em processo de elaboração do PL;
- A alíquota mínima do Imposto é de 2%.

O debate no Brasil



- Em março de 2017, a Ancine submeteu à consulta pública Notícia Regulatória sobre a regulação do segmento de VoD;
- Em outubro de 2017, foi instituído o GT de VoD no âmbito do Conselho Superior de Cinema. Esse grupo de trabalho tem o objetivo de construir uma proposta de medida provisória ou de projeto de lei que irá regulamentar a cobrança da Contribuição para o Desenvolvimento da Indústria Cinematográfica Nacional (Condecine) sobre os serviços de Vídeo sob Demanda.
- Em janeiro de 2018, a Diretoria Colegiada da Ancine aprovou a Proposta de Ação 1-E/2018/SAM para Análise de Impacto Regulatório do mercado de Vídeo por Demanda.

Obrigada!

luana.zubelli@ancine.gov.br

Superintendente de Análise de Mercado - ANCINE