

Mandat for utvalget

Bakgrunn

IKT er en viktig driver for innovasjon og økonomisk vekst. Teknologiene endrer måten vi jobber på, produktene vi lager og måten vi agerer på som brukere og forbrukere. I følge EU bidrar IKT til 50 prosent av produktivitetsveksten i samfunnet.

Nye produkter, produksjonsmåter og produksjonsbetingelser utfordrer i dag ikke bare tradisjonelle forretningsmodeller, men også den gjeldende reguleringen på feltet. Digitaliseringen av mediesektorene er nå gjennomført, med unntak av radio, er sammensmeltingen av tele-, medie- og IT-sektorene langt på vei et faktum. IT-, tele- og innholdsbransjene opererer i stadig større grad i et samlet tjeneste- og innholdsmarked, både som konkurrenter og alliansepartnere. Mens analoge og digitale innholdstjenester i dag lever side om side, har lovregulering, avgiftsregimer og støtteordninger tradisjonelt sitt utspring i en analog virkelighet. Det er derfor ikke gitt at rammebetingelsene for innhold og tjenester er teknologinøytrale og tilpasset en digital fremtid.

IKT endrer også produksjon, distribusjon og bruk av *innhold*. Stadig mer innhold tilbys som tjenester på nett, og stadig nye applikasjoner og tjenester som sammenstiller data og innhold på nye måter ser dagens lys. Viktige drivere er blant annet Internett som med sine åpne protokoller gjør det mulig å tilby innhold fra ulike plattformer til brukerterminaler, både stasjonære (for eksempel, spillkonsoller, TV og PC) og mobile (smarttelefon eller lesebrett). Videre gjør utbredelsen av høyhastighetsbredbånd og mobile nett det mulig å kringkaste i sanntid, streame eller laste ned store mengder data til ulike enheter, og utbredelsen av mobile enheter åpner opp for nye stedbaserete tjenester og bruksmønstre som kjennetegnes ved fleksibilitet og mobilitet.

EU la 19. mai 2010 frem sin IKT-strategi for de neste ti årene. Strategien, European Digital Agenda, tar til orde for å fremme utviklingen av et felles europeisk digitalt marked. EU vil redusere markedsfragmentering innen digitalt innhold og tjenester, og gjøre netthandel enklere på tvers av landegrensene i Europa. Ifølge EU-kommisjonen vil et felles europeisk marked for digitalt innhold kunne gi en firedobling av salgsinntektene i sektoren for kreativt innhold. EU er opptatt av at det legges til rette for enklere bruk og lisensiering av innhold på tvers av landegrensene, interoperabilitet og transparens og at rettighetshaverne sikres rimelig vederlag.

Norge har i dag de beste forutsetningene for å ligge i front på digital tjenesteutvikling. Vi er ledende i Europa på bredbåndsutbredelse og digital kompetanse og innbyggerne er raske med å ta i bruk nye enheter. Men til tross for at Norge er i verdenstoppen når det gjelder internettbruk og kyndige brukere, scorer Norge kun gjennomsnittlig på salg av varer og tjenester på nett, i følge Europe's Digital Competitiveness Report, 2010.

Muligheter

Overgang fra en varebasert til en mer tjenestebasert innholdsdistribusjon er positiv og innebærer nye muligheter for *næringsutvikling*. Teknologiutvikling og teknologianvendelse innebærer nye muligheter for *verdiskaping* gjennom utvikling av *nye tjenester* både for etablerte og nye aktører i innholds- og IKT-bransjen. Også den tradisjonelle tjenesteindustrien kan øke sin omsetning ved digitalisering av tjenester. Innhold vi tradisjonelt har kjøpt som fysiske varer (for eksempel kataloger, programvare, film, musikk, aviser eller bøker), kan i

dag tilbys som elektroniske tjenester for nedlasting eller streaming. Med kraftige prosesseringsenheter, GPS, kompass og akselerometer, åpner smarttelefonen eller lesebrettet opp for nye stedbaserte tjenester, der brukeren kan få tilgang til historisk informasjon om plassen hun er på, eller orientere seg i nærområdets tilbud (som for eksempel kultur-, restaurant-, og transporttilbud). Samtidig åpner fremveksten av brukervennlige verktøy for at stadig flere kan skape innhold og utvikle innovative applikasjoner. Med web 2.0-teknologi og enkle programmeringsverktøy utvikles nye verdiøkende tjenester (blant annet såkalte mash-ups og apps) for både nett- og mobilmarkedet. Brukerne blir aktører i de ulike delene av verdikjeden og opptrer både som *produsenter*, *formidlere*, *markedsførere* og *distributører*.

Ny teknologiutvikling og -anvendelse innebærer økt *tilgang til informasjon, kunnskap og kultur*. Mens det innenfor de tradisjonelle innholdsindustriene har vært fokus på bestselgere for å sikre inntjening, har nisjene i mindre grad blitt betjent fordi volumet har vært for lavt. Med digitaliseringen og nye muligheter for markedsføring, brukertilpasning og -kollaborasjon vil nisje- og ettermarkedene (for eksempel for musikk, film, og bøker) kunne bli mer kommersielt interessante.

Teknologiutviklingen innebærer også mulige *miljøgevinster*. Økt avmaterialisering av innholdsproduksjon og -distribusjon betyr mindre bruk av fysiske innsatsfaktorer (for eksempel papir, plast og andre fysiske medier). Når innhold fraktes som bits og bytes reduseres også transportbehovet.

Videre innebærer utviklingen også *samfunnsøkonomiske gevinster*. Overgangen fra varebaserte til tjenestebaserte tilbud kan også innebære en effektivisering av produksjon og distribusjon og bidra til økt økonomisk bærekraft og konkurransekraft.

Utfordringer

Utvikling av nye tjenester og overgang til fulldigital distribusjon innebærer en del utfordringer. Tradisjonelle forretningsmodeller og etablerte verdikjeder settes under press i møte med nye digitale distribusjonsformer og nye konkurrenter fra tradisjonelt adskilte markeder. Utfordringer er blant annet knyttet til *teknologi*, (for eksempel gjennom mangel på åpne standarder og plattformer, datasikkerhet ved kjøp og salg av tjenester); til *markedsmodenhet* (tilgjengelighet, tillit til og utbredelse av nettbaserte betalingsløsninger); til *regulering* (ulike rammevilkår for innhold distribuert som varer vs. tjenester, manglende lisensiering til nye medier, prosedyrer for rettighetsklarering, forbrukerrettigheter i det digitale landskapet, geo-cripping/tilgangsbegrensning basert på geografi); og til *konkurranse* (leverandørbindinger pga. manglende interoperabilitet ved digital rettighetsadministrasjon og lukkede utviklingsplattformer).

Mandat

Som ansvarlig for samordning av IT-politikken er FAD opptatt av å identifisere hindre mot elektronisk handel og tjenesteutvikling på nettet og av å realisere potensialet for innovasjon, næringsutvikling og verdiskaping i samfunnet knyttet til digitalisering av innhold og tjenester. FAD har derfor nedsatt et offentlig utvalg for å kartlegge utfordringer og eventuelle barrierer samt foreslå policy og hensiktsmessige tiltak på området.

Utvalget skal:

- identifisere utfordringer og eventuelle barrierer mot digital tjenesteutvikling, elektronisk handel og verdiskaping (f. eks. teknologiske, regulatoriske, økonomiske,

konkurransmessige, eller andre), vurdere betydningen av hindringene, og om utfordringene bør løses av markedsaktørene eller av myndighetene

- gi innspill til politikktutvikling på området og vurdere insentiver og tiltak som bidrar til å realisere mulighetene for næringsutvikling, verdiskaping og miljø- og samfunnsgevinster innen 2020
- vurdere tilsvarende politikk og rammeverk i andre land det er naturlig å sammenlikne med
- identifisere problemstillinger som krever evt. overnasjonal regulering, eller annen type overenskomst

Hensynet til plattformnøytralitet, nettnøytralitet, personvern, forbrukerrettigheter og opphavsrettigheter og standarder bør være førende for utvalgets arbeid. Listen er ikke uttømmende. På områder hvor utvalget finner at det vil føre for langt å gå inn i konkrete vurderinger, kan utvalget nøye seg med å trekke opp prinsipielle linjer, og slik legge forholdene til rette for senere utredning og oppfølging. Utvalget skal ikke foreslå konkrete skatte- og avgiftsendringer.

Forslagene som legges fram, må forholde seg til Norges deltakelse i internasjonale konvensjoner og EØS-forpliktelser, men utvalget må gjerne peke på områder hvor Norge kan være tjent med å arbeide for endringer i internasjonalt avtaleverk for å fremme kreativitet og verdiskaping. Utvalget bør også vurdere EUs politikktutvikling og gi anbefalinger om hvordan Norge bør forholde seg til utviklingen av et europeisk, indre, digitalt marked.

Utvalget bør nyttiggjøre seg annet utredningsarbeid som knytter seg til feltet. Relevant er blant annet utredningen til Mediestøtteutvalget om økonomiske virkemidler på medieområdet som ble overlevert 17. desember 2010 og Medieansvarsutvalgets utredning om reguleringen av ansvarssystemet på medieområdet som blir lagt frem våren 2011. Begge utvalgene er nedsatt av Kulturdepartementet.

Utvalget skal vurdere de økonomiske og administrative konsekvensene av sine forslag i samsvar med utredningsinstruksens kapittel 2. Minst ett av forslagene skal være provenynøytralt. Utvalget skal avgi innstilling innen 1. september 2012 til fornyingsministeren.