



SEPTEMBER—2020

# GOSPODARSKI POMEN AVDIOVIZUALNE INDUSTRIJE V SLOVENIJI

POSEBNA IZDAJA  
**MEGAFON**

The logo for 'MEGAFON' includes a graphic of three curved lines below the text, resembling a megaphone or sound waves.

K O L O F O N

**IZDAJATELJ:** AIPA, k. o. **UREDNIŠKI SVET:** Rok Ban, Andrej Štritof, Gregor Štibernik. **NAKLADA:** 1.800, September 2020. Bilten ni naprodaj.

**REDAKCIJA:** Luna \TBWA. **OBLIKOVANJE:** Matic Kozinc. **TISK:** PARTNER GRAF zelena tiskarna d. o. o.

**FOTO:** Matic Kozinc, Boštjan Pucelj, STA, Milan Skledar. COBISS3/Serijske publikacije, **ISSN:** 2712-5769

- 004 UVODNIK  
**CINEMA ALPINO**
- 006 ŠTUDIJA  
**ŠTUDIJA DRŽAVNIH PODPOR TER  
EKONOMSKIH IN FISKALNIH UČINKOV  
AV INDUSTRIJE V SLOVENIJI**
- 010 POGLED DRŽAVE  
**AV INDUSTRIJA IN TURIZEM  
Z ROKO V ROKI**
- 012 POGLED DRŽAVE  
**DRŽAVA MORA SKRBETI ZA UGODNO  
OKOLJE IN OMOGOČATI NOVE  
PRILOŽNOSTI ZA RAZVOJ  
AV INDUSTRIJE V SLOVENIJI**
- 014 POGLED DRŽAVE  
**BREZ JAVNIH POLITIK IN JAVNEGA  
INVESTIRANJE NI RAZVOJA  
AV SEKTORJA**
- 016 IZ PRAKSE  
**AV INDUSTRIJA KOT SODOBEN  
INKUBATOR DELOVNE SILE**
- 018 IZ PRAKSE  
**TO JE INVESTICIJA V RAZVOJ IN NE  
STROŠEK DRŽAVE**
- 022 IZ PRAKSE  
**SLOVENIJA Z JAVNIM DENARJEM  
PRIVABI VRHUNSKE PRODUKCIJE,  
POTEM PA JIH Z BIROKRATSKIMI  
NESMISLI ODŽENE**
- 029 IZ PRAKSE  
**DENAR Z LOPATO MEČEMO ČEZ MEJO**
- 034 POGLED Z DISTANCE  
**KRATKA ZGODOVINA  
SLOVENSKE PRIHODNOSTI**
- 040 PRAVNI OKVIRI  
**VPRAŠANJA PRAVNEGA REŽIMA  
FILMSKE INDUSTRIJE**
- 044 PRAVNI OKVIRI  
**ROKI ZA SPREJETJE TREH NUJNIH  
DIREKTIV SO PRAKTIČNO TU,  
KJE SMO PA MI?**
- 050 NOVA REALNOST  
**AV VSEBINE NA PRVEM MESTU TUDI V  
NAJBOLJ KRIZNIH ČASIH**
- 052 NOVA REALNOST  
**GLE DANOST TV V SLOVENIJI PODIRA  
REKORDE, KAJ PA USTVARJALCI?**
- 054 ZAKLJUČEK  
**AV INDUSTRIJA JE MOČAN,  
VENDAR NEIZKORIŠČEN STEBER  
SLOVENSKEGA GOSPODARSTVA**

## UREDNIŠKI SVET

TEMELJ TE POSEBNE TEMATSKE ŠTEVILKE MEGAFONA PREDSTAVLJA ŠTUDIJA O GOSPODARSKEM POMENU AVDIOVIZUALNE INDUSTRIJE, NADGRAJUJEJO PA JO PRISPEVKI IN RAZMIŠLJANJA O TEM, KAR »*INSAJDERJI*« ŽE VEMO: »UKVARJANJE S FILMOM« NI NEK »HOBI PROGRAM«, TEMVEČ JE ZELO RESEN IN ZA DRŽAVO POMEMBEN POSEL.

Ki pa še zdaleč ni izkoriščen.

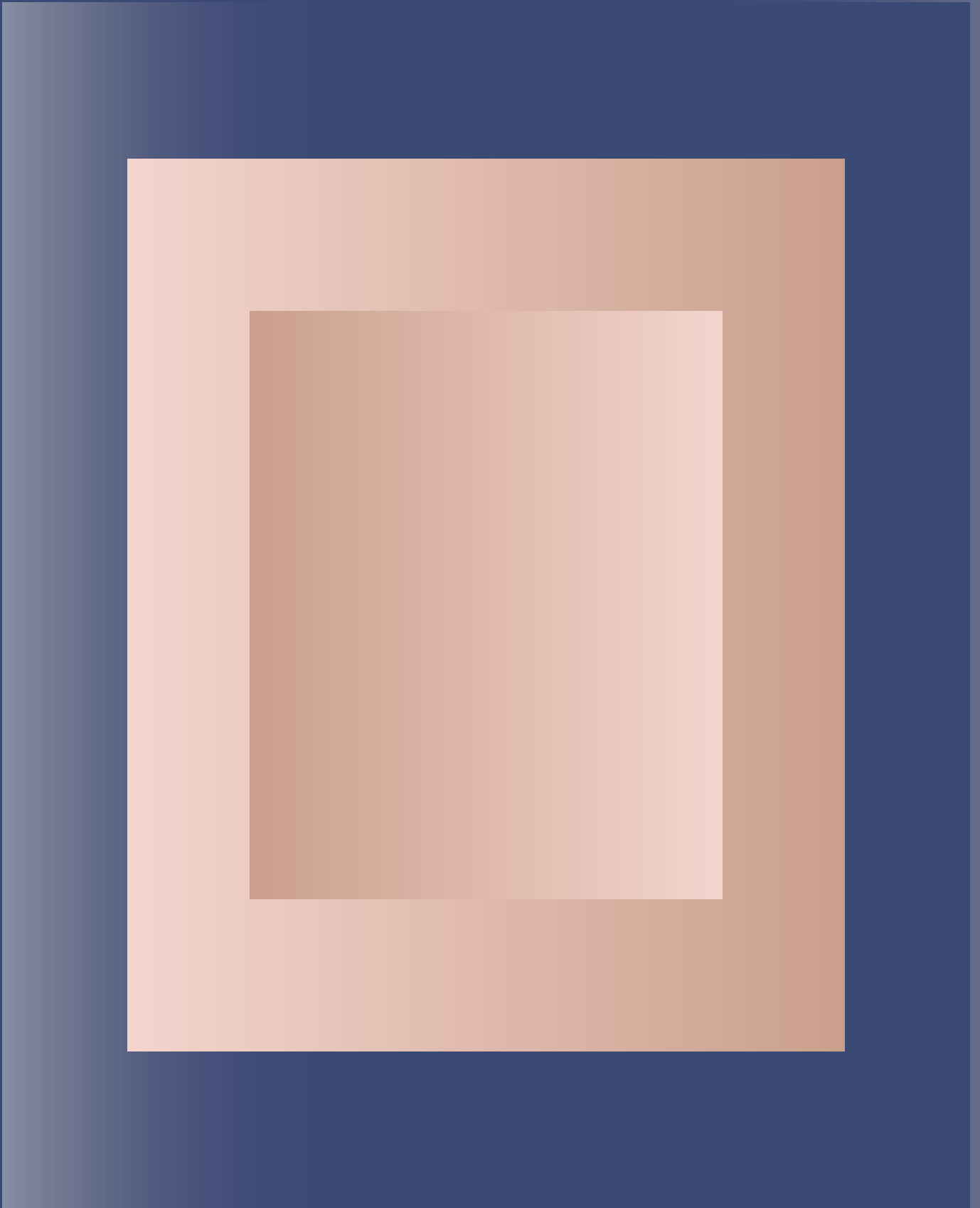
Katere so priložnosti, kako jih lahko udejanjamo, kakšna naj bo pri tem vloga države, kaj je potrebno za vzpostavitev dialoga med avdiovizualnimi ustvarjalci ter lokalnimi skupnostmi in okoljskimi institucijami? Kakšne so izkušnje iz tujine?

O teh in drugih vprašanjih so sodelujoči razpravljali v okviru več javnih predstavitev študije in zdaj jih, zbrane na enem mestu, ponujamo tudi v tiskani obliki. Projekt smo zagnali pozno spomladi 2019, prve rezultate pa javno predstavili pol leta pozneje.

Zelo naivno bi bilo misliti, da taka študija in pregled panoge hitro zastarita, izgubita na aktualnosti in pomenu. Če kdaj, potem se leto dni pozneje, ko je svet zaradi pandemije praktično obstal (in se prilepil na ekrane, željan vsebin), kaže, kako pomemben je strateški pristop k avdiovizualni industriji.

Zato bo pri sprejemanju nadaljnjih odločitev, ki bodo slovensko avdiovizualno krajino zaznamovale za naslednjih nekaj desetletij, še kako pomembno sodelovanje treh ministrstev: gospodarskega (*SatCab* in *Copyright* direktiva), kulturnega (AVMS direktiva) in finančnega (davčne spodbude in drugi finančni mehanizmi).

V Sloveniji se prepogosto delimo na »vaše« in »naše«, zato je na tem mestu prav gotovo potrebno še posebej poudariti, da je študija lahko nastala le s povezovanjem vseh ključnih akterjev s področja avdiovizualne industrije. Stanovskim združenjem se moramo zahvaliti za dober zgled sodelovanja, ki daje upanje za nadaljnje prepotrebne projekte. ■



# ŠTUDIJA DRŽAVNIH PODPOR TER EKONOMSKIH IN FISKALNIH UČINKOV AV INDUSTRIJE V SLOVENIJI

**LUKA VESNAVER,**

DELOITTE SLOVENIJA

V LETU 2018 JE DELOITTE SLOVENIJA V SODELOVANJU Z ZAVODOM ZA UVELJAVLJANJE PRAVIC AVTORJEV, IZVAJALCEV IN PRODUCENTOV AVDIOVIZUALNIH DEL SLOVENIJE (AIPA, K. O. ), DRUŠTVOM AVDIOVIZUALNIH PRODUCENTOV SLOVENIJE, DRUŠTVOM FILMSKIH PRODUCENTOV SLOVENIJE IN SLOVENSKIM FILMSKIM CENTROM ŠTUDIJO DRŽAVNIH PODPOR TER EKONOMSKIH IN FISKALNIH UČINKOV AV INDUSTRIJE V SLOVENIJI. ŠTUDIJA JE MED DRUGIM RAZKRILA, DA SO AVDIOVIZUALNE (AV) VSEBINE V LETU 2018 USTVARILE SKORAJ 1 % CELOTNEGA IZVOZA SLOVENIJE, DELEŽ BRUTO DODANE VREDNOSTI, KI JO PREK PLAČANIH FISKALNIH PRISPEVKOV AV INDUSTRIJA PRISPEVA V DRŽAVNI PRORAČUN, PA ZNAŠA SKORAJ 40 %. AV INDUSTRIJA JE TUDI INDUSTRIJA S SORAZMERNO VISOKIM (IN ŠE NEIZKORIŠČENIM) IZVOZNIM POTENCIALOM, ZLASTI V POVEZAVI Z GLOBALNIMI TRENDI NA TEM PODROČJU.

## V SLOVENIJI SMO LETA 2018 USTVARILI:

500

OGLASOV

400

VIDEOSPOTOV

12

DOKUMENTARNIH  
FILMOV

8

IGRANIH  
CELOVEČERNIH  
FILMOV

5

ANIMIRANIH  
FILMOV

4

SERIJE

Gospodarskega potenciala AV vsebin ni več mogoče zanikati, predvsem zaradi videovsebin na zahtevo, ki so med letoma 2012 in 2017 beležile največjo rast prihodkov znotraj AV industrije. Medletna rast prihodkov v navedenem obdobju je za ta segment znašala 44 % in v letu 2017 predstavljala kar 77 % skupne rasti trga.

“ **Neposredna bruto dodana vrednost (BDV) AV industrije v Sloveniji je v letu 2016 znašala 94,464 milijona evrov, vključno s posrednimi učinki pa je AV industrija v letu 2016 ustvarila 170 milijonov evrov BDV.**

Iz gospodarskega vidika ima AV industrija v Sloveniji mnoge pomembne učinke: odpiranje novih delovnih mest, ustvarjalno gospodarstvo, tuje naložbe in izvoz, turizem, krepitev nacionalne blagovne znamke, razvoj talentov in spretnosti.

- Raznolike in atraktivne snemalne lokacije (obala, jezera, alpski vrhovi, jame, reke, hribi, gradovi, travniki, arhitekturni elementi) in raznoliki letni časi
- Regionalna povezanost in kratke razdalje
- Visoka raven znanj in veščin, povezanih z industrijo
- Najcenejša država v Alpah
- Povračilo 25 odstotkov v Sloveniji ustvarjenih stroškov za tuje produkcije
- Ostale subvencije in pomoči (RTV, FS Viba film, SFC)

## PREDNOSTI

## PRILOŽNOSTI

- Ustvarjalna industrija kot del novega strateškega okvira slovenskega gospodarstva
- Vzpostavitev medsektorskega povezovanja (reševanje težave okolja in lokalnih skupnosti; sodelovanje z Zavodom za zaposlovanje, MGRT, MK, MDDSZ)
- Dodatno financiranje z EU sredstvi in drugimi tujimi javnimi sredstvi (koprodukcije)
- Proaktivna politika (lobiranje, gospodarska diplomacija, skupni nastopi na trgu itd.)
- Nacionalna teritorialna obligacija (reinvesticija v prostor, kjer ponujajo svoje storitve)
- Komercializacija avdiovizualnih vsebin z uporabo novih prodajnih kanalov (storitve na zahtevo, družabna omrežja itd.)

ŠTEVILO PODJETIJ V  
AV INDUSTRIJI V LETU 2018

1.200

- Nerazvit sistem spodbujanja investicij filmske industrije (omejeni viri, ni lokalnih ali regionalnih skladov oz. virov)
- Nепrepoznavnost prednosti AVI na lokalni/regionalni ravni (kakšne so koristi za lokalne skupnosti) in zavračanje tujih produkcij pri načrtovanju snemalnih lokacij v Sloveniji (težava lokalnih skupnosti in okoljskih vprašanj)
- Odsotnost zasebnih investitorjev
- Nesistematično privabljanje velikih produkcijskih hiš in oglaševalskih agencij
- Slabo razviti distribucijski kanali domače filmske industrije (kinodvorane, vsebine na zahtevo)
- Nizka stopnja dobičkonosnosti lokalne filmske industrije in jezikovno majhen trg

## SLABOSTI

## NEVARNOSTI

- Stagnacija razvoja podpornega okolja AVI in počasna odzivnost pristojnih organov
- Premalo ambiciozne politike, ki AVI ne obravnavajo kot gospodarsko dejavnost
- Hitro razvijajoča se AVI v sosednjih/konkurenčnih državah
- Dolgi roki pri izplačevanju denarnih povračil
- Nezadostne spodbude za privabljanje tujih investicij v AVI
- Odsotnost pozicioniranja oz. znamčenja Slovenije kot snemalne lokacije

## 1. Ekonomski učinki

Neposredni in posredni ekonomski učinki AV industrije so prisotni v številnih sektorjih in industrijah, saj se pomemben del proračuna projektov porabi za nakup blaga in storitev na lokalnem trgu.

BDV V EVRIH NA  
ZAPOSLENEGA V INDUSTRIJI

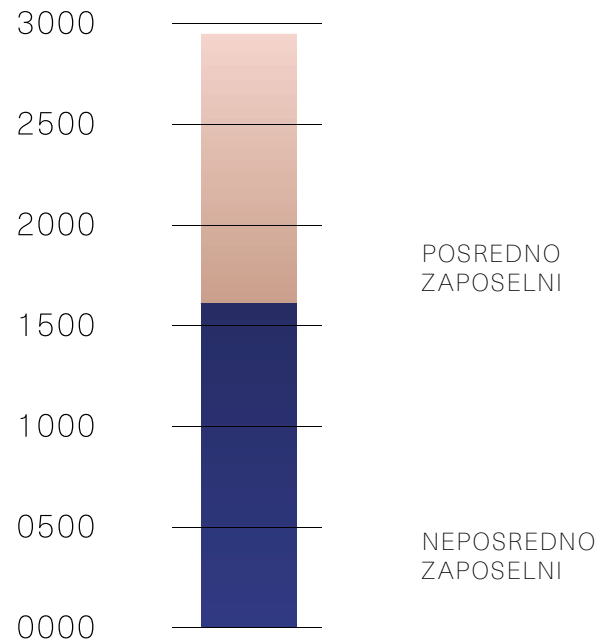
59.300

## 2. Fiskalni učinki

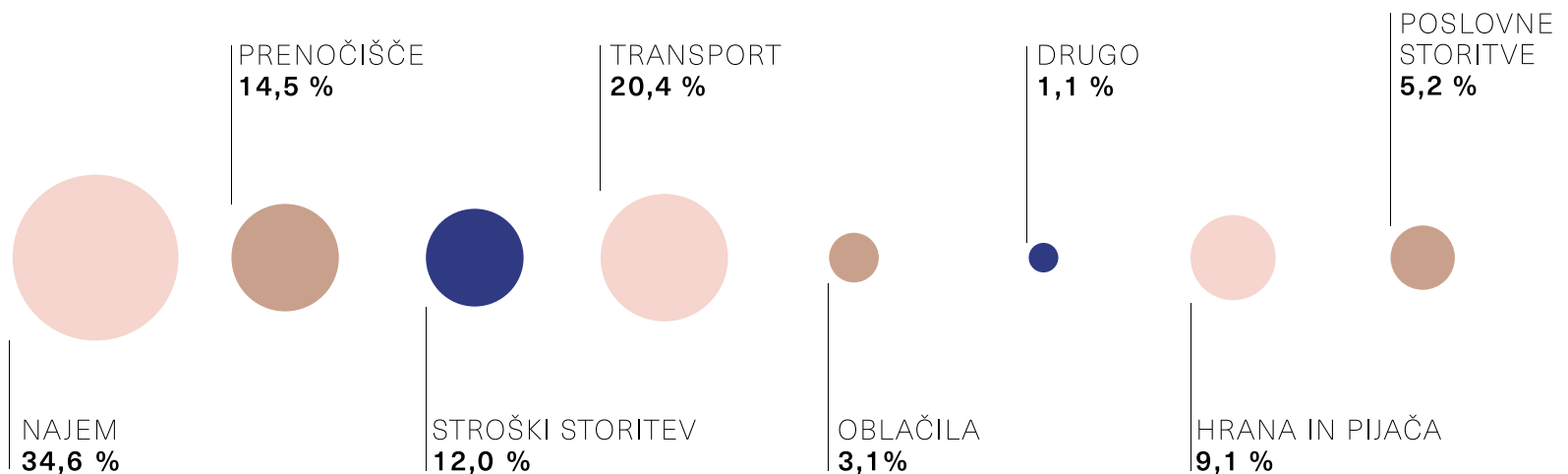
Delež bruto dodane vrednosti, ki jo prek plačanih fiskalnih prispevkov AV industrija prispeva v državni proračun, znaša skoraj 40 %.

AV industrija tako z vsakim evrom bruto dodane vrednosti v državni proračun prek socialnih prispevkov in plačanih davkov pridoda 0,386 evra. S tem predstavlja zdravo in pomembno ustvarjalno usmerjeno panogo slovenskega gospodarstva.

ŠTEVILO DELOVNO AKTIVNIH  
V SEKTORJU V LETU 2016



“ AV industrija v Sloveniji je v letu 2016 ustvarila 0,23 % BDP, BDV na zaposlenega v industriji pa je znašal 59.300 evrov (za primerjavo, BDP na prebivalca je v letu 2016 znašal 19.551 evrov).

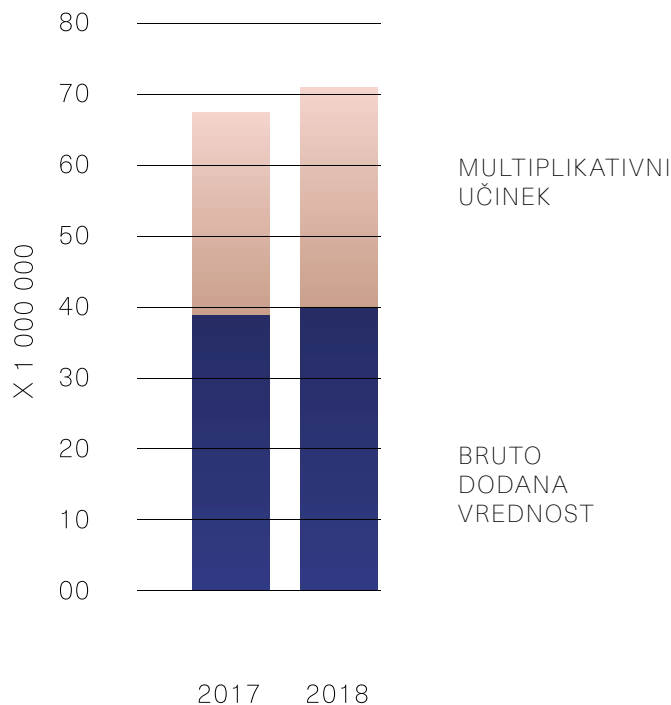




STOPNJA FISKALNIH UČINKOV  
ZA LETO 2018

38,6 %

NEPOSREDNI FISKALNI  
UČINKI SEKTORJA =  
PLAČANI DAVKI +  
SOCIALNI PRISPEVKI SEKTORJA



### 3. Multiplikacijski učinki

Na tem mestu je potrebno omeniti tudi multiplikator fiskalnih in ekonomskih učinkov AV industrije v Sloveniji, katerega vrednost, ob upoštevanju mednarodnih študij, ocenjujemo na 1,8.

Multiplikator v višini vrednosti 1,8 pomeni, da je obseg celotnega ekonomskega ali fiskalnega učinka 1,8-krat višji od neposrednega učinka. Za primer: AV industrija na vsakih 100 neposredno zaposlenih v AV industriji delo posredno omogoča še dodatnim 80 zaposlenim v slovenskem gospodarstvu.



## PRIHODNOST SLOVENSKE AV INDUSTRIJE IN SLOVENSKEGA GOSPODARSTVA

Velika rast potreb po AV vsebinah, na kar vpliva tudi razmah mnogih platform videa na zahtevo, je izjemna gospodarska priložnost.

Avtorji študije smo prepričani, da se tudi v Sloveniji rast AV industrije lahko doseže, a le če se prepoznajo naslednje kratkoročne priložnosti za slovensko gospodarstvo:

- Področju je potrebno zagotoviti ustrezno javno financiranje za nadaljnji razvoj.
- AV industrijo je potrebno prepoznati kot prioriteto ter jo smiselno umestiti v delovanje različnih državnih institucij.
- Zagotoviti je potrebno optimalno delovanje Filmske komisije Slovenije.
- Spodbujati je potrebno razvoj trženjskega potenciala domačih AV projektov.
- Nujna je vzpostavitev dialoga med AV ustvarjalci ter lokalnimi skupnostmi in okoljskimi institucijami.

Poleg tega je potrebno na srednji rok strateško urediti celotno področje razvoja AV industrije, in sicer so nujni:

- Priprava medsektorske nacionalne strategije razvoja AV industrije.
- Zagotovitev ustreznih virov financiranja za delovanje filmskih in AV institucij.
- Sistematično razvijanje kadrovskih kapacitet ter ureditev zakonodaje, ki tuje ponudnike vsebin na zahtevo spodbuja oz. zavezuje, da del prihodkov z lokalnega trga namenijo za ustvarjanje domačih AV vsebin. ■



---

Pogovor z Evo Štravs Podlogar, nekdanjo državno sekretarko na ministrstvu za gospodarski razvoj in tehnologijo (od septembra 2016 do aprila 2020)

# AV INDUSTRIJA IN TURIZEM Z ROKO V ROKI

---

## UREDNIŠKI SVET

MINISTRSTVO ZA GOSPODARSKI RAZVOJ IN TEHNOLOGIJO JE V ČASU NASTANKA ŠTUDIJE UČINKOV AV INDUSTRIJE V SLOVENIJI IN OB PREDSTAVITVI V DRŽAVNEM SVETU, KI JE POTEKALA V FEBRUARJU 2020, IZKAZALO PODORO NAŠI INICIATIVI. TAKRATNA DRŽAVNA SEKRETARKA NA MGRT EVA ŠTRAVS PODLOGAR NAS JE PODPRLA TUDI OB PRVEM JAVNEM DOGODKU, NOVEMBRSKI OKROGLI MIZI NA GOSPODARSKI ZBORNICI SLOVENIJE. V KRATKEM POGOVORU JE V FEBRUARJU 2020 ZA NAS POVZELA TAKRATNE KLJUČNE POUДАРKE STALIŠČ MGRT.

“ Na MGRT se še kako zavedamo gospodarskih učinkov in pomena AV.

“ AV industrija ima izjemen pomen tudi za turizem.

### **Kako na ministrstvu razumete potencial AV industrije, da postane nov steber slovenskega gospodarstva?**

Na MGRT se še kako zavedamo gospodarskih učinkov in pomena AV industrije v Sloveniji ter tudi prepletenosti z gospodarstvom. Veliko malih in srednjih podjetij oz. samostojnih podjetnikov je močno vpetih v to industrijo, kar jim daje priložnost za razvoj in rast. Seveda ima AV industrija izjemen pomen tudi za turizem, in sicer iz dveh vidikov. Prvi je priložnost za promocijo. Kreativne AV vsebine so atraktivne tudi za turistične obiskovalce; na letošnjem sejmu Alpe Adria je tako na primer imela *Reka ljubezni* svojo stojnico v okviru slovenske turistične ponudbe. Še bolj obetavne so seveda večje, mednarodne produkcije. Drugi vidik pa je turistični obisk. Produkcijske ekipe bivajo v Sloveniji veliko dlje od povprečja tujih gostov, ki je 2,8 dneva. Zato je dodana vrednost temu primerno višja.

### **Omenili ste kreativne vsebine. AV industrija k njim pomembno pripomore, kajne?**

Seveda, na MGRT podpiramo tudi ustvarjalnost in inovativnost, ki jih prinaša AV industrija, zato si pri pripravah na predsedovanje Slovenije EU obetamo, da bo to ena izmed tem, in sicer konkurenčnost v povezavi kreativnih industrij z gospodarstvom. Prav tako se v EU pripravlja nova industrijska strategija in kreativni sektorji so postavljeni kot prioriteta.

### **Potem ministrstvo že deluje tudi v smeri promocije države kot odlične snemalne lokacije?**

Naša želja je, da je Slovenija prepoznana kot zelena, inovativna in pametna, kar je tudi slogan slovenskega gospodarstva v tujini: Green, Creative and Smart. Ob zavedanju, kaj pomeni AV industrija za gospodarstvo in za turizem, smo na MGRT podprli prizadevanja Ministrstva za kulturo in Slovenskega filmskega centra (SFC) za delno povračilo stroškov tujim produkcijam v Sloveniji. Ravno tako sta v zadnjih nekaj letih Slovenska turistična organizacija (STO) in SFC postala dobra partnerja, zato tudi skupaj predstavljata Slovenijo kot dobro destinacijo za snemanje in različne produkcije, tako na canskem filmskem festivalu kot tudi na londonskem sejmu za promocijo filmskih lokacij Focus.

### **Praksa pa žal uči, da se večina zapletov pri razumevanju pomena AV industrije v Sloveniji zgodi na ravni lokalnih, občinskih odločevalskih struktur. Kako bo na tem nivoju razumevanje urejala država?**

V letu 2018 je STO skupaj z ostalimi deležniki pripravil zanimivo delavnico z lokalnimi organizacijami, kaj pomeni biti gostitelj takšnih produkcij in kakšne so še priložnosti. Glede na občasne probleme pri snemanju, s katerimi sem tudi seznanjena, bo kmalu čas, da se takšna delavnica ponovi in vsi uvidimo, kakšne so priložnosti. Nekatere smo že lepo izkoristili, veliko pa nas jih še vedno čaka. ■

---

# DRŽAVA MORA SKRIBETI ZA UGODNO OKOLJE IN OMOGOČATI NOVE PRILOŽNOSTI ZA RAZVOJ AV INDUSTRIJE V SLOVENIJI

---

**ALOJZ KOVŠCA,**

PREDSEDNIK DRŽAVNEGA SVETA

KO DANES V SLOVENIJI GOVORIMO O AVDIOVIZUALNI INDUSTRIJI, JO PRAVILOMA ŠE VEDNO UMEŠČAMO ZGOLJ NA PODROČJE KULTURE IN UMETNOSTI. KOT SAMI DOBRO VESTE, PA IMA IZJEMEN GOSPODARSKI POTENCIAL, KI ŽE DOLGO PRESEGA TE OKVIRE. ŠE VEČ, PODATKI KAŽEJO, DA BI LAHKO S PRIMERNIM RAZVOJEM POSTALA NOV STEBER SLOVENSKEGA GOSPODARSTVA. AVDIOVIZUALNA INDUSTRIJA SODI MED NAJHITREJE SE RAZVIJAJOČE PANOGE NE LE DOMA, TEMVEČ POVSOD PO SVETU.

Najbolj sem bil navdušen nad zgovernostjo podatkov za leto 2018: v Sloveniji smo ustvarili 500 oglasov, 400 videospotov, 12 dokumentarnih filmov, 8 igranih celovečernih filmov, 5 animiranih filmov in 4 serije, ki so v avdiovizualni industriji v istem letu ustvarili skoraj 1 % celotnega nacionalnega izvoza.

Dejstvo je, da imajo ti projekti močan vpliv na lokalno gospodarstvo, Slovenija pa ima ob nadaljnjem nadgrajevanju podpornega okolja še veliko nerealiziranih priložnosti. Novi trendi, zlasti v avdiovizualni industriji, narekujejo logično nujnost sprememb državne politike. Sama vloga države mora preiti iz trenutnega klasičnega ter pokroviteljskega pristopa do kulture v vlogo države, ki skrbi za ugodno okolje ter omogoča nove priložnosti, tudi s privabljanjem naložb iz tujine. Dobrobit tega bosta zagotovo najbolje občutila malo gospodarstvo in lokalno okolje, ki bo uspešno privabilo tovrstne investicije ter zaposlilo veliko število slovenskih filmskih delavcev ter ustvarjalcev.

Mnogi od njih že sedaj svarijo pred slabim posluhom slovenskih institucij, ki naj bi bile nepovezane in neuskklajene ter navsezadnje neodzivne. Ne smemo niti mimo dejstva, da evropske države kar tekmujejo za primat na AV področju, medtem ko za Slovenijo velja nasprotno. Upad javnih sredstev, preslabo spodbujanje zasebnih vlaganj, to je naša realnost danes.

Pa ni nujno, da tako tudi ostane.

Komisija za kulturo, znanost, šolstvo in šport DS je obravnavala in potrdila novelo Zakona o Slovenskem filmskem centru, javni agenciji Republike Slovenije. Prepričani smo, da zakon spodbuja vlaganja v filmsko oz. AV produkcijo skozi pravico do denarnega povračila do 25 % stroškov tuje produkcije filmov in avdiovizualnih del, nastalih na ozemlju Republike Slovenije.



Ukrep naj bi multiplikativno vplival zlasti na turizem in gospodarstvo – zaradi povečanega povpraševanja po raznoterih storitvah ter koriščenja infrastrukture, kulturnih in naravnih danosti, potrebnih za produkcijo in predvajanje, bi imel neposredne finančne učinke, posredno pa bi pripomogel k večji prepoznavnosti zlasti naravnih danosti države, torej povečanem zanimanju tujih turistov. Na to je zlasti opozorila že državna sekretarka na MGRT, Eva Štravs Podlogar. A žal je bila Slovenija, kljub svojim naravnim in kulturnim potencialom oz. kapacitetam, zaradi administrativnih in davčnih zahtev ter hkrati ovir pri tem nekonkurenčna.

Razprava v DS je izpostavila vprašanja glede možnosti poenotenja modela finančnih spodbud tako za tujo kot za domačo filmsko in avdiovizualno produkcijo po zgledu drugih držav. Komisija je predlagala, naj ministrstvo za kulturo s predstavniki stroke oz. ustvarjalcev preuči možnosti za spremembe v smeri ustreznega podaljšanja 2-letnega roka za izvedbo projektov in odpravi omejitev financiranja projektov s področja filmskih in AV dejavnosti na 80 % oz. jih pri sofinanciranju izenači z drugimi kulturnimi projekti.

Komisija se je seznanila tudi s problemi, s katerimi se zaradi posebnih finančnih okoliščin, pogojev dela in terminskih posebnosti filmskih projektov srečujejo slovenski producenti. Ob splošnem nezadostnem državnem financiranju filma pridobivajo sredstva tudi v tujini, pri različnih institucijah, tako da sta realizacija in terminski načrt produkcije odvisna od datumov odobritve sofinanciranja. Komisija je podprla prizadevanja

pristojnega ministrstva, da se zaradi omenjenih objektivnih razlogov zakonsko opredelijo izjeme in s tem slovenskim filmskim projektom omogoči realizacijo ter nenazadnje tudi utemeljitev proračunskega financiranja z dokončanjem in javnim predvajanjem. Naj v zvezi s tem spomnim, da je DS organiziral posvet Delovanje kolektivnih organizacij, ki upravljajo z avtorskimi pravicami. Med sprejetimi zaključki je bil tudi poziv ministrstvu, pristojnemu za kulturo, naj skladno z Nacionalnim programom za kulturo zagotovi več različnih virov za podporo razvoja kulture, ne le iz proračunskih, ampak tudi tržnih. Prav tako smo poudarili, naj državnopokroviteljski model zamenja nov celovit kulturni model, ki bo sposoben na raznolično kulturno krajino gledati dinamično, v korist ustvarjalcev ter dostopnosti do kulturnih dobrin. ■

**“ Ustvarjalci, imetniki avtorskih pravic, izvajalci, producenti in založniki si morajo prizadevati za dogovor, ki bo omogočal dvig javne podobe kolektivnih organizacij in razcvet kolektivnega upravljanja v Sloveniji v interesu vseh organizacij in njihovih članov. ”**



---

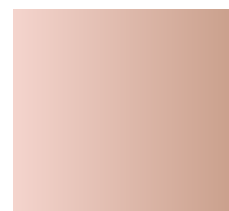
Pogovor z dr. Tanjo Kerševan Smokvina,  
nekdanjo državno sekretarko na  
Ministrstvu za kulturo (od marca 2019 do marca 2020)

# BREZ JAVNIH POLITIK IN JAVNEGA INVESTIRANJE NI RAZVOJA AV SEKTORJA

---

## UREDNIŠKI SVET

O KAZALCIH VZPONA AV INDUSTRIJE V SVETU, O SLOVENSКИH POTENCIALIH, PREDNOSTIH IN PRILOŽNOSTIH, OMNOGOTEROSTI FINANČNIH SHEM, KI JIH JE POTREBNO PRECIZNO RAZVITI, PA TUDI O RAZVOJNIH OVIRAH, KAKRŠNE RECIMO PREDSTAVLJAJO KADROVSKE MENJAVE NA MINISTRSTVU, SMO SE V FEBRUARJU 2020 POGOVARJALI Z NEKDANJO DRŽAVNO SEKRETARKO NA MINISTRSTVO ZA KULTURO, DR. TANJO KERŠEVAN SMOKVINA.



## **AV vsebine se v Sloveniji še vedno praviloma uvršča na področje kulture. Kako jih učinkovito premakniti na področje gospodarstva?**

Vloga filma in AV vsebin v našem vsakdanjem življenju, kulturnih izmenjavah in umetniškem ustvarjanju daje AV sektorju pomembne družbeno-kulturne razsežnosti, a vendar moramo v njem videti tudi ekonomski potencial. Tudi v Sloveniji so film, serije, oglasi in drugi AV projekti pomemben soustvarjalec gospodarske rasti in pomemben zaposlovalec. Čeprav slovenski film dosega opazne uspehe na mednarodnem področju/festivalih, za zdaj še ni prišlo do tistega pravega, vidnejšega preboja slovenske AV industrije. Uspehi filmskih ustvarjalcev za tak preboj ne zadoščajo, če niso pospremljeni s spodbudnim okoljem, ki ga mora zagotavljati država. Brez javnih politik in javnega investiranja v Evropi ni razvoja AV sektorja, niti ne na državni niti ne na širši ravni.

## **Znotraj AV okolja, ki je vpeto v globalnega, je slovenski AV sektor morda majhen, a odlikujejo ga dolga tradicija, znanje, talent in sposobnost povezovanja. Kako torej v takih razmerah poskrbeti za ohranjanje kulturne raznolikosti in ustvarjanje priložnosti za nacionalno AV industrijo?**

Skoraj popolna digitalizacija distribucije, množenje različnih vrst naprav, na katerih lahko kakovostno spremljamo vsebine, in stalna visokozmogljiva povezanost so izzvali hitre in globoke spremembe AV industrije, pa tudi vzorcev potrošnje med evropskimi gledalci. A s tem tudi nove priložnosti. Sektor je praktično eksplodiral in trg so prevzeli globalni igralci. Preoblikoval se je celoten AV sistem, od produkcije do monetizacije. Ta nova zapletenost evropskega AV prostora je odprla tudi pomembna kulturna vprašanja. Več kot polovica ponudnikov na zahtevo s sedežem v EU cilja na širši prostor od države, v kateri imajo sedež. In večina je pod nadzorom ameriškega kapitala.

Različne sheme financiranja, ki so se v Evropi razvijale v drugi polovici prejšnjega stoletja, so še naprej uspešne, zlasti na velikih in cvetočih trgih, kot sta Nemčija in Francija. A vzorci distribucije kinematografskih in AV del, ki so bili včasih lahki za razumevanje in spremljanje ter tako enostavneje obdavčljivi, so danes kompleksni in globalni. Preglednost je manjša, zato je tudi zbiranje prihodkov, potrebnih za financiranje javnih podpornih shem, poseben podvig. Ob tej nenehni potrebi po spreminjanju in prilagajanju se nacionalne politike deloma dopolnjujejo, deloma tekmujejo med sabo.

## **Globalizacija pa predstavlja tudi resen izziv, na katerega skušajo državne politike odgovoriti ne le s privabljanjem tujih naložb, ampak tudi z iskanjem načinov obdavčevanja mednarodnih podjetij, drži?**

Drži, mednarodni kontekst poleg javnih finančnih shem, fiskalnih spodbud in denarnih povračil držav in nadnacionalnih struktur tvorijo še sheme regij in celo mest. Tudi med njimi si jih veliko prizadeva, da bi se vzpostavili kot mednarodna središča AV produkcije. Pri tem se fokus kulturnega ponosa oz. čezmejnega kulturnega vpliva usmerja na gospodarsko korist. Franciji in Nemčiji, ki sta si prvi omislili t. i. *Netflix tax* (Francija ob tem razpravlja že o predlogu za novo povišanje), bodo po zaslugi revidirane Direktive o AV medijskih storitvah v bližnji prihodnosti sledile mnoge druge države. Morda tudi Slovenija. Zakaj morda, v tem obdobju, ko opravljamo tekoče posle, ni potrebno posebej poudarjati.

## **Ali se nestabilnost v slovenski politiki, predčasni zaključki delovanja vlad, odstopi, menjave na vodilnih položajih ... negativno odražajo, v smislu podhranjenosti področij, tudi AV industrije?**

Ministrstvo za kulturo sta v letu in pol dolgem mandatu prejšnje vlade vodila 2 ministra. Pred njima se jih je v času samostojne Slovenije zvrstilo še 15. Rednih in začasnih. V povprečju so se torej menjavali na 18 mesecev. To se kaže tako pri pomanjkanju ustreznih pravnih podlag kot tudi pri javnem investiranju. Financiranje filma se v Sloveniji, kljub mnogim pozivom, ni vrnilo na raven pred globalno finančno krizo 2008. A trend se je lani obrnil. Sredstva so se povečala, iskali so se proračunski in izvenproračunski viri. Odpravljale so se administrativne ovire in vzpostavljalo medresorsko sodelovanje. Konkretno. Poleg novele zakona o medijih, ki bi morala iti v medresorsko obravnavo pred dnevi, smo objavili tudi osnutek novele o AV medijskih storitvah, pa še ni bila predstavljena javnosti. Z vsem tem bo, upam, nadaljevala tudi nova ekipa, saj si slovenski filmski ustvarjalci in gledalci to zaslužijo. Nenazadnje pa, kot je pokazala Študija državnih podpor ter ekonomskih in fiskalnih učinkov AV industrije v Sloveniji, se vlaganje v AV produkcijo izplača in tudi povrne. ■



# AV INDUSTRIJA KOT SODOBEN INKUBATOR DELOVNE SILE

ANDREJ ŠTRITOF,

PREDSEDNIK DRUŠTVA AV PRODUCENTOV SLOVENIJE

STANJE NACIONALNE AV INDUSTRIJE GLEDE NA PRODUKCIJO TV SERIJ, KI JIH SNEMAMO V SLOVENIJI IN ZA SLOVENSKE GLEDALCE, OCENJUJEM POZITIVNO. PRAV SERIJE NAMREČ LEPO POKAŽEJO, KAKO DOBRA DOMAČA PRODUKCIJA GENERIRA MNOGOTERO USPEŠNOST: V PRVI VRSTI VISOKO GLEDANOST IN DOBRE ODZIVE, TAKOJ ZA TEM PA MNOGE UČINKE V LOKALNIH SKUPNOSTIH, GOSPODARSTVU IN TURIZMU. SERIJE, KOT SO *REKA LJUBEZNI*, *USODNO VINO*, *JEZERO* IPD., TO NAJBOLJE DOKAZUJEJO.

## REKA LJUBEZNI V ŠTEVILKAH

2 LETI      4 SEZONE      300 EPIZOD      150 REDNO ZAPOSLENIH      2.500 OBČASNO ZAPOSLENIH

36 %

POPULACIJE, KI GLEDA TV,  
JE SPREMLJALO SERIJO VSAK VEČER

6.000

ŠTEVILO LETNO PRODANIH  
SPOMINKOV IZ SERIJE

1.500

16.000

RAZLIKA V LETNEM ŠTEVILU TURISTOV  
V VASI KRKA





Eden zadnjih uspešnih primerov je *Reka ljubezni*. Prav pred kratkim mi je predsednik Turističnega društva Krka, ki pokriva prizorišče te TV serije, sporočil, da so imeli v krajevni skupnosti pred predvajanjem *Reke* 1.500 obiskovalcev na leto, zdaj pa – 16.000. Pričakujejo, da se bo število obiskovalcev najmanj obdržalo oz. bo še raslo. Ta uspeh lokalne skupnosti zaradi AV vsebine pa še okrepi podatek, da na leto prodajo 6.000 artiklov z logotipom *Reka ljubezni*, kar je za tako majhno turistično društvo presežek vseh presežkov. Še več – srečujejo se s kadrovsko podhranjenostjo, saj se premalo vaščanov lahko povsem posveti turizmu in drugim dejavnostim, ki so pozitivna posledica *Reke*. Podobno so znali uspešno zgodbo TV serije *Ena žlahtna štorija* izkoristiti prebivalci Brd, kjer še danes o tej izkušnji govorijo izredno pozitivno.

Snemanje TV serije *Reka ljubezni* je v vasi Krka trajalo 2 leti; 4 sezone po 75 epizod je soustvarilo 150 redno zaposlenih, skupaj pa je projekt združil več kot 2.500 sodelavcev (statistov, članov lokalne skupnosti ...). Povprečna gledanost serije, predvajane od ponedeljka do petka, je bila 36 %. Očitno imajo gledalci slovenske vsebine zelo radi in si jih tudi želijo. *Reka ljubezni* je lažja vsebina in zajema širšo publiko, zato jo je spremljalo nekaj več kot 300.000 gledalcev, kar jo uvršča celo pred vsem nam znani nedavni primer – *Jezero*, ki pa je imelo ravno tako izjemnih 250.000 gledalcev. TV serije tudi v Sloveniji postajajo trend, in če bo šel razvoj v pravo smer, bomo lahko spremljali še več takšnih slovenskih vsebin.

### RAZLIČNI IZZIVI TV SERIJ IN OGLASOV

Snemanje TV serij je produkcijsko dokaj drugačno od tistega za oglase.

Pri TV seriji veliko bolj svobodno sami zbiramo primerne partnerje in okolje. Pri oglasih je izbor bolj omejen oz. ga določa naročnik; ta ima namreč točno določeno vizijo, koga in kaj želi imeti v oglasu ter kakšno sporočilo in podoba mora končni izdelek imeti.

AV industrija je podobna modernemu inkubatorju delovne sile – ko delavci nimajo dela s TV serijo, so iskani v produkciji oglasov in obratno. Kadre izobražujemo in si jih med produkcijami izmenjujemo, torej dobre prakse v slovenski AV industriji hitro krožijo. Precej iskani so tudi starejši od 50 let, ki so sicer v naši državi precej nezaposljivi. Ugotavljamo namreč, da ta generacija po izkušnjah, delavnosti in motiviranosti stopa vštric ali celo prekaša mlajše generacije, ki se šele uvajajo v to delo.

Naj nenazadnje omenim še dva zakona, aktualna za celotno nacionalno AV industrijo. Prvi ima dober namen in potencial spodbuditi razvoj. Gre za Zakon o avdiovizualnih medijskih storitvah, ki predvideva kvote AV del – televizije so po njem dolžne predvajati 25 % lastne produkcije, 10 % neodvisne domače produkcije in 50 % EU produkcije. Zakon obstaja že dolga leta, a žal ga nihče ne upošteva, torej v praksi ne deluje.

Drugi je potreben revizije, saj je popolnoma neskladen s prakso, prav tako z EU zakonodajo. Gre za del Zakona o delovnih razmerjih, ki opredeljuje delo otrok do 15. leta starosti. Ker se ga uporablja dosledno, vsem v AV industriji močno otežuje izvedbo. Snemanja z otroki in mladostniki, starih 1–15 let, je precej, zakon pa ga omejuje na 2 uri/dan. Produkcija mladinskega filma bi torej trajala dobrih 100 dni, kar pa naši proračuni nikakor ne prenesejo. ■

# TO JE INVESTICIJA V RAZVOJ IN NE STROŠEK DRŽAVE!

**NATAŠA BUČAR,**

DIREKTORICA SLOVENSKEGA FILMSKEGA CENTRA

FILMSKA IN AV DELA SO ENA NAJBOLJ RAZŠIRJENIH UMETNOSTNIH, KULTURNIH, DRUŽBENIH, RAZVEDRILNIH IN INDUSTRIJSKIH FENOMENOV NAŠEGA ČASA, POGOSTO OPREDELJENA S POJMOV "CIVILIZACIJA PODOBE". ZA SODOBNEGA GLEDALCA PREDSTAVLJAJO GIBLJIVE SLIKE ENO NAJPOMEMBNEJŠIH SOOČANJ S POGNAVITNIMI ELEMENTI SODOBNE, VSE BOLJ VIZUALIZIRANE KULTURE ŽIVLJENJA. FILMI IN AV DELA USTVARJAJO NAJPOMEMBNEJŠO OBLIKO IZRAZA IN KOMUNIKACIJE 21. STOLETJA. PA TO INDUSTRIJO IN NJEN POTENCIAL V SLOVENIJI SPLOH RAZUMEMO? OZIROMA KDO JU NE?

Slovenski film dosega zavidljive (mednarodne) uspehe, zaradi svojega kulturnega pomena in velikih produkcijskih stroškov pa igra ključno vlogo na AV področju, ki mu študija državnih podpor ter ekonomskih in fiskalnih učinkov AVI v Sloveniji pripoznava tako ekonomske kot fiskalne učinke.

## POGLED NAZAJ: PRELOMNO LETO 2019

Leto 2019 bo v zgodovino zapisano kot prelomno za slovensko filmsko ustvarjalnost:

- Na državni proslavi ob slovenskem kulturnem prazniku so prvič v zgodovini največje nacionalne nagrade na področju umetnosti prejeli kar 3 filmski ustvarjalci – režiser Filip Robar Dorin Prešernovo nagrado za življenjsko delo, igralka Maruša Majer in režiser Dušan Kastelic pa nagradi Prešernovega sklada za ustvarjalnost na področju filma.
- Slovenska režiserka animiranih filmov Špela Čadež je postala članica Ameriške filmske akademije za podeljevanje prestižne nagrade oskar.
- Slovenski celovečerni filmi so se tudi v zadnjem letu uspešno uvrščali na mednarodne festivale, med njimi na kar tri najvidnejše svetovne A-kategornike: Locarno, Karlovi Vari in Toronto, kratki film pa tudi na canskega.
- Slovenski filmi so se v zadnjem letu predstavili na retrospektivah v Srbiji, Nemčiji, Rusiji, Belorusiji, na Madžarskem, v ZDA ter Latviji, dva sta bila v redni distribuciji francoskih kinematografih, eden v severnoameriških. Prav tako si utirajo pot na kanale HBO.

Slovenski filmi so dobro obiskani tudi doma: v letu 2019 so imeli v kinematografih 160.000 gledalcev.

## SKLEP SPREJET, REALIZACIJE (ŠE) NI

Konec leta 2018 je bil dosežen pomemben mejnik na področju večletnih prizadevanj za ustrezno financiranje filma: slovenska politika je na Odboru za kulturo DZ soglasno potrdila sklep, da je slovenskemu filmu potrebno do leta 2022 zvišati sredstva na 11 mio, kot je predvideval že NPK 2014–2017.

Odbor za kulturo je predlog sklepa sprejel na novembrski seji 2018, na kateri je bil govor o finančni podhranjenosti in ogroženosti slovenskega filma in filmske produkcije ter odhajanju filmskih ustvarjalk in ustvarjalcev v tujino. Temu sklepu je pozneje pritrdila tudi takratna Vlada RS.

“ **AV industrija ustvarja nova delovna mesta, razvija talente, spodbuja tuje naložbe, povečuje izvoz, posredno pa tudi spodbuja razvoj turizma. Predvsem pa film in AV dela v sebi nosijo neprecenljivo kulturno vrednost in ustvarjajo sodobne vizualne spomenike.**

Povprečen evropski film stane toliko, kot znaša celoletni proračun Slovenskega filmskega centra (SFC), edine institucija v Sloveniji, ki zagotavlja javno financiranje filma. Letno posluje SFC z dobrimi 5 mio evrov. Domačemu filmu moramo omogočiti rast predvsem z zagotovitvijo ustreznih sredstev. Ostalo, odlične filmske delavce, ogromen kreativni potencial ter izkušene in mednarodno prepoznavne producente, imamo.



## PRIMERNE OBELEŽITVE NE BO

V Sloveniji ne snemamo več velikih filmov, manjka nam zgodovinskih spektaklov, kostumskih filmov in ne moremo ustvarjati filmov po ambicioznih literarnih delih. Naslednje leto bomo praznovali 30-letnico osamosvojitve, Slovenija bo predsedovala Svetu Evrope, v letu 2022 bo država gostja na knjižnih sejmov v Bologni in Frankfurtu ... Ob jubileju države bi bilo na mestu posneti visokoproračunsko kostumsko dramo o zgodovini slovenskega naroda – a s trenutnimi sredstvi, ki omogočajo le manjše filme, kaj takega preprosto ne bo mogoče. Prav tako vzporedno s frankfurtskim sejmom, kjer se bo prvič v zgodovini Slovenija predstavila kot država gostja, ne bomo dobili nobene visokoproračunske adaptacije katere od nacionalnih literarnih klasik, čeprav bi bil tak »spomenik prostoru in času« primeren.

Poleg okrepitve javnega financiranja sta še dva nujna elementa razvoja nacionalnega filmskega in AV sektorja, na katera želim opozoriti:

1. izboljšanje razmer za ustvarjanje filmskih in AV vsebin v Sloveniji,
2. spodbujanje ugodnejšega okolja za razvoj produkcijskih hiš, ki v Republiki Sloveniji ustvarjajo filmske in AV vsebine.

## OD FINANČNIH SPODBUD DO FINANČNIH UČINKOV: ENO BREZ DRUGEGA NE GRE

Leta 2017 je Slovenija uvedla ukrep za spodbujanje tujih vlaganj v AVI: tujim produkcijam, ki snemajo pri nas, je namenila 25-odstotno denarno povračilo. Žal je ukrep prišel precej pozno, kakšno desetletje za mnogimi drugimi evropskimi državami. In povračila, ki jih ponujamo, niso več tako privlačna. Namreč, evropske države kar tekmujejo med seboj, katera bo na področju filma in AV prevzela primat. Zvišujejo višino denarnih povračil (Slovenija 25 %, Slovaška 33, Romunija 35–45), na Portugalskem, Hrvaškem in v Srbiji gradijo filmske studie, na Irskem in v Veliki Britaniji skupaj z zavodi/agencijami za zaposlovanje ustanavljajo "skills" centre, v

katerih se usposablja kadri za delo na področju AV, na Češkem opuščene industrijske objekte preurejajo v filmske studie ...

Dobre prakse kažejo, da lahko vložki tujih produkcijskih hiš omogočijo zaposlitev tudi do 300 lokalnih delavcev različnih profilov dnevno, in to za obdobje celotnega snemanja, v primeru serije torej tudi do pet let.

In Slovenija? Tuji producenti se izredno zanimajo za snemanje na naših lokacijah, žal pa se vse pogosteje dogaja, da si jih izberejo, potem pa ne pridobijo soglasja od upravljalcev oziroma lastnikov lokacij. Finančna povračila torej lahko privabijo, a realizacija projektov je vezana tudi na mnoge druge dejavnike, ki žal prevečkrat predstavljajo nepremostljivo oviro.

Kaj s tem izgubimo finančno? Mnogo preveč. Zakaj?

- AV vsebine od vsakih 100 evrov vrnejo 40 evrov nazaj v proračun: to pomeni, da se od 5 mio evrov, ki jih naša država namenja za filmsko področje, v državni proračun vrne kar 2 mio evrov. Primer: če na bovškem snema svojo serijo tuja produkcijska hiša in v tednu dni vloži v to 1 mio evrov, bo od tega 400.000 evrov prek davkov in prispevkov romalo v državno blagajno.
- Za AV sektor je v Sloveniji ocenjen multiplikator na 1.8, kar pomeni, da vsakih 10 filmarjev omogoča delo še 8 osebam v gospodarskem sektorju. Pri filmu lahko dela tudi več sto ljudi, osrednja avtorska in kreativna ekipa ter številni tehnični in drugi filmski delavci. Ker je filmski svet potrebno v celoti zgraditi in na novo ustvariti, pa so potrebni tudi številni delavci, ki ne delujejo primarno na področju filma, temveč gre za mojstre obrtnike, mala in srednja podjetja (pleskarji, parketarji, mizarji, šoferji ...). Filmske ekipe delujejo kot ad hoc organizacije, ki pridejo, posnamejo, odidejo. Ne vplivajo trajno na okolje, ustvarjajo pa strokovno usposobljeno mobilno delovno silo, ki lahko prehaja med različnimi sorodnimi industrijami.

**“ Ocenimo na podlagi preteklih projektov tujih produkcijskih hiš, za kaj bi njena ekipa, ki v Sloveniji snema teden dni, porabila svoj proračun 1 mio evrov: 320.000 za lokalne prevoze, nočitve in prehrano ekipe, 370.000 za najem lokalnih filmarjev, igralcev, statistov, 140.000 za najem opreme, preostalih 170.000 pa za scenografijo in pridobivanje dovoljenj za snemanje.**



“ Pri vlaganju v filmsko in AV področje gre za investicijo v razvoj in ne za strošek države, kot se to razume pri nas.

#### VIZUALNI SPOMENIKI, KI OSTAJAJO

Film in AV dela pa ustvarjajo tudi vizualne spomenike krajem in lokacijam, kjer so nastali, in zaradi svoje široke dostopnosti ponujajo priložnost za razvoj turizma. Slovenija bi lahko skladno s svojo razvojno strategijo na področju turizma, ki ni usmerjena v masovni, temveč zeleni turizem, postala “green filming” destinacija. A za to je potrebno poglobljeno sodelovanje različnih sektorjev v državi. ■

---

Ovire in nepotrebni izpadi državnega proračuna

# SLOVENIJA Z JAVNIM DENARJEM PRIVABI VRHUNSKO PRODUKCIJE, POTEM PA JIH Z BIROKRATSKIMI NESMISLI ODŽENE

---

**ROK BAN**

GIZ SLAP

NA PRELOMU TISOČLETJA JE BILA SLOVENSKA AV INDUSTRIJA ZDESETKANA, KADROVSKO IN TEHNIČNO PODHRANJENA, NAJBOLJŠE EKIPE PA NA NIVOJU MALO BOLJŠIH AMATERJEV. Z RAZMAHOM T. I. KOMERCIALNE PRODUKCIJE SE JE ZAČEL RAZVIJATI TUDI KADROVSKI POTENCIAL, GRADITI SMO ZAČELI TEHNIČNO BAZO IN VSE SKUPAJ SAMI DVIGNILI NA ZAVIDLJIVO RAVEN, TAKŠNO, DA LAHKO DANES KONKURIRAMO ZAHTEVNEJŠIM PROJEKTOM NA EVROPSKEM TRGU. NE PA TUDI NAJZAHTEVNEJŠIM. PRODUKCIJSKO INFRASTRUKTURO SMO Z ZAVZETOSTJO, PODJETNOSTJO IN IZJEMNIMI POSAMEZNIKI RAZVILI, DO KODER SE Z RAZPOLOŽLJIVIMI SREDSTVI DA.



Danes smo na prelomni točki. Če ne greš naprej, greš nazaj. Ali drugače: Kdor ne bo z nami, bo za nami.

Če želimo kakovostno letvico pomakniti višje, na najzahtevnejši, globalni trg, moramo stopiti skupaj in pripraviti delujočo, operativno strategijo. Brez fige v žepu. Razviti moramo vse podporne industrije. Slovenski filmski center je od vseh državnih institucij prvi prepoznal, da lahko nadaljujemo le skupaj. Prvič v zgodovini

vsa producerska združenja in društva sedimo za isto mizo, iščemo rešitve in možnosti sodelovanja, izboljšanja pogojev dela.

#### DAVČNE SPODBUDE SO LE PRVI KORAK

Zelo pohvalno je, da je država uveljavila shemo davčnih spodbud za tuje produkcije, ki se odločajo za snemanje v Sloveniji. Država torej ponuja denar. Plača, če se nekdo odloči snemati pri nas, kar je izredno pozitivno, a žal le začetek. Prva spodbuda.

**“ Živimo in delamo v izjemno reguliranem okolju, ki preprosto ni naklonjeno že davno internacionalizirani podjetniški branži. Prepogosto smo talci arbitrarnega presojanja posameznih uradnikov in črkobralskih interpretacij že tako obsežnih predpisov.**

Zakaj? Preveč pogosto se – na žalost – zgodi, da produkcijske hiše v srditem boju za projekte premagamo evropsko, celo svetovno konkurenco, pripeljemo projekt v Slovenijo, ga podpremo z javnim denarjem, nato pa jih z raznimi birokratskimi nesmisli odženemo. Projekt se ne realizira.



#### DRŽAVA IMA NAPAČNO PERCEPCIJO NAŠEGA DELA

Kje se torej zgodi zaplet in zakaj sploh? Nerazumevanje, nepoznavanje, morda celo strah iz napačnih razlogov ter seveda izredno regulirano okolje, ki služi kot podlaga za sprejemanje takih, napačnih odločitev. Ne me narobe razumeti. Ne želimo s tanki lomastiti po nacionalnem ali regijskih parkih. Produkcije, ki delujemo v okviru GIZ SLAP, pa tudi vse ostale, vse naše naravne in kulturne spomenike, vse

naše naravne danosti nujno potrebujemo. V našem vitalnem interesu je, da jih ohranjamo. Zato stremimo k najvišji stopnji samoregulacije. Če nam ne verjamete, da je to tako zaradi etičnih, moralnih razlogov, nam morate verjeti, da je tako zaradi povsem egoističnih. Namreč, živimo tukaj. Radi gremo v neokrnjeno naravo. Radi imamo zdravo hrano in čist zrak. Vse to želimo ohraniti tudi za naše otroke in prihodnje projekte.

Pred leti smo lahko snemali s helikopterjem. Danes to ne bi bilo več

**“ Ne uničujemo narave in krajine. Stremimo k trajnosti. Stalno višamo etične standarde v poslu.**

mogoče. Se ne sme. Politiki in pivo na Kredarico, torej v TNP, lahko priletijo, naša kamera ne. A nič ne de. Helikopterje smo zamenjali z droni. Težke kamere z lahkimi. Znižujemo ogljični odtis. Naši cateringi na snemalnih mestih že leta ne uporabljajo plastike. Naše etične zaveze so resne.

Zato ne kličemo k subvencijam, posebnemu statusu, ujčkanju ... Želimo sodelovanje, partnerstvo, posluš, dialog. Razumevanje



## REGULACIJA DELA OTROK DO 15. LETA – ŠE ENA SLOVENSKA NELOGIČNA POSEBNOST

Morda mi bo kdo odvrnil; polna usta so ga prihodnosti in otrok. Dela pa v industriji, ki otroke uporablja v oglasne namene. Kritika na mestu, zato še beseda ali dve o tem. Če želimo, da je otrok na snemalnem mestu nasmejan, vesel, zadovoljen, mu moramo zagotoviti takšne pogoje, da bo lahko nasmejan, vesel in zadovoljen. Otrokom so snemanja nepozabna, pogosto prijetna izkušnja, kjer se veliko naučijo in to največkrat dojemajo kot vrhunsko zabavo, sploh ne kot delo.

A slovenski predpisi regulirajo delo otrok do 15. leta zelo rigidno. Odločevalci se sklicujejo na evropsko uredbo, ampak v državah EU so otroci razdeljeni v starostne kategorije. Razlika med nekaj mesecev starim dojenčkom, 7-letnico in najstnikom je v evropskih praksah ogromna. Vendar, pri nas ne! Predpisi tudi ne dovoljujejo »dela« oziroma nastopanja po osmi uri zvečer. Dobro, naj bo tako. A zakaj potem država sama na vsaki drugi državni proslavi krši to pravilo? Poznam malčke, ki so nastopili na proslavah. Vsem je bila to imenitna izkušnja in so nanjo ponosni. Zakaj bi bilo drugače pri snemanju oglasa, ki ga vidi ves svet? Sploh pri generaciji, ki je drsanje po zaslonih in iskanje po YouTubeu osvojila pred nami?

## AV INDUSTRIJA JE VELIK ZAPOSLOVALEC, A DELUJE PO IZJEMNO SPECIFIČNIH ZAKONITOSTIH

Če želimo posneti oglas za, denimo, VW koncern, gremo čez enak proces evalvacije kot tisti, ki izdelujejo aluminijaste odpreske za žaromete, nosilce sedežev, usnjene prevleke za prvo vgradnjo ... Razlika je le v tem, da ostali dobijo X-letno pogodbo in zaposlijo Y delavcev za to obdobje, mi pa tekmujejo za vsako delo posebej. Če uspemo, ima v času produkcije delo tudi po več 100 ljudi. Če vse te projekte seštejemo, na letni ravni morda zagotovimo celo več delovnih ur kot ostali, ki sem jih omenil. Pa še ena razlika je: naši delavci danes delajo zame, drug teden za drugo produkcijsko hišo, tretji teden za nekoga tretjega. Pogosto se v sezoni zgodi, da produciramo več projektov naenkrat.

Ne želim dajati vrednostnih sodb o tem, kaj je boljše, želim samo pojasniti, da je naše delo prav tako resno. Četudi naših končnih izdelkov ne odpeljemo s šleperjem v Nemčijo, ampak jih pošljemo po FTP protokolu in jih zato nekateri težje razumejo. Res so naši izdelki neopredmeteni, tako kot celotna industrija, in jasno nam je, da nas je morda težje izmeriti, tudi razumeti. A na srečo smo s študijo to presegli. Vsaj upam, da smo.

“ **Samo naše podjetje na višku snemalnih sezon zaposluje skupaj tudi 800 delavcev pred in za kamero v enem mesecu. Produkcijske hiše smo že skoraj desetletje največji kupec hotelskih storitev v Ljubljani, samo Bas Production zgolj v Hotelih Union leto realizira približno 2.500 nočitev.**





**ČE AV INDUSTRIJE NE BOMO PREPOZNALI KOT RESNEGA IGRALCA, KI GENERIRA POMEMBEN DEL JAVNIH PRIHODKOV, BO POČASI USAHNILA**

Globalni pritiski na znižanje cen so ogromni! Če ne bomo delovali povezano, bo vse manj dela in zavrteli bomo spiralo stagnacije na več nivojih. Konkurenca v tej dejavnosti je brutalna, posel gre drugam z danes na jutri, nazaj ga lahko pripelješ le redko. Zadremaš – izgubiš!

Ne zapravljajmo javnega denarja po svetu za razlage, da smo filmu prijazna destinacija, potem pa doma vse skupaj sesujmo z birokratsko oholostjo! V zadnjih petih letih so samo slovenskim producentom v okviru GIZ SLAP zaradi takšnega odnosa odpovedali 454 snemalnih dni. Bolj konkretno: če bi vsa ta naročila izvedli, bi imeli dobrih 22 milijonov prihodkov več, ob tem pa še skoraj 41 milijonov multiplikativnega učinka in skoraj 9 milijonov neposrednega fiskalnega učinka. To niso nizke številke. Samo neposrednega fiskalnega učinka je za debel eno-in-polletni proračun SFC.

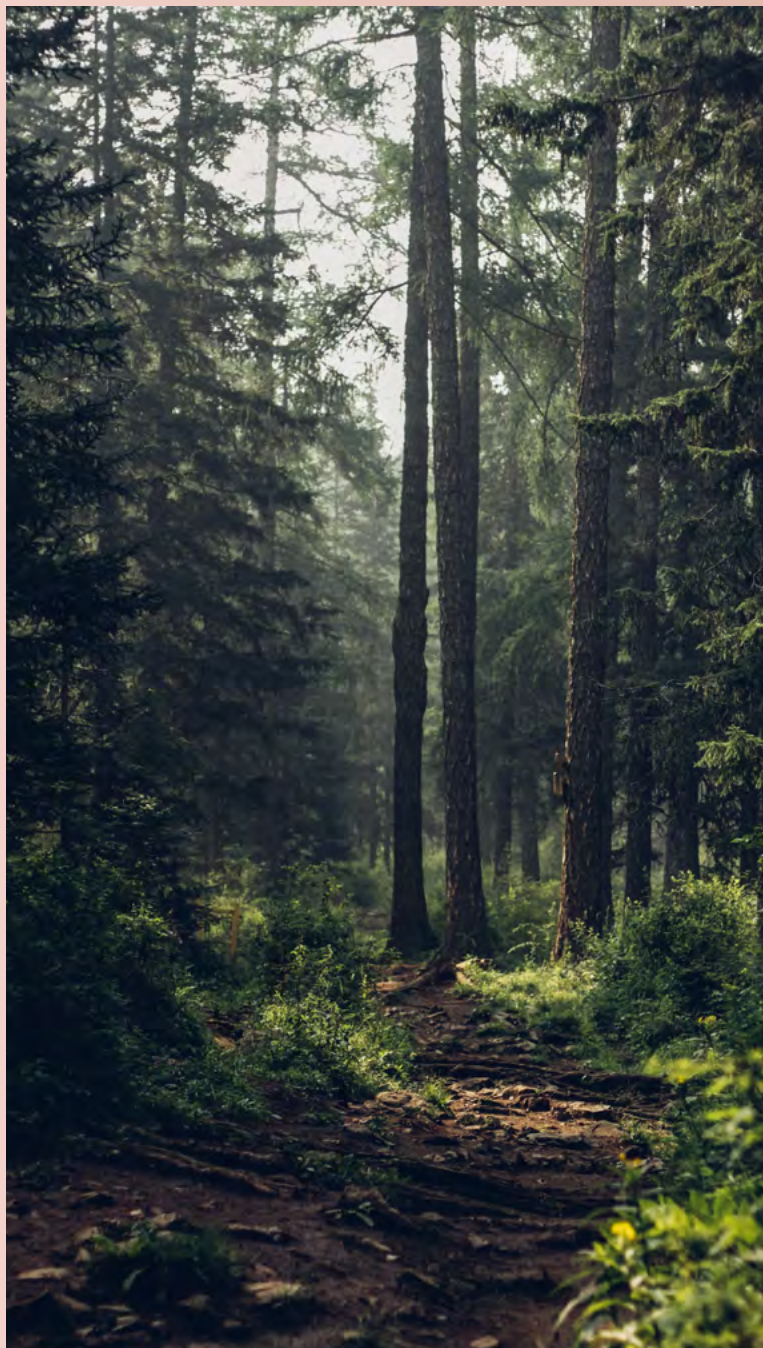
**“ Želimo le, da država oziroma njeni uradniki ne spiyo. Da so agilni, da nam pomagajo iskati rešitve, ki so dobre za vse.**

Če dobimo velik projekt, ga uresničimo. Skupaj! Manjka nam cel spekter kapacitet. Hotelske sobe, resen studio ... Prehitevajo nas po levi in desni. A ni še prepozno, nimamo pa več prav veliko časa.

O tem, kaj vse je možno, dovolj govorijo prakse iz tujine: Estonija, Litva, Hrvaška ... Mi smo lahko še boljši. A samo če bomo delali za isti cilj. Trdno verjamem, da je to možno. ■



TO SO LE NEKATERI VRHUNSKI PRIZORI SLOVENSKE PRODUKCIJE



**OGLAS ZA CANAL+**

Oglas je prejel vse grand prixe, ki v oglaševalskem svetu kaj veljajo. V slovenski proračun je prispeval 86.850 evrov, multiplikativni učinek na slovensko gospodarstva pa je znašal 405.000 evrov. Verjetno pomeni prelomni trenutek slovenske komercialne produkcije. V veliki meri je vplival na to, da industrija že desetletje napreduje.



**OGLAS REIFFEISEN**

Snemanje sega v čas, ko še nismo povsem zašli v prenormiranost in birokratsko rigidnost. Z gradbenim podjetjem, ki je tako ali tako moralo sanirati brano za zadrževanje peska, smo se dogovorili, da produkcija oglasa poravna polovico stroška za delo, ki bi ga morala pokriti javna sredstva. Mi pa smo uporabili efekt tolmana, ki smo ga potrebovali. V tistih časih je bilo za snemanje oglasov še dovoljeno kópanje v Bohinjskem jezeru in dovolili so nam splaviti jadrnico za nekaj ur.

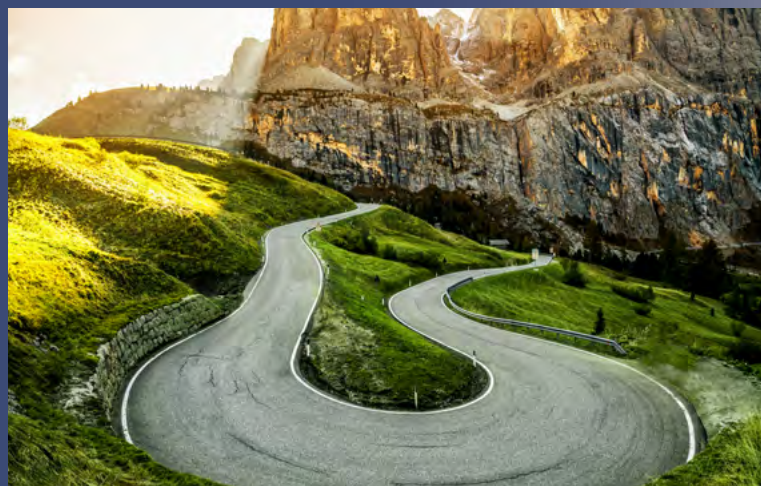


## TO SO LE NEKATERI PRIZORI, KI BI LAHKO BILI POSNETI V SLOVENIJI

### FILM JAMES BOND

dinamičen prizor vožnje avtomobila po serpentinasti cesti.

Slovenski državni blagajni bi okvirno prinesel 386.000 evrov, multiplikativni učinek na slovensko gospodarstva bi bil 1.800.000 evrov.



### OGLAS WORLD OF TANKS.COM

V Sloveniji imamo primerno lokacijo, kjer se dnevno vozijo tanki – Poček. Tako ne bi povzročili nobene dodatne obremenitve okolja, vojska pa občasno mora tudi tankom pretegniti noge, zakaj ne bi ob tem še nekaj zaslužila in seveda tudi proračun? Žal je bil ta projekt še ena žrtev slovenske birokracije. Če se spet poigramo s številkami, bi to pomenilo približno 40.000 evrov neposredno za proračun in 190.000 evrov multiplikativnega učinka na gospodarstvo.

### OGLAS FORD

Posnet je bil v Italiji, ker v Sloveniji avtomobila ob nobenem od primernih jezer nismo smeli peljati do vode in ker nismo dobili dovoljenja za povzročitev umetnega dežja.

Slovenski proračun je tako ostal brez 96.500 evrov in brez multiplikativnega učinka 450.000 evrov.



## IZPAD ZA SLOVENIJO V LETU 2019

Zaradi najrazličnejših regulativnih pravil so v letih 2015–19 odpadli mnogi projekti, ki so bili za Slovenijo že pridobljeni. Če ta izpad preračunamo v snemalne dni, pridemo do številke 454 izgubljenih snemalnih dni. Pretopljeno v številke, to pomeni:

# 454

IZGUBLJENIH  
SNEMALNIH DNI



---

Pogovor z Gregorjem Štibernikom, direktorjem AIPA, k. o.

# DENAR Z LOPATO MEČEMO ČEZ MEJO

---

TINA LESNIČAR

OBJAVLJENO V DELU 27. 5. 2020

**Ko smo se ljudje zaprli med štiri stene, se je spletnim platformam odprl nov svet. Med pandemijo so dosegle najboljše poslovne rezultate v zgodovini. Promet na internetu se je zvišal za štirideset odstotkov. Kakšni so podatki po umiritvi zdravstvenih razmer?**

Trend že nekoliko pada, vendar lahko pričakujemo, da bodo določene navade ostale. Se pa trend seli, kot se selijo žarišča pandemije. To, kar se je dogajalo v Sloveniji oziroma Evropi in z zamikom v ZDA, se zdaj dogaja v Južni Ameriki. Promet in število naročnikov se je izredno povečalo in ne bo tako hitro upadlo. Na Kitajskem so odprli kinodvorane in v enem tednu v več sto dvoranh našteji zgoj za nekaj sto evrov prometa. To je zelo slabo znamenje za tiste, ki mislijo, da bodo stvari kmalu enake, kot so bile pred krizo. Halo efekt bo še zelo dolg.

**Lahko izpostavite nekaj presenetljivih podatkov iz raziskav?**

Kriza zaradi novega koronavirusa je prinesla kar nekaj zmagovalcev. Med njimi so gotovo ponudniki avdiovizualnih vsebin. Podatki so zgovorni: v Sloveniji je bila zadnji teden marca gledanost kar za 54 odstotkov višja od povprečja zadnjih treh let. Netflix je v prvem letošnjem četrtletju dosegel najboljši kvartalni rezultat v zgodovini. V omenjenem obdobju

je podjetje dobilo skoraj 16 milijonov novih naročnikov. Največ, kar 15 odstotkov, svetovnega internetnega prometa odpade na Youtube. Sledi mu Netflix, ki generira 11 odstotkov svetovnega internetnega prometa. Na mobilnih omrežjih sta si Youtube in Netflix odrezala še večji kos pogače. Na Youtube odpade 35 odstotkov svetovnega internetnega prometa na mobilnih omrežjih, na Netflix pa 15 odstotkov. In še bi lahko naštevali. Podrobnejši podatki so objavljeni na spletnem mestu AIPA. Da so spletne platforme z avdiovizualnimi vsebinami v izjemnem naletu, kaže podatek, da so med desetimi največjimi generatorji celotnega internetnega prometa v ZDA kar štirje ponudniki avdiovizualnih vsebin, poleg Netflixa še Amazon Prime, Hulu in Disney+.





**Številne organizacije, predstavniki evropskega filmskega in avdiovizualnega sektorja pa tudi posamezniki pozivajo k pravični delitvi ustvarjenih prihodkov, saj brez del ustvarjalcev ne bi bilo prihodkov platform. Petičije so naslovljene na pristojne institucije v Evropski uniji in celo neposredno na direktorje Youtuba, Facebooka, Netflixa ...**

Delovanje platform je treba urediti tako z avtorsko pravnega kot z davčnega vidika. Alarmanten podatek je, da sta polovico zvišanega prometa v zadnjih mesecih ustvarili samo dve podjetji: Netflix in Google. Tudi v Sloveniji je veliko naročnikov Netflixa, kar pomeni, da plačujejo naročnino v neko drugo državo, saj Netflix nima izpostave v Sloveniji, ne zaposluje Slovencev in ne plačuje davkov naši državi. Niti podnapisov ni slovenskih. Enako je z Googlom, Youtubom, iTunes ... Njihov promet se odvija skozi optiko in kable slovenskih podjetij. Veliko držav že dolgo opozarja, da je treba sistem regulirati, obdavčiti. V nasprotnem primeru se bo siromašenje naše kulturne krajine nadaljevalo.

**To naj bi uredila direktiva o avtorskih pravicah na enotnem digitalnem trgu, ki je bila še pred sprejetjem pospremljena z burnimi debatami in celo protesti. Tudi ko je lani junija začela veljati, je naletela na številne kritike. So zdaj obrnili ploščo?**

Pred sprejetjem te direktive so bili pritiski ogromni. Spomnimo se samo afere lani poleti, ko je prišla v javnost informacija, da so evropski poslanci na dan prejeli po nekaj sto e-sporočil interesnih skupin, ki so bile proti deklaraciji. To je vplivalo na odločitev nekaterih, potem pa se je pokazalo, da gre za trole – umetno generirani maili iz Amerike.

Kot državljana Evrope me vedno začudi, kako neverjetno uspešna so pri

lobiranju v evropskem parlamentu podjetja, ki nimajo sedeža v Evropi, siromašne davke pa plačujejo v oazah. Vedno najdejo dovolj ušes, ki jim prisluhnejo. Nisem zasledil, da bi množica evropskih podjetnikov romala v Washington, ko tam sprejemajo kakšno zakonodajo. Kadarkoli v Evropi poskušamo pošteno in pravično regulirati digitalni trg, se pojavi na stotine registriranih lobistov iz Googla, Facebooka, Appla ... Vseeno sem optimist. Pandemija je odprla oči še zadnjim skeptikom.

**Tudi v Sloveniji, ki se je vzdržala glasovanja za sprejetje direktive?**

Ne glede na to je bila direktiva potrjena. Zdaj nas čaka najtežji del, do junija prihodnje leto jo moramo implementirati. Veliko je interesov in vprašanj, direktiva pa ureja, če se osredotočim samo na del, povezan z AV-avtorji in izvajalci, nove oblike uporabe avdiovizualnih del. Pred desetletji nihče ni vedel, da bodo nekoč obstajale spletne platforme in da bomo gledali filme na telefonu. Nekdo bogato služi s tem. Torej, direktiva ureja, da se bo dobiček, ustvarjen z novimi načini uporabe, enakomerno distribuiral do imetnikov pravic – tudi producentov.

**O kakšnih vsotah govorimo?**

Naj odgovorim s primerom. Serija *Prijatelji* na raznih platformah generira za milijardo dolarjev prometa. Vsako leto! V času snemanja so bili igralci dobro ozaveščeni in so si izborili pogoje, tako danes vsak od njih na leto za tovrstno uporabo prejme 20 milijonov dolarjev. Zdi se veliko, a še vedno komu ostane 900 milijonov. A *Prijatelji* so, žal, izjema, ki potrjuje pravilo. 99 odstotkov soavtorjev in izvajalcev ter (ko)producentov od take uporabe nima nič.

**Zakaj se ukrepanje na tem področju tako počasi premika? Zakaj bo kljub vsem prednostim implementiranje direktive velik izziv?**

Prvo besedilo direktive je bilo jasno, potem pa so se z različnimi posegi ta jasna navodila in cilji nekoliko porazgubili. Zdaj je to, kako bodo uredile sistem, kako strogo se ga bodo držale, bodo pravice urejale kolektivno ali individualno, bodo promet obdavčile ..., prepuščeno posameznim članicam. Zato združenja imetnikov pravic v posameznih državah budno spremljamo, kaj se dogaja drugod, da bi imeli čim bolj harmonizirano evropsko zakonodajo.

**Kritiki direktive so vzklikali, da bo ubila internet, da če bi sprejeli vse akte, na primer Twitter in Instagram sploh ne bi obstajala.**

**Kako jim odgovarjate?**

Nisem pravnik, zato na to gledam nekoliko drugače. Direktive in akti zame nikoli niso bili pravno vprašanje, temveč zgolj in samo ekonomsko. Dejstvo je, da je na eni strani nekdo, ki uporablja, prodaja in služi z vsebinami, na drugi pa nekdo, ki je te vsebine generiral, ustvaril. Režiserjem, igralcem in glasbenikom ni do tega, da bi Youtube zaprli in ukinali, ampak jim je v interesu, da bi njihova dela predvajali in bi jih videlo čim več ljudi. Vendar mora tisti, ki s tem služi, ustrezno porazdeliti

dobiček. Žal pa vedno, ko vstopijo pravniki, pozabimo na ekonomijo. Prepiramo se o vejicah in odstavih, nekdo pa medtem služi milijone. Dejstvo je, da samo v Sloveniji Youtube z oglasi ustvari 4 ali 5 milijonov evrov prometa. Kot vem, pri nas ne plačuje davkov.

**Netflix in Sony sta namenila po 100 milijonov za AV-sektor. Kakšna je možnost, da bodo recimo Google, Youtube in Facebook namenili odstotek prihodka od oglasov avtorjem, kot so zahtevali podpisniki ene od peticij?**

Mislím, da se bo to prej ali slej zgodilo. Ne morejo se več skrivati za tem, da živijo in služijo z nečim, kar ni njihovo. Zanimivo je, da veliko tistih, ki so v devetdesetih letih delali pri Napsterju, prvi piratski digitalni platformi, danes sedi v upravah največjih multinacionalk. Branijo se s tem, da niso odgovorni za vsebino, ki jo uporabniki sami nalagajo na njihove platforme. A če parafraziram Paula McGuinnessa, menedžerja skupine U2, je to podobno, kot če bi v Salomonovem oglasniku oglaševali samo ukradene avtomobile in trdili, da nimajo nič s tem, kar oglašujejo uporabniki. Ljudje morajo spoznati, da je tisto, kar je narobe v resničnem, narobe tudi v digitalnem svetu. Ne moremo imeti diametralno različnih pravil zgolj zaradi različne oblike uporabe istih del.





**Kaj bi ureditev področja pomenila za naše filmske in AV-ustvarjalce?**

Veliko je odvisno od tega, kako bo ministrstvo za kulturo implementiralo direktivo AVMS (*Audiovisual Media Services Directive*), ki ima dve ključni točki: tako imenovani Netflix tax, ki določa, da podjetje določen del prihodka pusti v državi, kjer ga ustvari. Steka se v filmski sklad – torej bi ta denar dobil naš filmski center in z njim lahko podprl nove filme. Tako kot bi se tja moral stekati odstotek od prodaje kinovstopnic, odstotek prometa televizij itn. Druga zadeva, ki jo določa direktiva, so kvote, ki ohranjajo evropsko kulturo. Platformam nalaga, da uvrstijo v ponudbo polovico evropskih filmov, v vsaki državi pa od tega najmanj 30 odstotkov lokalnih filmskih naslovov. Dobro bi bilo tudi, da se organizacije, kot je AIPA, čim bolj opravnomočimo. AIPA bi od uporabnikov z ustrežnejšimi dovoljenji lahko pobrala bistveno več denarja in ga razdelila med ustvarjalce. Ta krog moramo skleniti.

**Pandemija je torej ob vseh težavah, ki jih je nakopala sodobnikom, na digitalnem področju povzročila velik premik.**

Absolutno. Rek, da se včasih desetletja nič ne zgodi, potem pa se v nekaj tednih zgodi desetletje, je še kako aktualen. Priča smo temu premiku. Mislim, da je zdaj tudi skeptikom jasno, da je treba regulirati digitalni trg. Sicer bomo še naprej slovenski denar z lopato metali čez mejo. ■

---

Kriza zaradi novega koronavirusa je prinesla kar nekaj zmagovalcev. Med njimi so gotovo ponudniki avdiovizualnih vsebin.

# KRATKA ZGODOVINA SLOVENSKE PRIHODNOSTI

---



## HRVOJE HRIBAR

REŽISER IN NEKDANJI DIREKTOR HRVAŠKEGA AVDIOVIZUALNEGA CENTRA

NASLOV TEGA ZAPISA JE, KOT STE NEDVOMNO OPAZILI, ALUZIJA FILOZOFSKE USPEŠNICE Y. N. HARARIJA. TUDI NAM BI POVSEM UGAJALO, ČE BI NAŠA TEMA POSTALA HIT SEZONE. VESELI BI BILI, ČE SKRB ZA NAŠO INDUSTRIJO POLITIKOM IN OSTALIM ODLOČEVALCEM NE BI PUSTILA SPATI. TER DA BI JIH OB ZAJTRKU, ŠE PRED SLUŽBO, POGLEDI DOMAČIH PREBADALI Z VPRAŠANJEM: KAJ BOŠ PA DANES NAREDIL ZA SLOVENSKO AVDIO-VIZUALNO PRIHODNOST?.





Zdi se, da nimamo veliko časa. Vstopili smo v obdobje nenehnih globalnih sprememb, pre nagljenih, vendar epohalnih. Tako filmski ustvarjalci kot tudi producenti smo plačani, da vodimo ta projekt – in to očitno precej vizionarsko. Oboji delimo “paradoks prihodnosti”. Posel smo pridobili s prepričevanjem, da obvladamo, kaj se bo zgodilo – oziroma s tem, da smo se imeli za izbrance, tiste, ki bodo realizirali to prilagoditev vsemu, kar prihaja. Ta “zgodovina prihodnosti” iz našega naslova se dogaja ta trenutek, pred našimi očmi. Bodimo torej drzni in razumno opazujemo z zdravimi očmi. Moj zapis temelji ravno na tej in taki, ta trenutek se odvijajoči “zgodovini”.

### **BILANCA, IZGUBA.**

Če pregledamo bilance avdiovizualnih dohodkov, bodisi planetarnih bodisi tistih iz slovenske soseščine, pridemo do osnovnega vprašanja “slovenskega izgubljenega dobička”. Ta izguba, ki je posledica nezadostne intenzivnosti (in/ali nezadostnega financiranja) lastnega filmskega potenciala, je vsekakor osrednja tema tega zapisa. Mnogi strokovnjaki in študije so in bodo o tej tematiki podrobno spregovorili, podali argumente in zaključke, ki kažejo, da slovenska avdiovizualna praksa zasluži nov razvojni korak. Za katerega pa je potreben skupen napor.

Strinjam se. Vendar v razpravo dodajam še nekaj svojih opažanj iz prakse.

Želel bi, da poleg eksplicitnih filmskih prizorov finančnih prihodkov in odhodkov v razpravo vključimo tudi bolj subtilne slike prednosti, ki pridejo z razvojem filmske industrije. Poimenujmo jih družbeno-razvojna, kulturna in reputacijska bilanca naše dejavnosti. No, krenimo od začetka: začnimo z velikim finančnim planom.

### **PRVA MILIJARDA. PRIDOBIVANJE IZKUŠENJ KOT IZKUŠNJA PRIDOBIVANJA.**

Govorimo o milijardi (1.000.000.000) hrvaških kun, danskih kron, nekdanjih frankov oziroma v jeziku evrocone 125 milijonih evrov. Toliko namreč znaša sedemletni poknjženi prihodek servisnih storitev moje države ki je bil realiziran skozi sistem subvencij in spodbud filmski industriji (2012-2018). Je znesek velik? Odvisno, kdo ga gleda. Makroekonomist, guverner narodne banke ali revizor multinacionalne korporacije bo lahko ostal popolnoma neimpresioniran. Perspektiva pa se spremeni, ko se zavemo, da gre za prihodek kulturnega sektorja, ki so ga ustvarili kulturni delavci ob državni podpori kulture. Skupni letni proračun hrvaškega ministrstva za kulturo zelo redko doseže omenjeni znesek milijarde kun. Perspektiva se še dodatno spremeni, če verjamemo oxfordski ekonomski študiji\*, ki dokazuje da se na vsak knjižen funt v okviru omenjenega modela generira dodaten funt posrednega (induciranega) prihodka. Tako bi dejansko lahko govorili o dveh milijardah kun, eni knjiženi, drugi

virtualni. Aritmetika se nedvomno konsolidira šele, ko vključimo tretji dobiček: lokalni vpliv na turistično industrijo. Filmske produkcije, ki so vključevale globalno izredno predvajane serije in filme, so na Hrvaškem postale poseben gonilec turistične ponudbe. Njihov kumulativni finančni učinek omenjeno milijardo spreminja v neprecenljivo seme, t.i. “*seed money*”, oziroma vzporedno vlaganje v končni, multimilijardni dobiček. (\*Oxford Economics: *The Economic Impact of the UK Film Industry*, June 2010)

### **DRUŽBENA STRUKTURA DOHODKOV IN S TEM POVEZANE PREDNOSTI.**

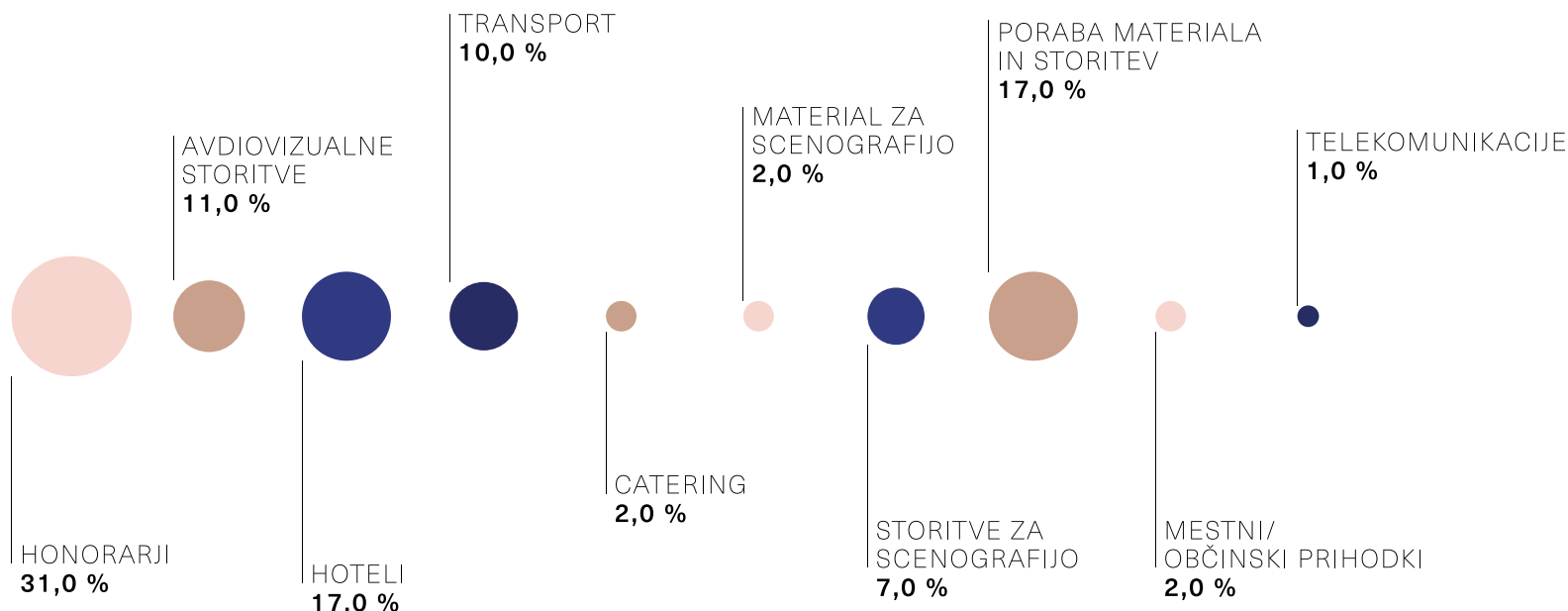
Iz raznolikosti te vrste prihodkov izhajata dve vrlini. V Združenih državah bi o dinamiki tega dohodka razpravljali v smislu “dosega” in “širjenja.” Tako v teritorialnem kot tudi družbenem pomenu. Filmska dejavnost se je v tem primeru izkazala za decentralizirano in geografsko razpršeno. Vstopala je v lokalne skupnosti, zaščitene krajine, narodne parke, kraje, vasi in mesta, iščoč znano in uveljavljeno, drugič pa novo in neodkrito. V omenjenem obdobju (2012–2018) je vstopila praktično povsod. Grafična torta, ki prikazuje enak dohodek v “visoki ločljivosti”, dodatno kaže na njeno socialno raznolikost, še intenzivnejšo od prej omenjene geografske razpršenosti.

Verjamem, da vas v strukturi hrvaške “torte” ne bo presenetil delež filmskih profesionalcev, specializiranih podjetij in izposojene filmske opreme, pa tudi hotelskih stroškov ne. Stavim pa, da v isti statistiki niste

pričakovali prihodkov občinskih uprav, komunalnih podjetij, nacionalnih parkov, ornitoloških služb, gasilskih združenj, letaliških in pristaniških uprav, ribiškega inšpektorata, policijskih patrol, lokalnih reševalnih postaj ali (kar je še posebej mamljivo) velikodušnih vplačil na poseben račun ministrstva za obrambo ali centralne državne policijske uprave. Sledijo podatki o vpletenosti posameznikov, ki jih najdemo v vlogi najemodajalcev, sodelavcev ali izvajalcev - ne da bi bili profesionalno povezani z avdiovizualnimi dejavnostmi. V okolju posamezne avdiovizualne produkcije se oblikuje cel roj občasnih udeležencev, medgeneracijsko razpršenih od predšolcev do zrelih devetdesetletnikov. Poleg statistov so na seznamu še različna dodatna scenografska dela, transport in zavarovanje oziroma dolg seznam najemov premične in nepremične lastnine, najpogosteje v korist oseb, ki – kot že omenjeno – v življenju niso računali na dobičke iz filmske industrije.

### **PRIDOBIVANJE IN ZAUPANJE.**

Takšno ustvarjanje “poslovne situacije” znotraj lokalne skupnosti, ki torej sodeluje v realizaciji nekega večjega projekta, vpliva na ustvarjanje pomembnega kroga zaupanja – da ne rečem kar “vere v filmsko umetnost”. Kot primer lahko podam snemanje filma *Mamma Mia* na otoku Vis. Izredno barviti in raznoliki naravi otoka kot tudi njegovih prebivalcev se gre zahvaliti, da je ta produkcija postala neke vrste “kapitalistična mladinska akcija” generacije 60+. Oziroma skupnega podviga, katerega je ponesel prerogeni duh lokalne skupnosti. S tem mislim reči, da obsežni



avdiovizualni projekti lokalni skupnosti ne prinesejo zgolj kapitalističnih zaslužkov, temveč znajo ponuditi tudi priložnost pozitivnega kolektivismu in vračanje pomena lastnih skupnih vrednosti.

Razdelava pojmov je v tem primeru bolj zapletena kot razdelava prihodkov. Dovolite, da na tem mestu nekaj besed namenim aktualni terminologiji. Zgolj zato, da ne dobite vtisa, da bežimo pred lastnimi nejasnostmi. V slovenski debati se je, zahvaljujoč različnim okoliščinam, zakoreninil "binom" komercialna vs. javna avdiovizualna dejavnost. Druga antinomija, ki se sliši v razmišljanjih o razvoju slovenske industrije, pa je tista o, recimo tako, uničujočem vplivu razvoja industrije v slovenski soseščini (po SWOT analizi študije Delloite). Pri tem se zdi, kot da bi ciljali na neko neopredeljeno nasprotno konjunkturo ali borbeno konkurenco. Razumem zdravorazumsko osnovo, na kateri sta razvita oba omenjena stereotipa, vendar priznam, da osebno nisem privrženec ne prvega ne drugega stereotipnega para nasprotnih si pojmov. Preprosto menim, da vodita na napačno sled.

#### **JAVNO/DRŽAVNO/PRIVATNO/KOMERCIALNO.**

Postavitev meje med privatnim in javnim v tej dejavnosti ni vedno preprosto določljiva. Pa tudi če je, ta razlika za razvoj slovenske industrije – ali za potrebe sporočil naše razprave – ne pomeni veliko. Finančna dinamika, o kateri smo govorili in zaradi katere nam je film kot finančna operacija tako všeč in je tako pomemben za evropske ekonomije, v glavnem ni odvisna od lastnika avdiovizualnega kapitala, prav tako ne od njegovega značaja ali naslova. Pa če govorimo o multiplikatorjih, posrednih (induciranih) prihodkih, geografski razpršenosti ali družbeni raznolikosti prihodkov – vse to je odvisno od narave procesov filmske produkcije in ne od narave investicije. Kaj želim povedati? Tako hollywoodska Narnia kot katerikoli domači slovenski film, financiran z evropskimi državnimi podporami (npr. *Gremo mi po svoje* ali *Razredni sovražnik*), bosta oba pokazala enako finančno dinamiko, vsaj dokler govorimo o smislu tu obravnavanih kazalcih (multiplikator, (ne)posredni fiskalni prihodek, zaposlitve in dodatna sodelovanja prebivalcev, geografska decentralizacija, družbena kohezija). Edina vidna razlika med enim in drugim primerom je v višini sredstev. V primeru shiranega proračuna domačega filma bi si strokovnjak moral pomagati s povečevalnim steklom, da bi zaznal kvantitete, ki so v dragem hollywoodskem projektu vidne s prostim očesom in z distance. No, dinamika je v strukturi enaka.

### KONKURENCA ALI SODELOVANJE?

Evropski normativni ali spodbujevalni ukrepi s področja avdiovizualne industrije stremijo k sinergiji in izgradnji celovite, popolnoma integrirane evropske filmske industrije. Pri tem se razvojne politike Unije bolj naslanjajo na obstoječo naravo filmske produkcije, na njeno intrizično transnacionalnost, kot pa da bi sledile neki konkretni viziji. Mednarodna izmenjava kreativnih virov in javnosti, čezmejno financiranje in uravnoteženje koprodukcije so del DNK naše dejavnosti. Ta narava se je pokazala že v obdobju nemega filma in je prepričljivo starejša od EU ali digitalnega trga. Celo aksiom čezatlantske nemirnosti, konkurenčni "spopad" ameriške in evropske kinematografije (o katerem ritualno govorimo kot da gre za hladno vojno velesil) v resnici deluje bolj kot metodologija in strateški okvir kot resnična situacija. Če upoštevamo ameriško poslovno dejavnost v velikih državah EU, mobilizacijo evropskega talenta v kiklopski proizvodnji internetnih ponudnikov ali pomen storitvenih poslov, povezanih s spodbudami, bomo pretresli omenjen manihejski dualizem. Ti prizori prakse pričajo bolj o čezatlantskem sodelovalnemu ekosistemu kot pa o darvinski drami. V luči tega primera odnos slovenske industrije s filmskimi dejavnostmi v Furlaniji - Julijski krajini ali na Hrvaškem spominja na razvejano družinsko podjetje ali kmetijsko zadrugo sosednjih kmetij. Interakcija teh treh teritorijev temelji na komplementarnosti ponudbe in stalni izmenjavi ljudi in storitev. Noben aktualni problem slovenske industrije ne more prinesiti koristi sosednjim državam in obratno, ti sistemi skupaj rastejo in propadajo. Te trditve lahko preverimo vedno v poslovnih bilancah, pogosto pa tudi v zapisanem na gibljivih slikah.



**ZAKLJUČEK.**

Kaj se bo na koncu zgodilo s slovensko industrijo? Namen te motivacijske razprave je bil prikazati mogoče smeri delovanja in razmišljanja. Prebuditi, kot smo rekli na začetku, apetit za inovacije. Negativni stereotip o "slovenskemu avdiovizualnemu hendikepu" je zasnovan na razširjenem občutku zamujanja z določenimi ukrepi na področju spodbud izvoza filmskih storitev. Na to se navezuje stalno ponavljajoč motiv nezaupanja, ki ga do filmske industrije kažejo javni organi ali splošna javnost, kar kulminira v rekordno majhnem proračunu za nacionalne dejavnosti (primerjajoč redni proračun SFC-ja in sorodnih institucij v državah srednje Evrope ali bivše Jugoslavije). Če pogledamo skozi rožnata očala, lahko verjamemo, da ravno zamuda lahko spodbudi evolucijo. Če pametno preskočimo faze (osnovne šole), je mogoče, da se zamuda spreobrne v kvantni skok ali vsaj t.i. "clean start". Kaj pa nezaupanje? Hm... Skepsa lahko do neke mere služi za dvigovanje kriterijev in ponovno definiranje obstoječih kreativnih praks – in to oceno prosim vzemite z rezervo. Nekako nisem uspel domisliti pozitivne strani bede, ki je ujela slovensko kinematografijo. Namesto da obstoječo finančno situacijo tolmačimo na različne načine, bi bilo bolje, da se le-ta spremeni. Prav lahko si zamislim kakovostno avdiovizualno situacijo, ki temelji tako na vrlinah kot "slabostih" tukajšnje sredine. Kako bi lahko izgledala ta situacija? Perfekcionistična, izbirčna, skromna elitistična filmska proizvodnja, ki je vodilna v "zelenih praksah", a temelji na sofisticiranih strokovnjakih, arhetipskih lokacijah in trajnostnem hedonizmu kot privlačnem življenskemu slogu, ki se mu ne moremo upreti. Takšna bi bila skica slovenske prihodnosti, narisana s par potezami. Obris, ki se lahko spremeni v natančen načrt, ta pa – z malo zaupanja – v resničnost. Verjamem, da bomo po nekaj skupnih praktičnih korakih in ponovnem dialogu vseh vključenih ob naslednjem srečanju imeli veliko tem za dobro razpravo. Nikar ne čakajmo predolgo. ■







---

Kriza zaradi novega koronavirusa je prinesla kar nekaj zmagovalcev. Med njimi so gotovo ponudniki avdiovizualnih vsebin.

# VPRAŠANJA PRAVNEGA REŽIMA FILMSKE INDUSTRIJE

---

**PROF. DR. GORAZD TRPIN, UNIV. DIPL. PRAV.**

IZRAZ FILMSKA INDUSTRIJA PORAJA VPRAŠANJE, KAKŠNA JE V BISTVU PRAVNA NARAVA FILMSKE DEJAVNOSTI. ČE JE FILMSKA DEJAVNOST INDUSTRIJA, POTEM IMA PRAVNO NARAVO GOSPODARSKE DEJAVNOSTI. Z VIDIKA EVROPSKEGA PRAVA TO POMENI, DA JE PRAVNI REŽIM FILMSKE DEJAVNOSTI V CELOTI PODVRŽEN PRAVILOM EVROPSKEGA KONKURENČNEGA PRAVA IN S TEM VSEM NAČINOM FINANCIRANJA GOSPODARSKIH DEJAVNOSTI. FILMSKA INDUSTRIJA BI BILA TOREJ PREPROSTO TRŽNA DEJAVNOST, KI SE V OKVIRU CELOTNEGA KONKURENČNEGA PRAVA ODVIJA NA PROSTEM TRGU.

## “ Če je filmska dejavnost industrija, potem ima pravno naravo gospodarske dejavnosti.

Takšna rešitev bi bila povsem enostavna, če filmska dejavnost ne bi imela izrednih umetniških sestavin, ki jo zelo močno približujejo področju kulture. Za evropsko pravo je kultura negospodarska dejavnost splošnega pomena, ki je posebej ne dejavnost splošnega pomena negospodarskega značaja, ki je evropsko pravo posebej ne ureja in za katero dopušča, da nacionalne zakonodaje v okviru svoje pristojnosti same določajo izjeme od evropskega konkurenčnega prava. To pomeni, da se lahko kultura financira neposredno z javnimi sredstvi in brez izkrivljanja konkurence na trgu.

## “ Filmska dejavnost pa ima tudi močne umetniške sestavine, ki jo približujejo področju kulture.

Tretja možnost je razvrstitev v dejavnosti splošnega pomena gospodarskega značaja. Pravni režim teh dejavnosti precej natančno ureja Direktiva 2014/23/EU, pri čemer prav tako dovoljuje odstop od pravil evropskega konkurenčnega prava, vendar samo pod določenimi pogoji, ki jih določa sama. Odstop od teh pogojev je možen na dva načina, in sicer tako, da organ javne oblasti posebno ali izključno pravico za izvajanje te dejavnosti podeli neposredno določenemu subjektu ali da podeli te pravice v posebnem konkurenčnem postopku. Neposredno jo lahko podeli pravni osebi, ki jo obvladuje podobno kot lastne službe, ki 80% svoje dejavnosti izvaja za organ javne oblasti in v kateri zasebni

## “ Filmsko industrijo lahko uvrstimo tudi med dejavnosti splošnega pomena gospodarskega značaja.

kapital nima prevladujočega ali zaviralnega učinka. V konkurenčnem postopku podeli te pravice tisti pravni osebi, ki v največji meri izpolnjuje pogoje, ki jih je določil organ oblasti za izvajanje te dejavnosti.

Poleg treh navedenih pravnih režimov obstaja še eden, in sicer je to pravni režim pospeševalne funkcije države. V okviru te svoje funkcije lahko država z različnimi ukrepi, tudi finančnimi, pospešuje razvoj določenih področij ali območij. Z vidika evropskega prava pri izvajanju te funkcije ne sme kršiti evropskih pravil o nedovoljeni državni pomoči. Iz navedenega ugotavljamo, da se lahko filmska dejavnost istočasno nahaja v vseh štirih pravnih režimih.

### I.

Glede prvega je potrebno določiti, kateri del filmske industrije se izvaja kot tržna dejavnost, pri čemer je posebej pomembno, da se glede na možnost uporabe javnih sredstev za njeno izvajanje ta javna sredstva ne uporabljajo za izvajanje tržne dejavnosti.

### II.

Enako je potrebno tudi pri drugem pravnem režimu določiti, kateri del filmske dejavnosti sodi v pravni režim negospodarskih dejavnosti splošnega pomena. Potrebno je torej zakonsko opredeliti, kateri deli filmske dejavnosti predstavljajo izvajanje negospodarskih dejavnosti splošnega pomena in so tako upravičeni tudi do načinov njihovega financiranja.

### III.

Tretji režim za izvajanje filmske dejavnosti zaenkrat ne pride posebej v poštev. Kljub temu bi ga lahko uvedli, vendar bi zato morali filmsko dejavnost opredeliti kot gospodarsko dejavnost splošnega pomena. V tem primeru bi lahko država ob prej navedenih pogojih določene subjekte financirala neposredno, drugi pa bi sredstva morali pridobivati v medsebojnem konkurenčnem postopku.

### IV.

Četrty pravni režim je še posebno pomemben za financiranje filmske dejavnosti. Gre za vprašanje, koliko in na kakšen način lahko država financira to dejavnost izven evropskih konkurenčnih pravil, ne da bi pri tem kršila pravila o nedovoljenih državnih pomočeh.

Pri oblikovanju nove pravne ureditve filmske dejavnosti bo potrebno upoštevati vse navedene vidike. Sedanja pravna ureditev se v največji meri opira na pravni režim negospodarskih dejavnosti splošnega pomena in pravni režim pospeševalne funkcije države. Omenjena pravna režima sedaj urejata Zakon o uresničevanju javnega interesa za kulturo (Uradni list RS, št. 77/07 s spremembami in dopolnitvami - ZUJIK) in Zakon o Slovenskem filmskem centru, javni agenciji Republike Slovenije (Uradni list RS, št. 77/10, s spremembami in dopolnitvami - ZSFCJA).

Glede prvega ugotavljamo, da je za filmsko dejavnost preveč splošen,

saj pokriva celotno področje kulture in ne upošteva posebnosti filmske dejavnosti, pri drugem pa je problem v tem, da ureja institucijo za financiranje filmske dejavnosti in ni osredotočen na celovito ureditev te dejavnosti.

Glede na navedeno lahko zaključimo, da je rešitev problema pravnega režima filmske dejavnosti v sprejetju zakona, ki bi celovito uredil to področje, pri čemer bi v okviru pospeševalne funkcije države bolje uredil tudi postopek za pridobivanje sredstev za izvajanje filmske dejavnosti. ■

---

# ROKI ZA SPREJETJE TREH NUJNIH DIREKTIV SO PRAKTIČNO TU, KJE SMO PA MI?

---

**MAG. INGRID KOVŠCA**

DIREKTORICA INŠTITUTA ZA AVTORSKO PRAVO

V ZADNJEM DESETLETJU SMO PRIČA SKOKOVITEMU PREBOJU DIGITALNE TEHNOLOGIJE NA PODROČJU RAZISKAV, INOVACIJ, IZOBRAŽEVANJA IN OHRANJANJA KULTURNE DEDIŠČINE, KAR SPREMINJA TAKO NAČIN USTVARJANJA NOVIH AVTORSKIH VSEBIN KOT TUDI NAČIN PRODUKCIJE, DISTRIBUCIJE IN IZKORIŠČANJA AVTORSKIH DEL IN DRUGIH PREDMETOV VARSTVA. TEM SPREMEMBAM JE DOLŽNA SLEDITI TUDI ZAKONODAJA, KI MORA BITI PRILAGOJENA NOVIM TEHNOLOŠKIM REŠITVAM IN IZDELANA TAKO, DA HKRATI USTREZA PRIHODNJIM RAZMERAM.





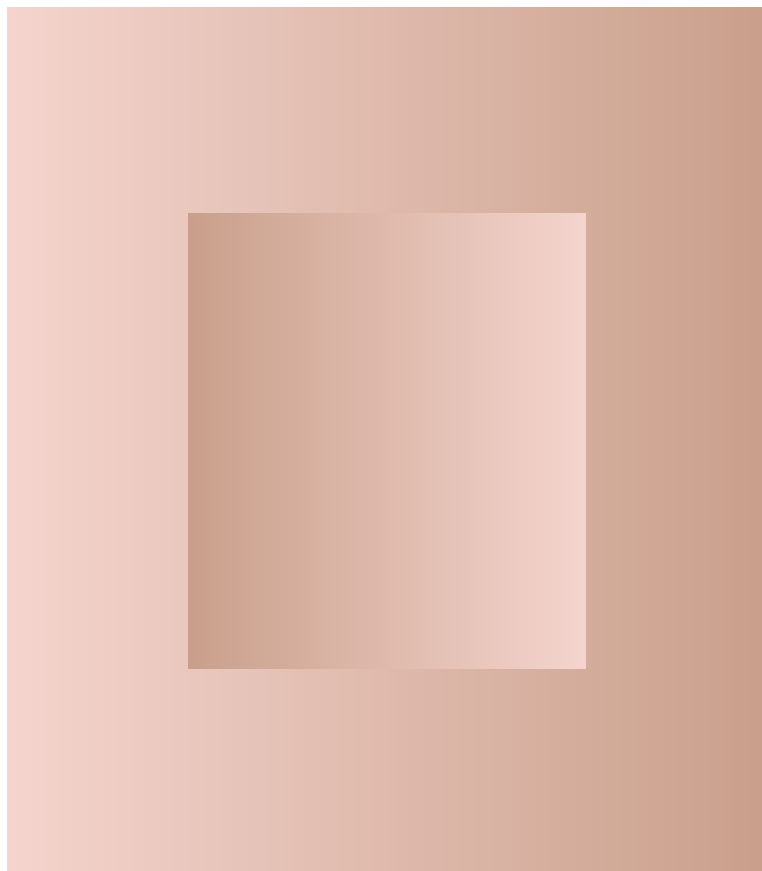
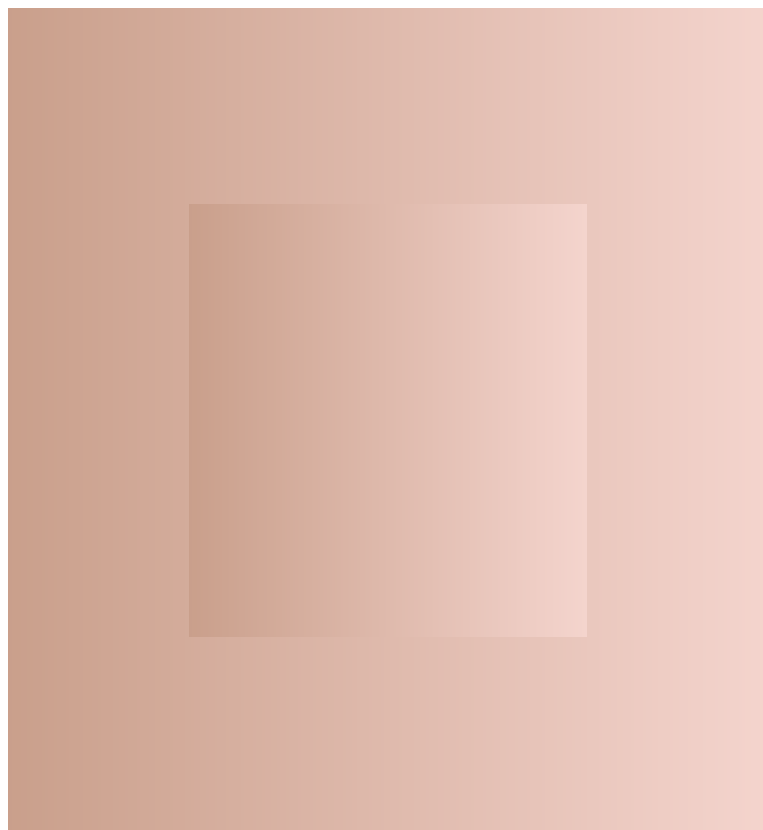


Na področju avtorskih pravic in AV sektorja so pomemben del te zakonodaje:

- spremenjena Direktiva o avdiovizualnih medijskih storitvah (AVMS direktiva) z dne 14. novembra 2018;
- Direktiva 2019/790 Evropskega parlamenta in Sveta o avtorski in sorodnih pravicah na enotnem digitalnem trgu (Copyright direktiva) z dne 17. aprila 2019 in
- Direktiva (EU) 2019/789 Evropskega parlamenta in Sveta (Sat-Cab direktiva) z dne 17. aprila 2019.

Vse tri so del Strategije enotnega digitalnega trga EU. Opozoriti je treba, da rok za implementacijo AVMS direktive poteče že 19. 9. 2020, za Copyright in Sat-Cab pa 7. 6. 2021.

Njihova pravočasna in pravilna implementacija bistveno prispeva k vzpostavitvi spodbudnega okolja za filmsko ustvarjanje in v tem okviru k rasti in pospešitvi razvoja AV industrije.



Zakaj?

1. Povečana obveznost promocije evropskih del po spremenjeni AVMS direktivi prinaša evropskim filmskim ustvarjalcem in celotni AV industriji rast prihodkov tako iz naslova ustvarjanja AV del kot iz naslova njihovega izkoriščanja. Predvideva tudi možnost, da se za ponudnike medijskih storitev uveljavi obvezno financiranje produkcije evropskih del, vključno z neposredno naložbo v vsebino in prispevki v nacionalne sklade.
2. Tudi vrsta novih mehanizmov in določb, ki jih vsebuje Copyright direktiva, pomeni za filmske ustvarjalce izdatno povečanje prihodkov od različnih načinov izkoriščanja njihovih del oziroma izvedb.
3. Razširitev "načela države izvora" dosedanjega režima Sat-Cab direktive (93) še na druge oblike retransmisije, tudi online, vpeljava obveznega kolektivnega upravljanja s pravico do retransmisije in ureditev neposredne dostave (direct injection) zagotavljajo imetnikom pravic ustrezno plačilo, RTV organizacijam in operaterjem pa ustrezno pravno varnost.

## O ČEM KONKRETNO GOVORIMO?

Spremenjena AVMS direktiva državam članicam nalaga, naj zagotovijo, da ponudniki medijskih storitev na zahtevo, ki so pod njihovo pristojnostjo, evropskim delom namenijo vsaj 30-odstotni delež v svojih katalogih in jih postavijo v ospredje. Predlaga tudi nekaj možnosti takšne izpostavljene predstavitve. Poleg uvedbe 30-odstotne kvote za prisotnost in prepoznavnost evropskih del, ki zadeva ponudnike AV medijskih storitev na zahtevo, navaja možnost uvedbe ukrepa za financiranje evropskih del, ki bi se nanašal na vse ponudnike AV medijskih storitev.

Nova Copyright direktiva odpravlja neupravičeno diskriminacijo izvajalcev v primerjavi z drugimi filmskimi ustvarjalci, hkrati pa avtorjem in izvajalcem zagotavlja (dodaten) vir prihodka

iz naslova:

- olajšanega izvajanja mehanizma kolektivnega licenciranja, ohranitve in spodbujanja sistema kolektivnega licenciranja z razširjenim učinkom (ECL). Organizacija za kolektivno licenciranje tako lahko ponuja licence v imenu imetnikov pravic ne glede na to, ali so jo pooblastili ali ne, torej zajame bistveno večje število ustvarjalcev, ki pa imajo vedno možnost, da iz sistema prostovoljno izstopijo (pravilo *opt-out*) (čl. 12);
- spletne uporabe avtorskih del in izvedb. Ponudnike deljenja spletnih vsebin namreč zavezuje k sklenitvi licenčnih sporazumov oziroma jim nalaga odgovornost za pregled in odstranitev nelicenciranih vsebin, ki jih na njihove platforme naložijo uporabniki (čl. 17);
- nadomestila za uporabo avtorskega dela oziroma izvedbe, ki je ločeno od nadomestila iz naslova ustvarjanja avtorskega dela in odvisno od frekvence nadaljnje uporabe avtorskega dela (čl. 18); in ker:
- za licenciranje/podlicenciranje oziroma stranke in njihove pravne naslednike, na katere so avtorji/izvajalci prenesli svoje pravice, uvaja obveznost obveščanja o načinih izkoriščanja njihovih del/izvedb, o vseh ustvarjenih prihodkih in o plačilu, ki imetnikom pripada (čl. 19);
- uvaja mehanizem prilagoditve pogodbe in s tem avtorjem in izvajalcem omogoča, da po sklenitvi pogodbe, torej

naknadno, zahtevajo spremembo vsebine že obstoječe pogodbe, kadar se izkaže, da je prvotno dogovorjeno plačilo v primerjavi z vsemi naknadnimi relevantnimi prihodki, ki izvirajo iz izkoriščanja del ali izvedb, nesorazmerno nizko (čl. 20);

- je možen preklic licence, kadar je licenciranec dejansko ne uporablja, in posledično podelitev nekemu, ki bo licenco dejansko uporabljal in avtorsko delo oziroma izvedbo tudi primerno izkoriščal (čl. 22).

Direktiva je znatno povečala odgovornost spletnih podjetij (zlasti uporabniških platform, kot so YouTube, Facebook, Twitter ipd.), ki pri svoji dejavnosti uporabljajo oziroma omogočajo uporabo številnih avtorskih del, do imetnikov pravic, da bi jih s tem spodbudila k sklenitvi pravičnih licenčnih pogodb z imetniki avtorske in sorodnih pravic.

Spletna podjetja po dosedanji (*safe harbour*) ureditvi niso odgovarjala za vsebino, ki so jo na strežnik naložili njihovi uporabniki. Vsebinsko, ki krši avtorske pravice, so bila zavezana odstraniti le na zahtevo imetnika pravic (*notice and take down*), kar pa je bilo za slednjega nepraktično in mu ni zagotavljalo pravičnega nadomestila. Ponudniki deljenja spletnih vsebin (OCSSP) niso bili šteti kot uporabniki avtorsko zaščitenih vsebin, vsa odgovornost je bila na končnem uporabniku.

S tem ko so spletna podjetja in OCSSP odgovorni za naloženo uporabniško vsebino avtorskopravne narave, se povečujejo možnosti imetnikov pravic (predvsem izvajalcev in scenaristov pa tudi medijskih založniških hiš, glasbenikov in novinarjev) za sklenitev poštenih dogovorov o licenciranju, torej jim je zagotovljeno pravičnejše nadomestilo v obliki plačila za uporabo njihovih del v digitalnem okolju. Končni uporabniki za kršitve niso odgovorni, če ne delujejo v tržne namene ali s kršitvami ne ustvarjajo znatnih prihodkov. Režim *safe harbour* se za spletno gostovanje ne uporablja.

Odgovornost spletnih podjetij implicira uvedbo ukrepov za spremljanje vsebine na spletnih platformah (kot npr. YouTube), ki poskušajo rešiti "vrzel vrednosti" (*value gap*), nastalo pri dosedanjem načinu sklepanja produkcijskih pogodb, ter omogoča imetnikom pravic boljši zaslužek in nadzor distribucije njihovih vsebin na spletu (člen 17).

Direktiva je znatno posegla tudi v dosedanjo prakso pogodbenega dogovarjanja o vsebini in upravičenosti do izplačevanja nadomestil za uporabo avtorskih del in izvedb. Poudarja proporcionalnost nadomestila za uporabo in izkoriščanje avtorskega dela v popolnoma novem pomenu kot dosedanja DSM direktiva, in sicer glede na doprinos avtorja k nastanku avtorskega dela ali izvedbe (proportionate remuneration) in glede na prihodke od nadaljnje uporabe del ali izvedb (proportional remuneration). Opozoriti velja, da po novi ureditvi ne gre za podvojitvev, ampak za dopolnitev nadomestila za doprinos k nastanku avtorske vsebine z doslej manjkajočim delom nadomestila za uporabo avtorske vsebine, kar imetnikom tudi dejansko zagotavlja prejem ustreznega in sorazmernega nadomestila. Podobno je po novem tudi višina nadomestila ustrezna in sorazmerna z dejansko ali potencialno ekonomsko vrednostjo licenciranih ali prenesenih pravic – upošteva se prispevek avtorja ali izvajalca k celotnemu delu ali drugemu predmetu varstva ter vse druge okoliščine primera, kot so tržne prakse ali dejansko izkoriščanje dela. Še vedno je možno tudi izplačilo nadomestila v enkratnem znesku (*lump-sum*), a kot izjema, pridržana za tiste primere, ko drugačen način izplačila dejansko ni izvedljiv. Te izjeme je treba v zakonu tudi opredeliti. Kolektivno upravljanje pravice do nadomestila iz naslova izkoriščanja in uporabe avtorskega dela/izvedbe v direktivi sicer ni izrecno navedeno, je pa vsekakor dopustno in po našem mnenju tudi edino smiselno.

Poseben doprinos k ugotavljanju dejanske uporabe avtorskih vsebin zagotavlja načelo transparentnosti, ki v 19. členu direktive licenciranja (in podlicenciranja) zavezuje, da imetnikom pravic periodično zagotavljajo posodobljene, relevantne in celovite informacije o načinih izkoriščanja njihovih del oziroma izvedb, o vseh ustvarjenih prihodkih in plačilu, ki jim pripada. Zaokrožena celota sprememb v korist imetnikov pravic vsebuje še že omenjena mehanizem prilagoditve pogodbe dejanski uporabi avtorskega dela oziroma izvedbe (20. člen) in možnost preklica licence ali prenosa pravic (22. člen).

Nova Sat-Cab direktiva državam članicam nalaga implementacijo naslednjih pravnih pravil:

- “načela države izvora” (iz Sat-Cab direktive 1993) za prenos pravic spletnega predvajanja določenih vsebin RTV organizacij tudi v druge države članice. Pravice bo potrebno urediti le enkrat – v izvorni državi in po njenem

pravu, ne pa tudi v državi nameravanega sprejema (država, kjer se signale sprejema), prav tako ne v njenih sosedah, v katere se signali prelivajo iz tehničnih razlogov. RTV organizacijam bo tako bistveno olajšano zagotavljanje dostopa do večjega dela njihovih vsebin prek spleta tudi v drugih državah članicah.

- Načelo se po novi direktivi uporablja za prenos pravic spletnega predvajanja RA in TV programov, ki so bodisi novice in aktualne informativne oddaje bodisi v celoti financirane lastne produkcije RTV organizacije. Izrecno izključuje predvajanje športnih dogodkov;
- »razširitev sistema obveznega kolektivnega upravljanja«, ki bo olajšala licenciranje pravic za retransmisijo RA in TV programov – zaobsegla bo namreč kabelsko, satelitsko, digitalno prizemno retransmisijo ter retransmisijo prek zaprtega IP sistema in mobilnih omrežij, pod pogojem dostopa pod nadzorom pa tudi retransmisijo prek prostega interneta. Te storitve so zdaj jasno zajete v režimu obveznega kolektivnega upravljanja s pravicami retransmisije. Imetniki avtorske in sorodnih pravic, ki niso organizacije za radiodifuzno oddajanje, lahko svoje pravice uveljavljajo samo preko kolektivne organizacije, ta pa jim lahko dovoljenje za retransmisijo odobri ali zavrne.
- Iz direktive 1993 se ohranja: Imetniku avtorske in sorodnih pravic, ki svoje upravljavske pravice ni prenesel na kolektivno organizacijo in želi kot upravljavec storitve retransmisije pridobiti pravice na ozemlju države članice, lahko kolektivna organizacija, ki na tem teritoriju upravlja s pravicami retransmisije, izda ali zavrne dovoljenje. V primeru, da je takšnih organizacij več, mora država članica določiti, katere od njih imajo pravico izdati ali zavrniti dovoljenje;
- spremembo/dopolnitev obstoječe definicije retransmisije tako, da je dosedanje besedilo iz 3. odstavka 1. člena Sat-Cab direktive (“vsaka sočasna, nespremenjena in neskrajšana retransmisija po kablu ali mikrovalovnem sistemu TV ali RA programov, ki je namenjena (sprejemu) javnosti, začetnega oddajanja (teh programov) iz druge države članice,

namenjenega sprejemu javnosti”) dopolnjeno z besedilom: “ne glede na način, na katerega operater storitve kableske retransmisije od RTV organizacije za namen retransmisije pridobi signale, ki nosijo program.” Dosedanja definicija Sat-Cab direktive je torej ohranjena, pristavek pa dodaja operaterjevo možnost različnih pridobitev programskih signalov od prvotne RTV organizacije. Med te različne pridobitve pa ne spada *direct injection*, saj jo posebej in drugače ureja 8. člen nove direktive – kot transmisijo (ne pa retransmisijo) v obliki udeležbe obeh akterjev pri enkratnem aktu priobčitve javnosti;

- ureditev neposredne dostave (*direct injection*), ki bo imetnikom zagotovila ustrezno plačilo, RTV organizacijam in operaterjem, ki uporabljajo ta postopek, pa pravno varnost. Pravice bodo morale pridobiti tako RTV organizacije kot operaterji. Neposredna dostava je v 2. členu direktive

opredeljena kot “tehnični proces, s pomočjo katerega RTV organizacija oddaja svoje programske signale organizaciji, ki ni RTV organizacija, na tak način, da med samim oddajanjem programski signali niso dostopni javnosti”. Običajno priobčitev javnosti programskih signalov poteka tako, da primarno RTV organizacija oddaja programe (ki so dostopni javnosti), taiste programe pa nato operater retransmitira in so zopet dostopni javnosti. Iste programe se torej dvakrat priobči javnosti. Pri neposredni dostavi pa v fazi prenosa programskih signalov od RTV organizacije do operaterja ne gre za priobčitev javnosti, saj signali javnosti niso dostopni. Dostopni postanejo šele, ko jih oddaja operater. Tudi ni govora o retransmisiji, temveč zgolj o oddajanju (transimitiranju).



celo vrsto nadomestil iz naslova njihovega umetniškega ustvarjanja. Direktive je torej treba pravočasno in pravilno implementirati, da bodo AV umetniki zasluženi denar prejeli takoj ko je mogoče in da se bo dejansko pretil k izvirov same ustvarjalnosti. Samo tako bodo nove

umetniške vsebine pognale celotno kolesje kompleksne AV industrije, kar se bo nazadnje odrazilo tudi v znatnem povečanju prihodkov v državni proračun.

### KAKŠNO VLOGO IMA PRI TEM DRŽAVA?

Da bi filmski in drugi AV ustvarjalci prišli do nadomestila za uporabo svojih del, morajo državni organi in institucije izkazati politično voljo in podporo za pravočasen začetek in strokovno voden proces implementacije vseh treh direktiv: AVMS, Copyright in Sat-Cab, poskrbeti pa bo potrebno tudi za ratifikacijo Evropske konvencije o

koprodukcijah, s katero že dalj časa zamujamo.

Zaradi pravilne strokovne izvedbe in pravočasne uzakonitve novih pravnih rešitev je treba vzpostaviti sodelovanje med pristojnimi ministrstvi in organi v njihovi sestavi, zagotoviti ustrezne strokovne podlage z implementacijo novih pravnih institutov in za dopolnitve in spremembe že obstoječih institutov ter jih ustrezno prilagoditi novim sistemskim rešitvam.

Ključnega pomena je, da izdelava predloga sprememb zakonodaje (ZASP, ZKUASP, ZMed, ZavMS – zakona o avdiovizualnih medijskih storitvah) steče takoj, brez odlašanja. ■

Iz vsega navedenega je razvidno, da prinašajo na novo sprejete direktive zakrožen sklop pravic, ki AV ustvarjalcem, posebej še izvajalcem in povečini preko sistema obveznega kolektivnega upravljanja, zagotavljajo

---

Opazne spremembe v spremljanju avdiovizualnih vsebin med pandemijo

# NA PRVEM MESTU TUDI V NAJBOLJ KRIZNIH ČASIH

---

## AGB NIELSEN

MEDIJSKE RAZISKAVE, D. O. O.

TURBULENTNA POMLAD LETA 2020 NI BILA PODOBNA NIČEMUR, KAR JE NOVODOBNI SVET KDAJ KOLI DOTLEJ DOŽIVEL. PANDEMIJA COVID-19 PA JE PRINESLA VELIKE SPREMEMBE TUDI V OBNAŠANJU SLOVENSКИH GLEDALCEV, SAJ JE BILO V SPREMLJANJU AVDIOVIZUALNIH VSEBIN OPAZNIH KAR NEKAJ SPREMEMB V VZORCIH GLEDANOSTI ČEZ DAN, KI POTRJUJEJO, DA SI SLOVENSKI GLEDALCI ŽELIMO AVDIOVIZUALNIH VSEBIN IN DA IMAJO TE POMEMBNO VLOGO

Daleč najvišja gledanost je bila zaznana v zadnjem tednu marca 2020, ko je bila gledanost televizije za kar 54 % višja v primerjavi s povprečjem zadnjih treh let. Vrhunci gledanosti v času pandemije se najverjetneje ne bodo ponovili, so se pa v tem obdobju oblikovali zanimivi vzorci gledanosti.

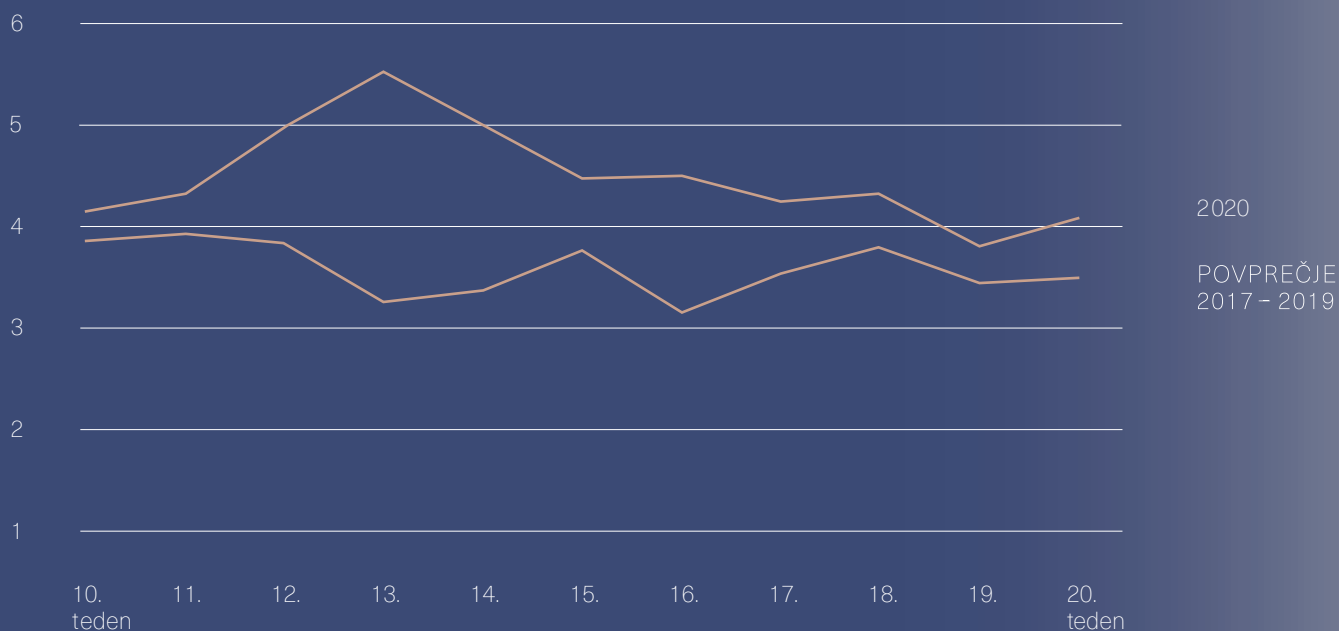
Brez zadržkov lahko trdimo, da so med posledicami novih vzorcev spremljanja AV vsebin:

- višja stopnja gledanosti televizije, ki pa od junija 2020 že postopoma upada;
- podaljšanje *prime-time* gledanosti v poznejše ure;
- višja stopnja spremljanja dopoldanskih in zgodnjepopoldanskih vsebin pri mlajših gledalcih.

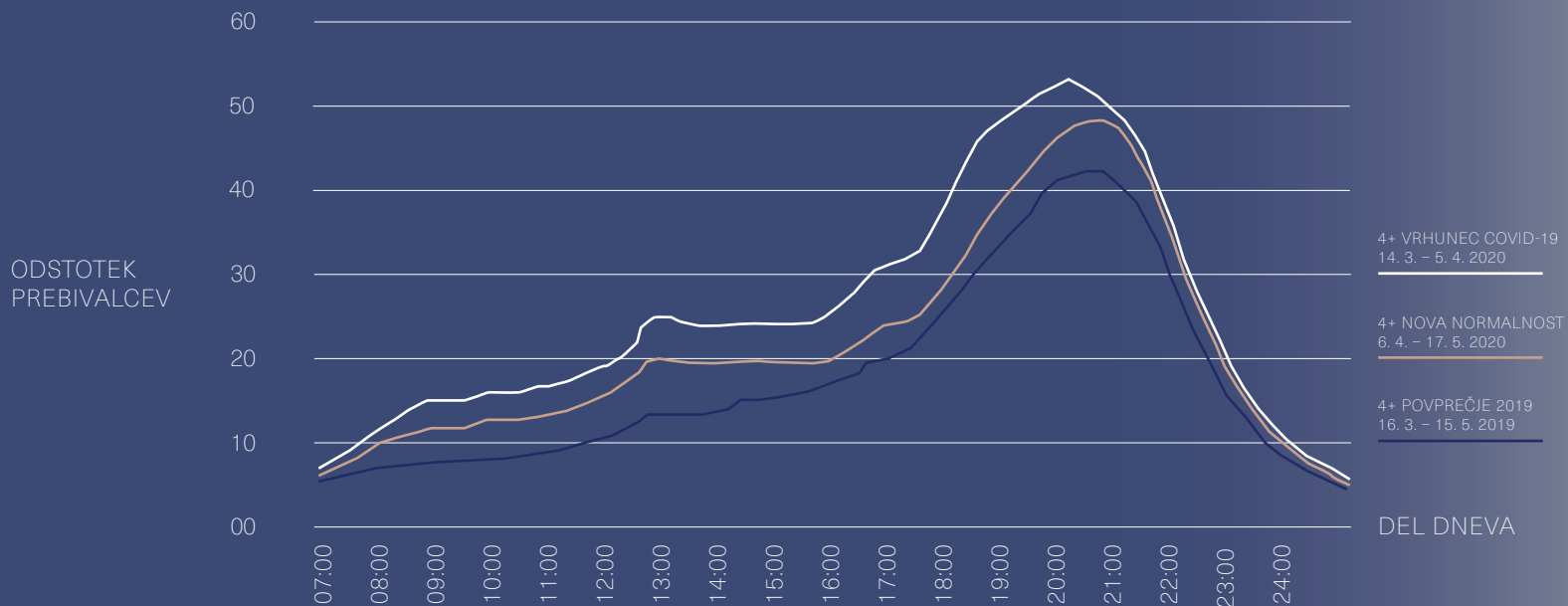


# KOLIKO ČASA SO SLOVENCİ PREŽIVELI PRED TV V ČASU EPIDEMIJE?

2. 3.–19. 4. 2020. ves dan, vsi posamezniki starejši od 4 let, povprečen čas gledanja po tednih v urah, primerjava s povprečjem obdobja od 2017 do 2019.



Prikaz gledanosti znotraj dneva ob delavnikih in primerjava različnih obdobj





# GLEĐANOST TV V SLOVENIJI PODIRA REKORDE, KAJ PA USTVARJALCI?

**KLEMEN DVORNIK**

PRESEDNIK ZVEZE DRUŠTEV SLOVENSkih FILMSKIH USTVARJALCEV

Širjenje koronavirusa je pomembno vplivalo tudi na obnašanje slovenskih gledalcev. Podatki AGB Nielsen kažejo, da je Slovenija sledila trendom v svetu, kjer se je povpraševanje po različnih avdiovizualnih vsebinah v času koronakrize strmo povečalo. Rast naročnikov in prihodkov beležijo vsi ponudniki, največji med spletnimi platformami, Netflix pa je v prvem letošnjem četrtletju zabeležil najboljši kvartalni rezultat v svoji zgodovini. V omenjenem obdobju je podjetje dobilo skoraj 16 milijonov novih naročnikov. Zato se avdiovizualni avtorji, njihove organizacije in tudi odločevalci po svetu upravičeno sprašujemo, zakaj delčka tega uspeha niso deležni tudi avdiovizualni ustvarjalci?

Pandemija koronavirusne bolezni nas je – tako kot druge umetnike po svetu – močno prizadela. Avdiovizualna produkcija se zelo počasi vrača v stare tirnice, tako kot je bilo še pred letom dni, pa prav gotovo ne bo kmalu. Socialni in finančni položaj imetnikov pravic je zato kljub ponovnemu zagonu industrije izredno težak. Poleg tega pa smo avdiovizualni ustvarjalci v Sloveniji v slabšem položaju od npr. svojih kolegov glasbenikov, saj mi ne dobivamo praktično nobenih nadomestil iz naslova uporabe naših del. Zato je nujno potrebno, da Slovenija čimprej implementira lani sprejeto Direktivo o avtorskih pravicah na enotnem digitalnem trgu, ki med drugim predvideva



pravično in proporcionalno nadomestilo. Če bi bila Direktiva že implementirana, bi tudi avdiovizualni ustvarjalci že prejeli nadomestilo in bi tako veliko lažje prebrodili trenutne razmere. Države članice imajo sicer za implementacijo Direktive čas še do junija 2021, a tistih proaktivnih prav nič ne ovira, da ne bi naloge opravile predčasno. Tudi pri nas je razprava formalno že odprta, a so predvideni sestanki zaradi nastalih razmer odpadli. Z razglašenim koncem pandemije pa je čas za nov zagon pogovorov o Direktivi in za njeno čimprejšnje sprejetje, menimo v AIPA.

Slovenski avdiovizualni sektor je eden od stebrov slovenskega gospodarstva z izredno visoko dodano vrednostjo in odlično orodje za promocijo Slovenije. Kot je razvidno iz Študije državnih podpor ter ekonomskih in fiskalnih učinkov avdiovizualne industrije v Sloveniji, je dodana vrednost zaposlenega v avdiovizualnem sektorju višja kot pri izvoznikih. Prav tako pa je velik tudi prispevek, ki ga avdiovizualni sektor daje slovenskemu gospodarstvu.

Vendar pa si brez ustreznega razumevanja državnih politik avdiovizualni sektor ne bo opomogel od posledic, ki jih je prinesla ta zdravstvena kriza brez primere. Odločevalci se morajo zavedati, da je filmski in avdiovizualni sektor v Evropi lahko vodnik in katalizator za debate in razprave, ki bodo ključnega pomena za ohranjanje evropskih demokracij. Državljeni EU se bodo morali spoprijeti s posledicami krize, za kar bo treba postaviti temelje za nov optimizem in zaupanje v skupno evropsko prihodnost. Da bi lahko panoga ustrezno odigrala omenjeno vlogo, mora ohraniti svojo osnovno infrastrukturo. To pa ne bo mogoče brez pomoči EU in držav članic.

Pomen kulturnega in kreativnega sektorja v času koronakrize so prepoznali tudi ministri iz več kot 140 držav, ki so na spletni konvenciji Organizacije ZN za izobraževanje, znanost in kulturo (Unesco) in združenja CISAC podprli ukrepe za pomoč kulturnemu in kreativnemu sektorju zaradi pandemije novega koronavirusa. Ministri so predstavili ukrepe svojih držav in nekatere primere dobre prakse. Kot so poudarili, je kultura varen pristan za milijone ljudi v različnih oblikah izolacije. Ministri so tudi soglašali, da bo kultura igrala pomembno vlogo tudi po koncu krize, saj je »rešilni jopič« za individualni in kolektivni razvoj, pa tudi za socialno povezanost.

Kljub katastrofalnemu vplivu koronakrize na kulturni in kreativni sektor se je ta prilagodil in težišče dela prenesel na splet. Novo digitalno realnost je zato treba osvojiti, države pa morajo nemudoma sprejeti politike, ki se bodo temu prilagodile in ustrezno zaščitile ustvarjalce in intelektualno lastnino. Upamo, da bo med njimi tudi Slovenija. ■

AVDIOVIZUALNA  
INDUSTRIJA JE MOČAN,  
VENDAR NEIZKORIŠČEN  
STEBER SLOVENSKEGA  
GOSPODARSTVA



**DANIJEL HOČEVAR**

PREDSEDNIK DRUŠTVA FILMSKI PRODUCENTI SLOVENIJE

V letu 2018 je bilo v Sloveniji ustvarjenih 500 oglasov, 400 videospotov, 12 dokumentarnih filmov, 8 igranih celovečernih filmov, 5 animiranih filmov in 4 serije. Neposredni in posredni ekonomski učinki avdiovizualne industrije se kažejo v številnih sektorjih in industrijah, saj se pomemben del proračuna projektov porabi za nakup blaga in storitev na lokalnem trgu.

Avdiovizualni projekti imajo na lokalno gospodarstvo močan vpliv, Slovenija kot filmska destinacija pa ima ob ustrezni nadgradnji podpornega okolja velik potencial. Sistemska krepitev podstati za film in avdiovizualno dejavnost ter načrtno privabljanje avdiovizualnih projektov bi zagotovo spodbudila ustvarjanje novih delovnih mest tako v avdiovizualnem sektorju kot tudi v turizmu. Pri tem bi lahko kot filmske destinacije promovirali zlasti gospodarsko manj razvita področja.

Glede na dejstva, navedena v prispevkih, je težko doumljivo, da smo priča upadu javnega financiranja, namenjenega delovanju in razvoju industrije.

Medtem ko smo pri nas iz leta v leto vlagali vse manj in manj v avdiovizualno industrijo, pa se je onkraj meja – tudi v naših neposrednih sosedah Madžarski in Hrvaški – dogajal pravi razmah. Temelj eksplozije in nove avdiovizualne revolucije – morda celo največje po barvnem filmu – so distribucijske platforme in popolna digitalizacija poti do gledalcev. Pomena vloge avdiovizualne industrije v sliki slovenskega gospodarstva se očitno še ne zavedamo dovolj.

Splet je postal epicenter delovanja avdiovizualne industrije. Z vsemi novimi trendi in omenjenimi spremembami pa bi se seveda morale spreminjati tudi državne politike. Vloga države mora preiti iz trenutnega klasičnega ter pokroviteljskega pristopa do filma kot kulture v vlogo

države, ki skrbi za ugodno gospodarsko in finančno okolje, ki omogoča razvoj avdiovizualne panoge – tudi s privabljanjem tujih koprodukcij (kot to izjemno uspešno počneta Hrvaška in Madžarska in s tem polnita državni proračun). Zato je potrebno avdiovizualno industrijo v Sloveniji naslavljati ne samo s kulturnimi politikami, temveč diskusijo razširiti na medresorsko raven.

Dejstvo je, da je avdiovizualna industrija ena najhitreje se razvijajočih industrij na svetu in evropske države kar tekmujejo med seboj v spodbujanju te industrije ter ustvarjanju ugodnega okolja za soustvarjanje na tem področju. Pandemija in ukrepi, povezani z njo, so že tako izjemno rast samo še pospešili.

Ob tem se je treba tudi vprašati, ali ni meja med “komercialnimi” in “nekomercialnimi” projekti zgolj navidezna. Od države prezrti “komercialni” sektor je v zadnjih 15 letih najprej nosil breme razvoja strokovnih kadrov in tehnične baze, zatem pa spravil filmsko produkcijo na zavidljivo evropsko raven. Zato je danes avdiovizualni sektor konkurenčen tudi v najzahtevnejših izzivih avdiovizualne produkcije. Od razvoja tehnične baze, tako kadrovske kot tehnološke, ima veliko tudi t. i. “umetniški” sektor. Plima v zalivu dvigne vse barke.

Slovenija je za snemanja izjemno privlačna destinacija. Predvsem v Alpah ponuja mnogovrstne in atraktivne snemalne lokacije (obala, jezera, jame, reke, gradovi ...), zaradi geografskega položaja pa tudi raznolike letne čase. Poleg tega je v letu 2017 sprejela ukrep denarnih povračil za avdiovizualno produkcijo, na zavidljivem nivoju ima tudi tehnični sektor z odlično opremo.



Da bi naredili korak naprej, bi morale nacionalne instance med seboj bolj sodelovati: od najvišjih na državni ravni (ministrstev) do tistih na lokalni ravni (upravne enote). Organi namreč prepogosto odločajo neusklajeno in nepovezano. V praksi so težave predvsem pri neurejenem in razpršenem pridobivanju dovoljenj za snemanje na posameznih lokacijah.

Če želimo v celoti izkoristiti potencial avdiovizualne industrije, je potreben temeljit premislek o sistemski ureditvi področja. Ambiciozne države zato v prvi meri povečujejo javna sredstva, kar omogoči nadaljnji razvoj in spodbudi zasebna vlaganja. Kot ugotavlja študija, pa je v Sloveniji ravno obratno ...

Da se očitno nekaj vendarle premika, je morda nakazal sklep Odbora za kulturo DZ. Za hip se je zazdelo, da je politika vendarle prepoznala avdiovizualno področje kot tisto, katerega javno financiranje je potrebno najmanj podvojiti – a žal trenutne proračunske napovedi tega ne obetajo.

Praksa sosednjih držav nas postavlja v tretjerazredno filmsko destinacijo, za trendi zaostajamo 5–8 let. Ker pa je v vsaki slabi stvari tudi nekaj dobrega, lahko ta zaostanek percipiramo kot pozitivno dejstvo. Zamuda je za senzibilne odločevalce lahko tudi privilegij, ki omogoča, da Slovenija preuči tujo prakso in pogleda zlasti, kje so kolegi naredili napake – vse z namenom, da se le-te ne bi ponovljale tudi pri nas.

Današnji svet je lačen avdiovizualnih vsebin – in ta že tako hiter proces je pandemija še pospešila. Vzorci gledanja televizije so se v »novi

normalnosti« zelo spremenili. Širjenje virusa in s tem povezani drastični ukrepi so namreč močno vplivali tudi na obnašanje slovenskih gledalcev. Tako se tudi nam (in tu mislim na državo) sama od sebe ponuja izjemna (zlasti gospodarska) priložnost. Izkoristili pa jo bomo le, če bomo uspeli:

- prepoznati avdiovizualno področje kot prioriteto ter ga smiselno umestiti v delovanje različnih državnih institucij,
- zagotoviti ustrezen nadaljnji razvoj javnega financiranja avdiovizualnega področja,
- zagotoviti optimalno delovanje,
- spodbuditi razvoj trženjskega potenciala domačih avdiovizualnih projektov,
- vzpostaviti ploden dialog med avdiovizualnimi ustvarjalci ter lokalnimi skupnostmi in okolijskimi institucijami.

Poleg tega je potrebno celotno področje strateško urediti, avdiovizualni sektor prepoznati kot pomemben del gospodarstva in ga smiselno umestiti v delovanje agencije SPIRIT in gospodarske diplomacije. Nujen ukrep je priprava medsektorske nacionalne strategije razvoja avdiovizualne industrije s poudarkom na sistematičnem razvoju kadrov, ob tem pa urediti zakonodajo na način, da bo tuje ponudnike vsebin na zahtevo zavezovala, da del prihodka, ustvarjenega v Sloveniji, namenijo za ustvarjanje domačih vsebin. ■

**“ Ker je vsak evro, vložen v avdiovizualno industrijo, dobro naložen in bogato povrnjen!**



# AIPA — KOLEKTIVNA ORGANIZACIJA ZA UVELJAVLJANJE PRAVIC AVTORJEV, IZVAJALCEV IN PRODUCENTOV AVDIOVIZUALNIH DEL SLOVENIJE

AIPA, K. O. JE PRIDOBILA DOVOLJENJE 11. OKTOBRA 2010. GLAVNI CILJ IN DEJAVNOST KOLEKTIVNE ORGANIZACIJE STA KOLEKTIVNO UVELJAVLJANJE IN ZAŠČITA PRAVIC AVTORJEV, IZVAJALCEV IN PRODUCENTOV AVDIOVIZUALNIH DEL.

Naloge AIPA, k. o., so:

- dovoljuje uporabo del iz repertoarja varovanih del pod podobnimi pogoji za podobne vrste uporabe,
- obvešča uporabnike o višini avtorskih honorarjev, ki jih predlaga, in sklepa z njimi sporazume o pogojih uporabe varovanih del,
- objavlja tarife za plačilo avtorskih honorarjev,
- sklepa sporazume s tujimi kolektivnimi organizacijami,
- nadzoruje uporabo del iz repertoarja,
- terja plačila avtorskih honorarjev/nadomestil,
- dodeljuje in izplačuje zbrana sredstva imetnikom pravic v skladu z vnaprej določenimi pravili delitve,
- sprejema pooblastila za upravljanje avtorske in sorodnih pravic od soavtorjev AV del, od izvajalcev, katerih izvedbe so bile uporabljene v AV delih, in od filmskih producentov in
- uveljavlja varstvo avtorske in sorodnih pravic na avdiovizualnih delih pred sodišči in drugimi državnimi organi.

**AIPA, K. O.**

DVORAKOVA ULICA 5, 1000 LJUBLJANA

**T:** 01 755 62 19

**E:** INFO@AIPA.SI

**DIREKTOR:** GREGOR ŠTIBERNIK

**LOKACIJA**

Februarja 2019 je vrata odprla Lokacija, prostor, namenjen delovanju in izvajanju programov strokovnih združenj ZDSFU. Pridobitev Lokacije, skupnih prostorov na Kersnikovi 12 v Ljubljani, je plod dolgoletnih prizadevanj vseh društev članov ZDSFU, da pod isto streho razvijajo in uresničujejo svoje strokovne programe.

**ZVEZA DRUŠTEV SLOVENSkih  
FILMSKIH USTVARJALCEV (ZDSFU)**

KERSNIKOVA 12, 1000 LJUBLJANA

T: 01 23 55 778

E: INFO@ZDSFU.SI

PREDSEDNIK: KLEMEN DVORNIK

Društvo slovenskih filmskih ustvarjalcev se je po več kot 50-letnem dejavnem udejstvovanju junija 2017 uspešno prestrukturiralo v krovno ZDSFU. Danes združuje sedem strokovnih združenj s področja produktivne kinematografije, predstavljenih v nadaljevanju prispevka.

Poslanstvo ZDSFU je prepoznavanje, uveljavljanje in zastopanje interesov svojih članov, zagotavljanje boljših ustvarjalnih, produkcijskih in delovnih pogojev ter pravičnega povračila, pospeševanje kulturne vzgoje, izobraževanje članov, dvig kakovosti AV vsebin, dialog z deležniki in odločevalci ter skrb za ohranjanje in uveljavljanje tako filmske umetnosti kot tudi njenih ustvarjalcev v nacionalnem in mednarodnem okolju.

Kersnikova 12, kjer domuje tudi AIPA, je odprta in dostopna ne le vsem članom strokovnih združenj, ampak tudi širši zainteresirani javnosti.

**DRUŠTVO SLOVENSkih REŽISERJEV**

KERSNIKOVA 12, 1000 LJUBLJANA

T: 01 23 55 779

E: INFO@DSR.SI

W: [HTTPS://WWW.DSR.SI](https://www.dsr.si)

PREDSEDNICA: URŠA MENART

Društvo slovenskih režiserjev je bilo ustanovljeno leta 2005. Združuje slovenske filmske in televizijske režiserje, scenariste in asistente režiserje vseh generacij, da uresničujejo svoje skupne stanovske, kulturnometniške in družbene interese v prid razvoja nacionalne kinematografije in AV kulture. Znotraj DSR-ja, ki trenutno šteje 108 članov in ima status nevladne organizacije v javnem interesu, delujeta še sekciji DSR Scenaristi in DSR Asistenti režiserji. Cilj društva sta promocija slovenskega filmskega ustvarjanja ter izobraževanje strokovne in nestrokovne javnosti o poklicih režiserja, scenarista in asistenta režiserja.

**DRUŠTVO SLOVENSkih  
AVDIOVIZUALNIH IGRALCEV**

KERSNIKOVA 12, 1000 LJUBLJANA

T: 031 389 284

E: INFO@DRUSTVODSI.COM

W: [WWW.DRUSTVODSI.SI](http://www.drustvodsi.si)

PREDSEDNIK: SEBASTIAN CAVAZZA

V letu 2018 so svoje stanovsko društvo končno dobili tudi igralci, ki delujejo na področju filmske umetnosti. Po dolgoletnih poizkusih samoorganiziranja je k ustanovitvi tega društva znatno pomagal ZDSFU, tako da zveza lahko deluje in sodeluje praktično z vsemi profili filmskega ustvarjanja. Ob skupnem stremljenju k čim večji kakovosti filmskih del si skušajo zagotavljati kar

najboljše pogoje dela ter izpopolnjevanje tako v ustvarjalnem kot organizacijskem pogledu, prav tako spodbujajo strokoven dialog z ostalimi sektorji filmske industrije.

**GOSPODARSKO INTERESNO ZDRUŽENJE  
PRODUKCIJSKIH HIŠ V OGLAŠEVANJU**

KOPRSKA ULICA 98, 1000 LJUBLJANA

T: 01 235 0506

E: CONTACT@SL-AP.SI

W: [HTTPS://SL-AP.SI](https://sl-ap.si)

PREDSEDSTVO: URŠA PALEK KOŠAK,  
ROK BAN IN ROK BUKOVEC

Gospodarsko interesno združenje SLAP sestavljamo vodilna slovenska zasebna produkcijska podjetja. Aktivno in povezano sodelujemo z odločevalci v kreativnem sektorju in na tem področju pospešujemo razvoj produkcijske dejavnosti v državi. V izjemno konkurenčni globalni filmski in video industriji krepimo profesionalne standarde in prisotnost slovenskega znanja, podkrepjenega z bogatimi izkušnjami. Smo svetovalec in mentor. Akterje na trgu izobražujemo in spodbujamo primere dobre prakse.

Slovenijo želimo postaviti na globalni zemljevid oziroma svet pripeljati v Slovenijo. Zato promoviramo njene naravne, geografske in poslovne prednosti ter skrbimo, da v svetovnem merilu le-te (ob)veljajo kot dodana vrednost. Prisegamo na učinkovito medsebojno komunikacijo in uspešno mednarodno vključevanje. Interese naših članov nadgrajujemo v priložnosti celotnega poslovnega okolja. Verjamemo, da smo združeni najboljši.



## **DRUŠTVO SLOVENSKEGA ANIMIRANEGA FILMA**

RIBNIŠKA 27, 1000 LJUBLJANA

T: 031 632 162

E: INFO@DSAF.SI

W: WWW.DSAF.SI

PREDSEDNIK: MATIJA ŠTURM

Društvo je stanovska organizacija avtorjev in ustvarjalcev animiranega filma, ki si prizadeva zagotoviti boljše delovne pogoje za svoje člane ter večjo prepoznavnost njihovih del. Širše strokovne in splošne javnosti doma in v tujini seznanja s specifikami tega področja ustvarjanja. Sooblikuje nacionalno filmsko politiko in se zavzema za razvoj animiranega filma, tudi z omogočanjem izmenjave izkušenj in znanj med ustvarjalci. S predavanji in izobraževanji predstavlja ustvarjanje animiranega filma in njegovo multidisciplinarno naravo.

## **FILMSKI PRODUCENTI SLOVENIJE**

METELKOVA 6, 1000 LJUBLJANA

T: 01 439 7080 / 041 645 267

E: DRUSTVO.FPS@GMAIL.COM

W: WWW.FPS.SI

PREDSEDNIK: DANIJEL HOČEVAR

Društvo je bilo ustanovljeno leta 2009 kot nepridobitno združenje tistih slovenskih filmskih producentov, ki želijo razvijati nacionalno kinematografijo in AV kulturo. Njegov osnovni namen je spodbujati člane k samostojnemu, svobodnemu in ustvarjalnemu delovanju, odgovornemu opravljanju poklica filmskega producenta ter poglobljenemu spoznavanju dela slovenskih in tujih filmskih producentov. FPS se zavzema za ustvarjalno svobodo in čim boljši položaj slovenskega

AV sektorja ter sodeluje s tujimi in domačimi strokovnjaki, organizacijami in institucijami, ki se ukvarjajo s področjem filmske produkcije ter skrbi za uveljavljanje slovenske filmske umetnosti in stroke doma in v tujini.

## **DRUŠTVO AVDIOVIZUALNIH PRODUCENTOV**

KERSNIKOVA 12, 1000 LJUBLJANA

T: 041 672 235

E: DSP.INFORMACIJE@GMAIL.COM

W: WWW.DAVP.SI

PREDSEDNIK: ANDREJ ŠTRITOF

Društvo je bilo ustanovljeno leta 2016 pod imenom Društvo slovenskih producentov. Danes šteje nad 60 članic in članov, ki se profesionalno ukvarjajo z AV produkcijo. Njegov osnovni cilj sta povezovanje filmskih ustvarjalcev ter dvigovanje profesionalnih standardov in kakovosti v vseh segmentih produkcije, od filmske do produkcije serij in oglasov. Posebno pozornost namenja promociji slovenskih AV del ter razvoju in zaščiti AV industrije v Sloveniji. Svoje člane spodbuja s subvencijami za produkcijska usposabljanja, v pripravi pa so še razpis za razvoj TV-serij, zaposlovalna politika za področje AV industrije ter promocija producentov na oglaševalskih festivalih.

## **ZDRUŽENJE FILMSKIH SNEMALCEV SLOVENIJE**

KERSNIKOVA 12, 1000 LJUBLJANA

T: 040 466 778

E: INFO@ZFS.SI

W: WWW.ZFS.SI

PREDSEDNIK: JURE ČERNEC

Združenje je bilo kot društvo registrirano

17. 5. 2001 in združuje večino najbolj priznanih slovenskih direktorjev fotografije, ki delujejo doma in/ali v tujini. Člani ZFS (trenutno jih je 33, od tega 27 rednih in 6 častnih) so čuvarji strokovnosti in etičnosti enega najlepših in najnapornejših poklicev. Hkrati udeležujejo visoko stopnjo tovarištva, medsebojne pomoči in nesebičnosti. V zadnjih letih so organizirali večdnevni mednarodni simpozij o restavriranju filmske dediščine in gostili največje svetovne mojstre te profesije.

## **DRUŠTVO POSTPRODUKCIJSKIH USTVARJALCEV**

POLJANSKA 25, 1000 LJUBLJANA

T: 01 439 7010

E: INFO@DPPU.ORG

W: WWW.DPPU.ORG

PREDSEDNIK: TEO RIŽNAR

Društvo je na nacionalni ravni edino reprezentativno stanovsko društvo ustvarjalcev filmske postprodukcije, bistvenega elementa celotnega produkcijskega procesa. Svojim članom v sekcijah zvok, montaža, slika zagotavlja čim boljše pogoje ustvarjalnega dela ter z organizacijo strokovnih dogodkov, okroglih miz in predavanj skrbi za prepoznavnost njihovih poklicev, hkrati pa tudi slovenske kinematografije. Društvo posreduje mnenja in stališča o predlogih nacionalnega kulturnega programa ali o programih s področja kinematografije, medijev in televizije, ki so predlagani za financiranje iz javnih sredstev. Prav tako podaja mnenja in predloge k sestavljanju in spreminjanju zakonov, predpisov, načrtov za področje samozaposlenih v kulturi, področje kinematografije, televizije in produkcije, distribucije ter projekcije AV del.





