



INTERVJU

# Evo kako je hrvatska glazbena industrija pregovarala s Big Techom!

[MARIN PAVELIĆ](#) 22. 09. 2023.

*Dolazak Spotifyja i drugih poznatih glazbenih servisa u Hrvatskoj povijesni su dani, ali njima su prethodile godine i godine pravnih pregovora sa samim servisima, kao i domaćih udruga koja štite prava svih sudionika. Upravo u tim pregovorima možemo pronaći lekcije za medijsku industriju koja trenutno vodi pregovore s Big Techom.*

Hrvatsko novinarstvo trenutno se bori za bolja prava novinara, fotonovinara i izdavača, što između ostalog znači i naknade od Big Techa koji redovito koristi novinarske i fotonovinarske radove. **Dok ti pregovori traju, podsjećamo kako smo imali sličnu situaciju u glazbenoj industriji.**

Poznati glazbeni servisi kao što su Spotify i Apple Music nisu brzo i lako došli u Hrvatsku. Sve do 2020. godine imali smo Deezer, Google Play Music i druge manje poznate glazbene servise, ali dobar dio Hrvatske nestrpljivo je čekao Spotify i Apple Music. Sada imamo pregršt glazbenih servisa, ali **sigurno i pregršt lekcija koje bi medijska industrija mogla naučiti iz pregovora s njima**. Jer, kada govorimo o glazbenoj i medijskoj industriji, možemo pronaći sličnosti. Mediji imaju izdavače, a glazbenici diskografe. Obje strane imaju autore, ali mediji barem nemaju izvođače – što je komplikacija manje!

Ove odnose možemo gledati i kroz prizmu **udruga koje vode kolektivne pregovore s Big Techom i glazbenim servisima**:

- Udruga nakladnika informativnih publikacija (UNIP) je ekvivalent Udruzi za zaštitu, prikupljanje i raspodjelu naknada fonogramskih prava (ZAPRAF);
- Društvo za zaštitu novinarskih autorskih prava (DZNAP) je ekvivalent Stručnoj službi zaštite autorskih muzičkih prava (ZAMP);
- No, medijska industrija nema ekvivalent Hrvatskoj udruzi za zaštitu izvođačkih prava (HUZIP).

Stoga ćemo duboko zaroniti u **cijeli proces nositelja autorskog prava u glazbenoj industriji pregovara s velikim platformama**, kako se računaju naknade i tko je sve nezadovoljan trenutnim Zakonom o autorskom pravu i srodnim pravima, a sugovornici s kojima o tome pričamo su **Maja Vidmar Klarić**, direktorica ZAPRAF-a; **Mario Kapetanić**, voditelj pravne službe u HUZIP-u i **Nenad Marčec**, glavni direktor ZAMP-a.

# Ne postoji razlog zašto je Spotifyu toliko dugo trebalo da dođe u Hrvatsku... ili postoji?

Dolazak Spotifya i ostalih najvećih glazbenih *streaming* servisa u Hrvatsku rezultat je **kombinacije različitih faktora, koji uključuju zakonske propise te tržišne aspekte**. Njegovom dolasku prethodilo je istraživanje tržišta, navika slušanja glazbe na *streaming* servisima kod korisnika i slično.

Također, *streaming* servis obično "ulazi u regiju" što znači kada je Hrvatska dobila Spotify, servis je došao u još 12 država, objašnjava nam Maja.

Dugo vremena trebalo je Spotifyu da dođe u Hrvatsku, a razlog tom dugačkom putovanju Maja vidi u **tužbi koju je pokrenula izvođačka organizacija (HUZIP) protiv Hrvatskog Telekomu i Deezeru 2015.**, a sudski postupak u tom predmetu još nije okončan:

*Ipak, u odnosu na ostale servise koji su stigli u Hrvatsku takve tužbe nisu podignute što u svakom slučaju pozitivno utječe na sve veće prihvaćanje streaminga kao legalnog i trenutno najdominantnijeg načina slušanja glazbe u svijetu.*



S druge strane, zašto je Spotify došao u Hrvatsku **tek 2020. godine**, pitanje je za sam Spotify jer ZAMP može samo pogađati, navodi Nenad. Glazbenici i ZAMP bili su još 2006. godine spremni sa Spotifyem i drugim *streaming* platformama zaključiti standardni europski ugovor za licencu:

*Iskreno smo ih pozivali da dođu i na naše tržište, što su oni učinili tek 2020. Vjerojatno je to dijelom bilo i pitanje isplativosti jer u **našoj zemlji nije bila razvijena navika plaćanja za takvu vrstu glazbenog servisa.***

*Taj "bum" se kod nas dogodio u najvećoj mjeri tek u COVID krizi, ponajviše zahvaljujući ograničenjima okupljanja pa je istraživanje online glazbenih servisa ljubiteljima glazbe u to doba ostala gotovo jedina opcija.*

Kako bi Spotify došao u Hrvatsku, tako je bilo potrebno definirati kako će se prikupljati naknade, a **odabran je kolektivni način.**

**Zašto je kolektivno prikupljanje jedino rješenje?**

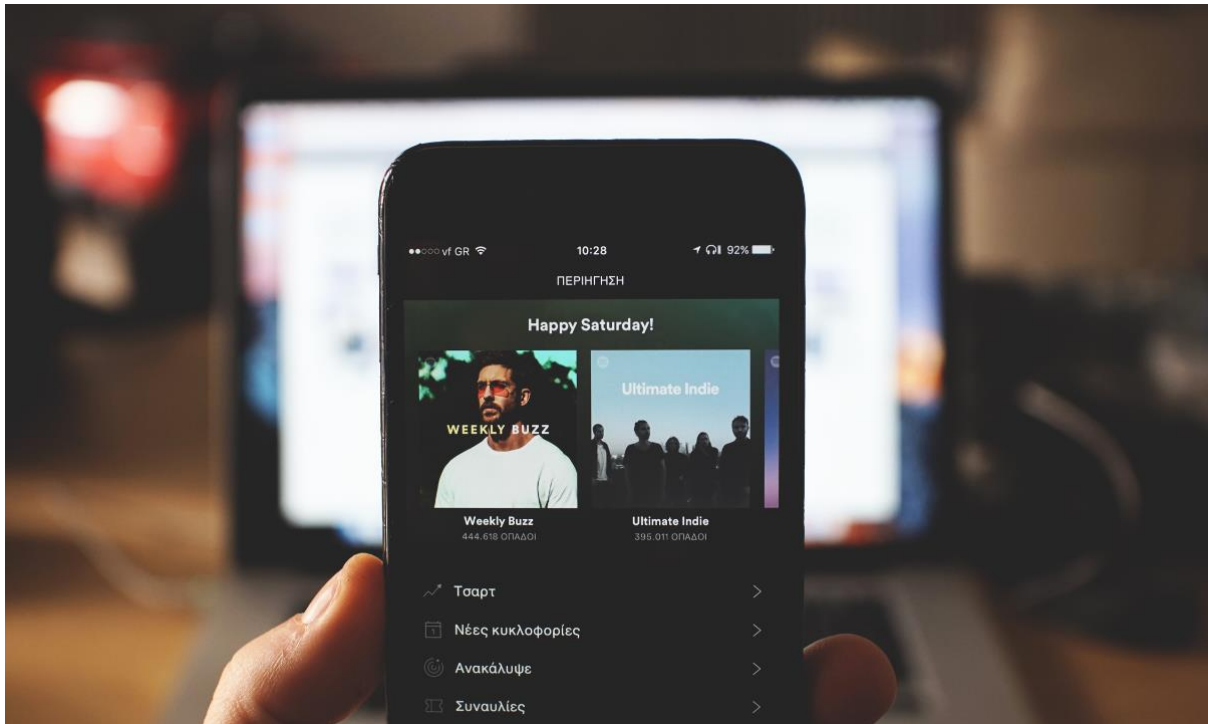
Kolektivno prikupljanje naknada dalo je bolju pregovaračku snagu autorima u odnosu na platforme na koje Nenad gleda kao velike financijske divove današnjice. Društvima za kolektivno ostvarivanje prava upravljaju sami autori; ta **društva svojim članovima daju i pravnu i financijsku sigurnost, a kolektivnim pregovaranjem uvjeti su transparentni i jednaki za sve**, ističe Nenad:

*Primjerice, HDS ZAMP jednim ugovorom daje licencu za korištenja djela svojih članova u velikom broju zemalja svijeta. Nadalje, odnosi i udjeli u vlasništvu nad jednim glazbenim djelom vrlo su raznoliki.*

*Ponekad ćete imati jednog autora djela, ali u većini slučajeva na djelu imate više autora s različitim udjelima na samom djelu, a onda uz to često imate i druge nositelje prava kojima su pojedini autori djela od svojeg udjela dali određeni udio. **Društva raspoložu svim tim podacima** koja su utemeljena na valjanoj dokumentaciji, **imaju baze podataka i znanje za kvalitetnu distribuciju prihoda od licenci.***

U slučaju da kolektivne organizacije ne postoje, Spotify i druge platforme bili bi prisiljeni na **zaključivanje pojedinačnih ugovora i utvrđivanje individualnih uvjeta za svaku pjesmu i svakog autora** što je na svjetskoj razini doista neizvediva i nemoguća misija, ističe Nenad:

*Primjerice, da se prava ugovaraju individualno dovoljno bi bilo da jedan nasljednik pokojnog **Zdenka Runjića** ili **Jakše Fiamenga** ne bude zadovoljan uvjetima koje nudi Spotify pa da gotovo cijeli repertoar **Olivera Dragojevića** bude blokiran.*



## Već dobro uhodani model ostvarivanja autorskih prava ugrožen je određenim odredbama novog Zakona

Ostvarivanje autorskih prava na digitalnim servisima ostvaruje se po istom modelu koji je uspostavljen u svijetu, navodi Maja. Naknade od digitalnih prava za autore prikupljaju njihove **kolektivne organizacije što je u slučaju Hrvatske HDS ZAMP, dok izvođači i diskografi svoja prava na digitalnim glazbenim servisima ostvaruju na individualan način.**

Prema tome izvođač i diskograf u **95% slučajeva potpisuju individualne ugovore** kojim reguliraju svoje privatne odnose i suradnju, ističe Maja:

*Pored početnih ulaganja u snimku i videospot, diskograf se brine o kvalitetnoj distribuciji i promociji snimaka i albuma na digitalnim glazbenim servisima kojih je u svijetu preko nekoliko stotina, a **naknade se ostvaruju i isplaćuju na temelju izvještaja koje šalju digitalni glazbeni servisi** u kojima je jasno navedeno koje snimke kojih izvođača su se koristile i u kojem opsegu.*

Ovaj model koji funkcionira i pokazuje rezultate na tržištu **ugrožen je pojedinim odredbama novog Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima koje ograničavaju slobodu izbora i ugovaranja te po mišljenju ZAPRAF-a, štete samim izvođačima**, što pogoduje njihovoj kolektivnoj organizaciji, ističe Maja:

*Međutim, unatoč ovoj pravnoj akrobaciji koju imamo trenutno na snazi, vjerujem da će se suradnja između izvođača i glazbenih izdavača (diskografa) nastaviti i dalje s obzirom da su oni, uz autore, najprirodniji partneri i oslonjeni jedni na druge te u sinergiji ostvaruju i najbolje kreativne i poslovne rezultate.*

## **Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima predstavlja jedinstveni presedan i cijeloj EU**

Novi Zakon stupio je na snagu u listopadu 2021. godine, a u njega su implementirane dvije Direktive EU. Njihov cilj bio je **osiguravanje boljeg položaja nositeljima prava prema velikim internetskim platformama poput YouTubea, Facebooka i TikToka** što se očituje u pravednijoj raspodjeli prihoda koje te platforme ostvaruju od korištenja autorskim pravom zaštićenih djela. Drugi cilj je **uspostavljanje jače zaštite autorskih djela u digitalnom okruženju**, objašnjava Maja:

*U glavnini i osnovnim ciljevima, hrvatski Zakon o autorskom pravu i srodnim pravima prati ciljeve Direktiva. Međutim, u jednom dijelu koji se odnosi na glazbenu industriju i odnos izvođača i glazbenih izdavača (diskografa) naš **Zakon ne pridonosi ujednačavanju regulative na razini EU-a, dapače, predstavlja jedinstven presedan u čitavoj EU** čiji razmjer štete za nositelje prava i glazbenu industriju će se tek pokazati u budućnosti.*

Govorimo o istim težnjama u medijskoj industriji, a to je **osiguravanje pravednijeg sustava za novinare kako se njihove djela ne bi iskorištavala** i kako bi ostvarili pravednu naknadu.



S druge strane, Nenad smatra kako je Hrvatska primjer države članice EU koja ima **kvalitetna zakonodavna rješenja vezano uz autorsko pravo i njegov položaj na digitalnom tržištu**. Naš zakon je potpuno usklađen s legislativom EU i temelj za ugovorni odnos s glazbenim *streaming* platformama, navodi Nenad.

## **Zašto HUZIP i ZAPRAF nisu zadovoljni zakonom?**

**HUZIP nije zadovoljan zakonom što je itekako pokazao za vrijeme savjetovanja oko Zakona o autorskim i srodnim pravima u 2020.**, s obzirom na količinu komentara koje su **članovi ostavljali na platformi e-savjetovanje**.

Nezadovoljni su jer Zakon nije **uveo sustav obveznog kolektivnog prikupljanja naknade od korištenja na internetu za umjetnike izvođače, već je to učinjeno samo djelomično** i to samo za one



izvođače koji u pogledu svojih snimaka nemaju zaključen ugovor s diskografom (Članak 149. Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima), ističe Mario:

*Dobro je u novom zakonu to što je propisano da diskografi ugovore moraju zaključivati **sa svim izvođačima**, bez obzira bili oni tzv. glavni ili prateći.*

Bitno je napomenuti kako je zakon uveo i trogodišnji rok od stupanja na snagu zakona (koji ističe 22. listopada 2024. godine) u kojem roku su **diskografi dužni uskladiti odredbe svojih ugovora zaključenih s izvođačima sa zakonom**, navodi Mario:

*Tek protekom tog roka će HUZIP, kao organizacija za kolektivno ostvarivanje prava umjetnika izvođača, moći prikupljati naknadu od korištenja snimaka na internetu i to **samo za one izvođače koji nemaju to riješeno ugovorom s diskografom**.*

*Navedenu naknadu kao i informacije o korištenju snimaka na internetu će HUZIP, temeljem zakona, prikupljati od diskografa, a ne od streaming platformi i ostalih korisnika izvedbi na internetu.*

**“Posebno nas brine činjenica da smo jedina zemlja s ovakvim rješenjem u Europskoj uniji”**

Mario ovdje misli na retroaktivnost o kojoj nam dalje više govori Maja. Retroaktivnost je **povratna primjena Zakona (članak 306. stavak 5.) za koju sami Ustav RH kaže da je zabranjena**, ali dopuštena u određenim opravdanim situacijama. Ovo je nešto što ne odgovara i ZAPRAF-u jer – ako izdavači ponovno ne dogovore odnose sa svim glazbenicima unutar tri godine od donošenja Zakona – **diskografi gube prava**. Kako se radi o preko 180.000 snimaka domaće diskografije, tako je taj uvjet nemoguće ispuniti, navodi Maja:

*Zbog toga su Hrvatska diskografska udruga i ZAPRAF vrlo brzo nakon stupanja na snagu Zakona podnijele ustavni prijedlog za ocjenu suglasnosti ove odredbe s Ustavom RH. Još uvijek čekamo odluku Ustavnog suda, a vrlo je izvjesno i kako će se u narednom periodu pokrenuti brojni sudski postupci. Posebno nas brine činjenica da smo **jedina zemlja s ovakvim rješenjem u Europskoj uniji.***



## **Kako medijska industrija može postići uspješan dogovor s platformama?**

Kada se Nenad osvrnuo na zahtijevan put pregovora, ističe kako je za uspješan dogovor s platformama presudno imati **jasniju legislativu na razini EU. Nenad je posebno naveo kako su zahtjevi autora i kreativaca diljem Europe isti**, a ovi su sigurno zajednički i novinarima:

- uspostava uvjeta koji će im omogućiti **pravedniji položaj na tržištu i omogućiti ravnopravnu pregovaračku poziciju** i promjenu trenutnog modela raspodjele prihoda na sve dionike tržišta,
- donošenje propisa koji će autorima osigurati **pravedne uvjete** kod jednokratnog otkupa prava (tzv. *buyout*),
- dostava **kvalitetnijih podataka o korištenim djelima** kako bi se provela pravednija raspodjela naknada od svake pojedine pretplate.

Za dolazak digitalnih servisa i pružanje usluge **najvažnije je reguliranje autorskih i srodnih prava i licenciranje sadržaja**, ističe Maja:

*To uključuje potpisivanje odgovarajućih **ugovora s autorskom kolektivnom organizacijom i glazbenim izdavačima (diskografima)** koji licenciraju i distribuiraju glazbeni sadržaj na digitalne servise, a tome mogu prethoditi dugi i teški pregovori u kojima, sasvim legitimno, svaka strana ima vlastite poslovne interese i ciljeve.*

Također, Maja smatra kako je važno održavati **direktnu i svakodnevnu komunikaciju s digitalnim glazbenim servisima nakon potpisivanja ugovora i isporuke snimaka**. Takvu komunikaciju održavaju kroz promociju snimaka, brizi za katalog, rješavanju određenih zahtjeva za prava i slično.

## **Gdje medijska industrija trenutno griješi?**

Kada govorimo o pregovorima s platformama, što možemo nazvati jednim od presudnih trenutaka u rješavanju ove situacije, medijska industrija nije na dobrom putu jer je **UNIP počeo pregovarati s Googleom, bez da su u pregovore uključili DZNAP.**

Hrvatska medijska industrija time gubi pregovaračku moć i jedinstvenu poziciju koju si je osigurala – da može kolektivno pregovarati. Nažalost, dvije udruge **trenutno ne vode dijalog i nisu dogovorile kako će rasporediti naknade kada ih jednom dobiju od *Big Techa***, a poznato je da DZNAP očekuje pravičnu raspodjelu, što za njih znači 50:50.

Sudeći prema iskustvima glazbene industrije, UNIP i DZNAP tek su na početku izazovne avanture, koju mogu uspješno završiti samo ako počnu bolje surađivati.

*Članak je dio serijala "Autorsko pravo i Big Tech" realiziran uz podršku Agencije za elektroničke medije.*