



IZBA WYDAWCÓW PRASY

ul. FOKSAL 3/5
00-366 WARSZAWA
tel.: (0-48-22) 828 59 30 - 32,
fax: (0-48-22) 827 87 18
e-mail: info@izbaprasy.pl
NIP 525-15-72-357

Warszawa, 22.12.2009 roku

Pan
Piotr Żuchowski
Sekretarz Stanu
w Ministerstwie Kultury
i Dziedzictwa Narodowego
ul. Krakowskie Przedmieście 15/17
00-071 Warszawa

konsultacje społeczne

Europejski wspólny Rynek a rozpowszechnianie twórczości w formie cyfrowej

Szanowny Panie Ministrze,

w odpowiedzi na Pana pismo z dnia 30 listopada br. w sprawie wspólnego dokumentu programowego Dyrekcji Generalnych Komisji Europejskiej ds. Społeczeństwa Informacyjnego i Mediów oraz ds. Rynku Wewnętrznego pt.: „Europejski wspólny Rynek a rozpowszechnianie twórczości w formie cyfrowej (Creative Content in a European Digital Single Market. Challenges for the Future – A Reflection Document of DG INFSO and DG MARKT)” - wzywającego do debaty na temat wyzwań, jakie stoją przed europejskim Wspólnym Rynkiem w związku z rozpowszechnianiem twórczości w formie cyfrowej, w imieniu Izby Wydawców Prasy przedstawiamy co następuje :

1. Sektor prasowy – nieodłączny podmiot branży zasobów twórczych

Analiza struktury zawartości twórczości w formie cyfrowej na stronach internetowych udostępnianych w języku polskim wskazuje, że prawie połowę wszelkich treści stanowią materiały prasowe wytworzone przez profesjonalną prasę. Ze zdziwieniem odnotowaliśmy fakt, że dokument programowy całkowicie pomija sektor prasowy. Jest w nim kilka odwołań

do sektora wydawniczego, ale koncentruje się on wyłącznie na sektorze wydawnictw książkowych, który - z uwagi na swoją specyfikę - rządzi się odmiennymi regułami.

Sektor prasowy aktywnie uczestniczy w rozwoju kreatywnych treści online i służy idei rozwoju społeczeństwa informacyjnego poprzez tworzenie modeli biznesowych opartych w znacznej mierze na powszechnym i bezpłatnym udostępnianiu konsumentom zawartości gazet i czasopism online.

Taki model wymaga bezwzględnej ochrony praw własności intelektualnej. Bez odpowiedniej ochrony nakładów ekonomicznych poniesionych przez wydawców na tworzenie wysokiej jakości różnorodnych gatunków twórczości prasowej nie uda się utrzymać rozwoju europejskiej twórczości na odpowiednim poziomie.

Biorąc powyższe pod uwagę postulujemy, aby przyszłe prace dotyczące kreatywnych treści w sieci a także nowy program Unii Europejskiej dotyczący mediów elektronicznych uwzględniały sektor wydawnictw prasowych z jego specyfiką i podmiotowością.

2. Harmonizacja prawa

Dyskusja nad pełną harmonizacją prawa autorskiego w Unii Europejskiej powinna zostać poprzedzona analizą dotychczasowej harmonizacji prawa autorskiego i praw pokrewnych w państwach członkowskich a w szczególności w zakresie implementacji Dyrektywy 2001/29/WE w sprawie harmonizacji niektórych aspektów praw autorskich i pokrewnych w społeczeństwie informacyjnym.

Prawa wydawców polskich - w porównaniu z prawami wydawców europejskich - w odniesieniu do niektórych rodzajów użytku publicznego (m.in. art. 25 i art. 30 ustawy z dnia 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych) są uregulowane w sposób dyskryminujący, z pominięciem zapisu art. 5 pkt 3 pkt o), wyżej wspomnianej dyrektywy.

3. Modele biznesowe – formy kompensacji

Gazety i czasopisma szybko skorzystały z możliwości, jakie oferuje Internet. Znalazły się wśród pierwszych mediów, które pojawiły się w Internecie i stały się dostępne dla użytkowników na różnych platformach.

Epoka cyfrowa otworzyła przed wydawcami ogromne możliwości w zakresie dostarczania treści na różnych platformach. Komunikacja elektroniczna, postęp

technologiczny oraz wydawnictwa elektroniczne spowodowały, iż wydawcy stopniowo zaczęli przystosowywać swe firmy i sposób działania oraz rozwijać nowe modele biznesowe.

Sektor, dla dobra użytkowników, intensywnie inwestuje w treści elektroniczne. Wydawcy dają dziennikarzom i użytkownikom szansę na prowadzenie blogów, wprowadzają fora dyskusyjne i czaty, prezentują elektroniczne bazy zasobów, udostępniają w Internecie swoje archiwa, oprócz tekstów i zdjęć oferują treści wideo, a także interaktywne materiały, mające na celu pobudzenie aktywności czytelników.

Strony internetowe gazet były i nadal są wysoce popularne i odnoszą sukcesy, gdyż należą do najczęściej odwiedzanych witryn na rynku krajowym, regionalnym czy lokalnym.

De facto, wszyscy wydawcy opracowali elektroniczne oferty – czasami uzupełniające ich wersje drukowane, czasami będące ich bezpośrednią repliką lub całkowicie zastępują wersje drukowane.

Opracowanie funkcjonalnych biznesów w sieci to wyzwanie dla wszystkich wydawców. Rozwój różnorodnych i efektywnych modeli biznesowych w sieci zależy w dużym stopniu od zakresu i zdolności chronienia zasobów oraz odzyskiwania nakładów inwestycyjnych ponoszonych na ich tworzenie. Rozwój ten jest możliwy dzięki właściwej ochronie praw autorskich wydawców oraz uzyskiwanym dochodom z reklam.

Wydawcy chętnie umieszczają na swych stronach internetowych bezpłatne materiały, ponieważ jest to sposób na pozyskiwanie użytkowników oraz zwiększenie liczby osób odwiedzających witryny.

Obok wspomnianych bezpłatnych modeli, wydawcy opracowali również płatne oferty oparte o subskrypcje dotyczące e-wydań (wersji PDF tworzonych przez nich produktów drukowanych), płatne archiwa elektroniczne, przesyłanie pilnych wiadomości za pośrednictwem telefonu komórkowego, itd. W modelu tym kluczową rolę odgrywają reklamy, które muszą sfinansować część elektronicznych wersji gazet. Ze względu na to, że rynek reklamowy znajduje się pod ogromną presją wszelkiego rodzaju agregatorów treści lub wyszukiwarek, strony internetowe wydawców - mimo posiadania własnego kontentu - nie tylko nie przynoszą zysków, ale nawet nie pokrywają nakładów poniesionych na ich tworzenie. Skutkuje to koniecznością współfinansowania ich z dochodów ze sprzedaży produktów drukowanych, gdyż nawet inne oferty i usługi płatne proponowane przez wydawców nie pozwalają na pełne finansowanie wersji elektronicznych.

Wydawcy nadal badają możliwości rozwinięcia systemu mikro-płatności za materiały zamieszczone na stronach internetowych lub za pośrednictwem telefonów komórkowych. Powstające zainteresowanie zbiorczymi subskrypcjami i usługami, w ramach których

następuje łączenie różnych ofert oraz proponowanie ich konsumentom w jednym pakiecie wzmacnia pozycję wydawców na rynku. Dalsza analiza takich działań musi jednak wykazać, ile gotowi są płacić użytkownicy za wspomniane typy ofert, aby biznesowe założenia mogły zostać pozytywnie zrealizowane.

Reasumując, jeśli wydawcy chcą odzyskać poniesione nakłady inwestycyjne, mają do dyspozycji dwie podstawowe opcje:

- a) sprzedaż bezpośrednią materiałów prasowych (w obrocie detalicznym lub w prenumeracie bądź też na zasadzie płatności za podgląd lub wykorzystanie) albo za pomocą umów licencyjnych; lub
- b) sprzedaż powierzchni reklamowej lub prowadzenie akcji promocyjnych na rzecz osób trzecich.

Pomijając dramatyczny spadek dochodów z reklam, związany z kryzysem gospodarczym, dochody z reklam przesuwają się wyraźnie w kierunku Internetu i często przypadają w udziale podmiotom gromadzącym treści lub operatorom wyszukiwarek internetowych, nie zaś twórcom zasobów. Pole działalności reklamowej w sieci jest ogromne, w porównaniu z tradycyjnymi modelami wydawniczymi, a dochody płyną najczęściej tam, gdzie „powiodą użytkownika oczy”, czyli ku wyszukiwarkom internetowym i zamieszczanym w nich reklamom.

Konkurencja, jeśli chodzi o dochody z reklam, jest ogromna. Kluczowe znaczenie ma tu jakość i wyłączność produkowanych treści, gdyż decyduje ona o przyciąganiu czytelników na strony internetowe wydawców, a - w konsekwencji - o tworzeniu przestrzeni otaczającej dane treści, która staje się atrakcyjna dla reklamodawców. Tworzenie wysokich jakościowo treści wymaga dużych nakładów finansowych. Jednym z czynników podtrzymujących tworzenie treści kreatywnych wysokiej jakości są przepisy o prawie autorskim, mające kluczowe znaczenie dla twórców i wydawców, gdyż pozwalają im na ochronę tworzonych treści i uzyskiwanie zwrotów z poniesionych inwestycji. Tymczasem, operatorzy komercyjni (dla mnożenia zysków) wykorzystują treści stworzone przez innych bez uiszczania jakiegokolwiek opłaty licencyjnej czy udzielania innej rekompensaty twórcom tychże treści (odciągają czytelników i - w konsekwencji - zaniżają dochody wydawców danych treści).

Jeśli czytelnicy mogą mieć dostęp do materiałów bez konieczności uiszczania opłat, nie oznacza to, iż wydawcy nie ponoszą znacznych kosztów produkując wspomniane materiały. Oznacza to po prostu, że takie treści zostały sfinansowane z innych środków niż opłata za dostęp (jak wspomniano, wydawcy nadal opracowują nowe internetowe modele biznesowe).

Konkurencja na rynku reklamowym stała się jeszcze silniejsza wraz z pojawieniem się nowych graczy, w tym operatorów wyszukiwarek internetowych (takich jak Google). Konkurencja ta okazała się szczególnie trudna dla wydawców prasy, ponieważ niektórzy spośród tych nowych graczy wykorzystują materiały prasowe w celu przyciągnięcia na swoje strony internetowe większej liczby użytkowników i podnosząc tym samym własne dochody z reklam.

Na rynku polskim działania np. Google News są szczególnie dotkliwe dla wydawców. Po pierwsze, witryna ta, agregując treści ze stron internetowych wszystkich wydawców prasy, oferuje nowy produkt stanowiący swoistą kompilację tematów i spraw wypracowywanych przez różne redakcje; po drugie, biorąc pod uwagę skalę piractwa prasowego w polskim Internecie, Google News często promuje (poprzez tzw. pozycjonowanie) strony zawierające treści nielegalnie przejmowane z profesjonalnych tytułów prasowych. Oba te czynniki w znacznym stopniu zmniejszają liczbę wejść na strony wydawców prasy, co z kolei powoduje spadek ich przychodów reklamowych.

Izba wraz z wydawcami otworzyła dyskusję na ten temat, zapraszając przedstawicieli Google na spotkanie. Niestety, nie zaowocowało ono konstruktywnymi rozstrzygnięciami spornej sprawy. Aktualnie Izba obserwuje uważnie procesy jakie wytoczyli firmie Google wydawcy w Belgii i we Włoszech i rozważa ewentualne podjęcie podobnych działań w Polsce.

Biorąc powyższe pod uwagę, oceniamy, że istnieje zapotrzebowanie na stworzenie środowiska cyfrowego promującego zdrową konkurencję oraz symbiozę między różnymi twórcami treści a ich dostawcami. Tylko tak funkcjonujące środowisko cyfrowe gwarantować będzie odnoszenie wzajemnych korzyści przez biznesy elektroniczne i konsumentów i wesprze rozwój europejskiej gospodarki opartej na wiedzy i kulturowej różnorodności. Kiedy jeden z graczy lub jedna z branż wywiera nieproporcjonalnie wielki wpływ na wyniki wyszukiwania, a także na ceny i praktyki postępowania, nie leży to w niczyim interesie. Jeśli ma zapanować zdrowy ekosystem internetowy, każdy musi mieć możliwość „odkrojenia” dla siebie uczciwego kawałka „elektronicznego tortu”. Należy zagwarantować uczciwe warunki wyszukiwania, uczciwe udziały oraz przejrzystość na rynku mediów elektronicznych.

4. Prawo autorskie – wyłączność praw

Izba uważa, że ochrona praw autorskich oparta na wyłączności praw jest i powinna pozostać głównym i podstawowym założeniem ustawodawstwa unijnego w odniesieniu do

praw autorskich. Licencjonowanie praw autorskich oparte o dorobek prawny Unii Europejskiej stanowi dobrą bazę dla ewolucji wydawców w świecie cyfrowym i poza nim, a także dla tworzenia różnych ofert i usług oraz opracowania przepisów umownych i licencyjnych w kontaktach z użytkownikami

Niemniej, branża usługodawców internetowych (dostawcy usług internetowych, operatorzy sieci telekomunikacyjnych, operatorzy wyszukiwarek internetowych, itd.) korzystają do pewnego stopnia na rozpowszechnianiu wśród użytkowników materiałów wydawców za pośrednictwem swoich platform i usług. To fakt, że ci gracze zainwestowali duży kapitał w sieci i infrastrukturę. Prawdą jest jednak również i to, że ci sami gracze rozwinęli swe usługi na rzecz użytkowników bądź na bazie treści dostarczonych przez wydawców prasowych, bądź też na skutek składania użytkownikom konkurencyjnych ofert. Poszerzyli także swoje udziały w rynku reklamowym.

Dokument programowy nawiązuje do wprowadzenia alternatywnych form kompensacji, które istniałyby obok tradycyjnych licencji na wykorzystywanie utworów chronionych prawem autorskim (na szczeblu krajowym lub unijnym) lub zastępowania takich licencji w kontaktach między posiadaczami praw a użytkownikami komercyjnymi. Należy zwrócić uwagę na trwającą dyskusję w kraju i zagranicą, której przedmiotem jest pomysł, by dostawcy usług internetowych winni byli posiadaczom praw pewną rekompensatę za masowe reprodukcje lub rozpowszechnianie utworów chronionych prawem autorskim dokonywane przez ich klientów.

Biorąc pod uwagę powyższe wyjaśnienia, Izba uważa, że istnieje dostateczna podstawa, by otworzyć dyskusję na szczeblu krajowym i/lub unijnym na temat rekompensat finansowych i pozyskiwania opłat od różnych graczy. Częścią tej dyskusji może być kwestia rekompensat wypłacanych posiadaczom praw przez dostawców usług internetowych. Niemniej, nie oznacza to, że wspomniane rekompensaty mają wykluczyć inne formy kompensacji lub zamienić licencjonowanie i komercyjne oferty obowiązujące między posiadaczami praw a użytkownikami. Należy zatem omówić rozwiązania i opcje uzupełniające.

Izba jest gotowa do dyskusji na temat alternatywnych/uzupełniających form rekompensat, które byłyby do przyjęcia przez posiadaczy praw, podmioty świadczące usługi internetowe oraz konsumentów na rynku polskim.

5. Dostęp konsumentów do treści

Dokument programowy odwołuje się do potrzeby wzmocnienia zaufania konsumentów do biznesów internetowych oraz wspierania dostępu do kultury i wiedzy na terenie całej Unii Europejskiej. Było to zawsze celem wydawców prasy. W dokumencie zaleca się poszerzenie zbiorowego licencjonowania utworów sierocych oraz utworów, które wyszły z druku, po przeprowadzonym z należytą starannością poszukiwaniu posiadaczy praw, a także dalszą harmonizację pewnych wyjątków i ograniczeń, które powinny stać się obowiązkowe.

Jeśli chodzi o poszerzenie kolektywnego licencjonowania utworów sierocych i tych, które wyszły z druku, Izba uważa, że kluczowe są następujące założenia:

Prawo autorskie dostarcza wydawcom - i społeczeństwu w ogóle - żywotnych bodźców oraz stwarza wiele możliwości działania. To właśnie uznanie praw autorskich stymuluje w sposób fundamentalny inwestowanie w treści redakcyjne, pozwalając wydawcom na udostępnianie utworów, tworząc zapisy zapewniające wydawcom rekompensatę za poniesione przez nich nakłady finansowe oraz pozwalając na stabilne dostarczanie materiałów kreatywnych. Fundusze wydawcy zainwestowane w gromadzenie informacji oraz dostarczanie ich opinii publicznej odgrywają ważną rolę w społeczeństwie demokratycznym. Materiały kreatywne to autentyczna wartość społeczeństwa informacyjnego i gospodarki opartej na wiedzy. Prawda ta znalazła potwierdzenie w badaniu zatytułowanym „Ekonomia kultury w Europie” przygotowanym przez Komisję Europejską i opublikowanym w październiku 2006 roku oraz w samej dyrektywie.¹

Fundamentalnym punktem jest tutaj założenie, iż wydawcy i twórcy powinni móc zawsze decydować o tym, czy chcą udzielić zezwolenia na wykorzystanie ich utworów, czy też nie.

Także pojęcie utworu, które wyszło z druku, jest pojęciem bardzo subtelnym w przypadku wydawnictw gazetowych i czasopism. Wprawdzie okres ochrony jest długi tak jak w przypadku innych utworów, ale ich wartość praktycznie jest krótkotrwała, ponieważ informacje zawarte w artykułach bardzo szybko się dezaktualizują. Dlatego zwracamy uwagę, aby wykazywać wielką ostrożnością w posługiwaniu się tym pojęciem, gdyż nie posiada ono takich samych implikacji w odniesieniu do prasy, jak w odniesieniu do książek.

Jeśli wprowadzimy nowe lub poszerzymy obowiązujące wyjątki od praw autorskich, to wówczas wzmocnimy tendencje zmierzające do zmniejszenia i zahamowania produkcji wysokiej jakości materiałów kreatywnych oraz rozwoju sieciowych modeli biznesowych wydawców gazet i czasopism. W efekcie, nikt na tym nie skorzysta, gdyż spadnie ilość dostępnych treści wysokiej jakości (ponieważ wydawanie stanie się nieopłacalne)

¹ Ustępy 11. Dyrektywa 2001/29 WE

Jeśli chodzi o utwory osierocone, to zgadzamy się, iż jest to problem, który w branży prasowej występuje. Często wydawcy lub autorzy treści muszą szukać pozwolenia na reprodukcję znaczących części innych utworów objętych ochroną prawa autorskiego, a nie mogą - mimo starannych poszukiwań - zidentyfikować posiadaczy praw lub ich znaleźć. Dlatego uważamy, że należy wypracować funkcjonalne rozwiązanie dotyczące wszystkich zainteresowanych podmiotów

Rozwiązanie takie nie może zmienić nadrzędnego systemu ubiegania się o wcześniejszą zgodę wydawcy na wykorzystanie utworu objętego prawami autorskimi. Dobrym punktem wyjścia jest praca wykonana w ramach Grupy Wysokiego Szerebla ds. Biblioteki Elektronicznej.

W sprawie dalszej harmonizacji pewnych wyjątków i ograniczeń, które stałyby się obowiązkowe, podtrzymujemy nasze stanowisko przedstawione w naszym piśmie z dnia 27 listopada 2009 - konsultacje społeczne DP-WMiA.DU-0263/5-11/09/1 „Prawa autorskie w gospodarce opartej na wiedzy z 19.10.2009 r.”.

6. Użytkownicy komercyjni

W dokumencie programowym proponuje się:

- Promowanie jednolitego ogólnoeuropejskiego i wieloterytorialnego systemu licencyjnego
- Określanie własności praw i utworzenie elektronicznej bazy danych, zawierającej informacje na temat praw i ich właścicieli.
- Poszerzenie zakresu dyrektywy z 1993 roku w sprawie telewizji satelitarnej i kablowej o elektroniczne dostarczanie materiałów audiowizualnych podobnie, jak to się dzieje w zakresie nowej dyrektywy w sprawie medialnych usług audiowizualnych.

Wydania elektroniczne gazet mogą być rozpowszechniane na jednolitym rynku. Z tego względu, rzeczą konieczną jest, aby wydawcy mieli prawo udzielać wielonarodowych, a w istocie - ogólnounijnych licencji. Nie może to się jednak stać obowiązkiem, gdyż przekreśliłoby to wszelkiego typu inne transgraniczne opcje partnerskie, które strony mogą preferować. Należy zachować kontraktową wolność poszczególnych jednostek.

Izba jest poważnie zaniepokojona odwołaniem się do doktryny Europejskiej Rady Dziennikarzy o wyczerpaniu praw w odniesieniu do konkretnych produktów, gdyż wydlaje się, że Komisja rozważa zastosowanie tej zasady do produktów wirtualnych w celu

zlikwidowania możliwości licencjonowania praw w układzie terytorialnym. Takie rozwiązanie zniszczyłoby bezpośrednio każdy model biznesowy oparty o prawa autorskie, gdyż posiadacze praw nie mogliby już kontrolować dalszego procesu licencjonowania ich materiałów w sieci. Byłoby to odstępstwem od zasady, że każdy autor musi udzielić zgody na wykorzystanie jego utworu.

Z uwagi na specyfikę prasy dedykowaną głównie problematyce krajowej wieloterytorialne licencjonowanie ma drugorzędne znaczenie. Większość prasy europejskiej nie posiada cech transgranicznych. Różne języki, zainteresowanie krajowymi lub lokalnymi wiadomościami oraz bardzo specyficzne treści ograniczają atrakcyjność naszych materiałów dla zagranicy. Żaden ogólnounijny przepis prawny nie zmieni tej specyfiki prasy.

Międzynarodowe respektowanie zasady terytorialnego licencjonowania praw autorskich pozostaje fundamentem efektywnego wydawania licencji odnośnie do praw autorskich nawet w obrębie Unii Europejskiej. Licencjonowanie według terytorium ma fundamentalne znaczenie dla wydawców, gdyż zasoby różnią się w zależności od kraju i języka dystrybucji. Niemniej, aby odpowiedzieć na obserwowany ostatnio na rynku popyt, zwłaszcza międzynarodowych instytucji i firm, Izba uczestniczy w opracowaniu systemu, w ramach którego międzynarodowi użytkownicy mieliby możliwość dostępu do szerokiego wachlarza wycinków prasowych z różnych tytułów i różnych krajów za pośrednictwem jednego punktu dostępu. Jest to głównym celem projektu PDLN, Prasowej Bazy Danych w Sieci, którą utworzyły organizacje zarządzające prawami wydawców oraz firmy tworzące prasowe bazy danych (w Belgii, Niemczech, Zjednoczonym Królestwie, Irlandii, Danii itd.). Izba jest obserwatorem PDLN i na poziomie krajowym utworzyła spółkę ReproPol, która będzie partnerem dla innych krajowych firm działających w krajach Unii Europejskiej w tym zakresie.

Kwestia własności praw autorskich jest dla sektora wydawców prasy bardzo ważna, gdyż wiąże się także z kwestią zarządzania prawami w relacjach między wydawcami a pracownikami wewnątrz firm wydawniczych. Zarządzanie prawami w firmie wydającej prasę stało się coraz bardziej niewralgiczne wraz z rozwojem ofert sieciowych i innych biznesów elektronicznych.

W środowisku prasy drukowanej wydawcy mieli stosunkowo łatwe życie, gdyż mogli używać bez problemów treści wytworzonych przez ich pracowników, gdyż była to jedyna i główna „platforma” wykorzystywania takich zasobów.

W środowisku mediów elektronicznych użytkownicy chcą mieć dostęp do informacji i wiadomości na różnych platformach, w dowolnym czasie i z różnych miejsc. Dlatego

wydawcy reagują na owo zapotrzebowanie użytkowników, dbając o to, by jak najszerszej udostępnić materiały elektroniczne wszystkim użytkownikom. Aby osiągać ten cel, wydawcy jako pracodawcy powinni mieć możliwość publikowania bez przeszkód treści na różnych platformach. W tym zakresie rozwiązaniem byłoby doprecyzowanie treści art. 12 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych stosownie do propozycji nowelizacji ustawy o prawie autorskim, które środowisko wydawców przedłożyło Ministrowi Kultury i Dziedzictwa Narodowego na Kongresie Kultury Polskiej w Krakowie we wrześniu br.

7. Ochrona posiadaczy praw

W dokumencie programowym proponuje się różne opcje, mające umożliwić łatwiejszy dostęp do treści, przy jednoczesnym zapewnieniu odpowiedniej ochrony posiadaczom praw. Izba jest zdania, że większość wspomnianych środków mających chronić posiadaczy praw opracowana została pod kątem sektora muzycznego i mediów audiowizualnych. Nie została jednak zbadana pod kątem ich zastosowania w sektorze wydawnictw prasowych.

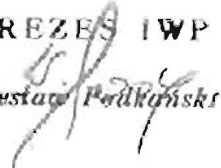
Reasumując, jeszcze raz podkreślamy, że silna ochrona prawa autorskiego ma kluczowe znaczenie dla pomysłowości biznesowej prasy drukowanej i jej elektronicznych wersji oraz prasy elektronicznej. Dlatego powinno zadbać się o to, by w programie Komisji Europejskiej odnośnie do praw autorskich nie nastąpiło osłabienie poziomu ochrony zasobów twórczych (materiałów prasowych) wydawców oraz by wydawcy mogli łatwo odwoływać się do ustawodawstwa unijnego dotyczącego praw autorskich. Ponieważ wydawcy muszą umocnić swoje prawa w konfrontacji z wielkimi graczami rynkowymi, w tym operatorami wyszukiwarek internetowych i podmiotami zajmującymi się agregowaniem treści, poziom tej ochrony jest jeszcze ważniejszy, jeśli chodzi o zapewnienie płynności biznesowej branży wydawców gazet.

Mamy nadzieję, że powyższe uwagi staną się przydatne i zostaną uwzględnione przy formułowaniu stanowiska Rządu RP w debacie na temat wyzwań, jakie stoją przed europejskim Wspólnym Rynkiem w związku z rozpowszechnianiem twórczości w formie cyfrowej.

Z poważaniem

Dyrektor Generalny

Maciej Hoffmann

PREZES IWP

Wiesław Półkwiński