

Warszawa, 9 grudnia 2024 r.

Sz. P. Krzysztof Gawkowski
Wicepremier
Minister cyfryzacji

Szanowny Panie Premierze,

W odpowiedzi na zaproszenie do udziału w konsultacjach społecznych dokumentu „Strategia Cyfryzacji Polski do 2035 r.” Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska pragnie przedstawić uwagi odnoszące się do części dokumentu poświęconej sektorom kreatywnym. Jednocześnie, deklarujemy niezmiennie gotowość do dialogu i udziału w dalszych konsultacjach Strategii.

Cieszy nas ujęcie branż kreatywnych w Strategii oraz zauważenie iż „*Mierzenie wpływu tego sektora na rozwój państwa nie może (...) być mierzone jedynie wskaźnikami gospodarczym*” oraz że „*branże kreatywne mają duże znaczenie kulturotwórcze i edukacyjne, sprzyjając jednocześnie innowacyjności*”. Tym niemniej należy podkreślić, że branże kreatywne odgrywają istotną rolę w unijnej, w tym polskiej gospodarce. Wg raportu EUIPO z 2022 r. w latach 2017–2019 „*sektory intensywnie korzystające z praw własności intelektualnej wygenerowały 29,7% wszystkich miejsc pracy w UE (...) oraz wygenerowały ponad 47% unijnego PKB o łącznej wartości 6,4bln EUR. (...) Podczas gdy państwa takie jak Niemcy, Francja, Włochy i Niderlandy przodują w tworzeniu nowych praw własności intelektualnej, inne państwa, w tym Węgry, Polska i Estonia, również w dużym stopniu korzystają z podziału pracy w sektorach intensywnie korzystających z praw własności intelektualnej.*”¹ Zatem wskaźniki gospodarcze są także ważnym powodem wskazującym na potrzebę szerokiego uwzględnienia branż kreatywnych w Strategii. Sekcja Strategii poświęcona branżom kreatywnym skupia się przede wszystkim na e-sporcie i sektorze gier wideo. Są to z pewnością obszary o dużym potencjale ekonomicznym i kulturotwórczym, których rozwój powinien być wspierany przez państwo (vide Cele 1 i 2 tej sekcji). Jednak **w naszej ocenie nie mniej ważne są też inne sektory, takie jak przemysł filmowy i muzyczny, media, branża wydawnicza oraz nie wymieniony bezpośrednio w strategii sektor rozrywki i dostępu do treści twórczych.**

¹ https://euiipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/observatory/documents/reports/IPR-intensive_industries_and_economic_in_EU_2022/summary/2022_IPR_Intensive_Industries_ExSum_pl.pdf

Mimo, że wskazując na kilka istotnych zagrożeń dla rozwoju branż kreatywnych autorzy Strategii wymienili m.in. niesprzyjające i skomplikowane regulacje prawne oraz wzrost konkurencji międzynarodowej, w naszej ocenie zagrożenia te nie zostały adekwatnie zaadresowane w Strategii w szczególności w Celu 3 *Branże kreatywne są wspierane w procesie rozwoju*. Regulacje prawne mają istotny wpływ na biznesowe funkcjonowanie polskich branż kreatywnych i na ich realne możliwości przeciwstawiania się rosnącej presji konkurencyjnej z zagranicy. Niestety w Polsce mamy z jednej strony do czynienia z nadmiernie opresyjnymi przepisami w porównaniu do przepisów innych państw członkowskich UE wynikających z niektórych unijnych dyrektyw (np. w zakresie przepisów dot. reklam w ustawie o radiofonii i telewizji, czy też wymogu odprowadzania tantiem od reemisji i VoD w krajowym prawie autorskim), z drugiej zaś strony z brakiem wdrożenia od wielu lat unijnych przepisów umożliwiających skuteczne egzekwowanie w przestrzeni cyfrowej praw autorskich (art. 8.3. dyrektywy info-soc), które to prawa mają fundamentalne znaczenie dla funkcjonowania branży kreatywnej.

Od lat mamy do czynienia ze zjawiskiem coraz większej obecności w przestrzeni cyfrowej kultury i treści kreatywnych oraz umożliwiania dostępu do takich treści nie tylko w warstwie cyfrowej (np. audiobooki, e-booki), lecz szerzej poprzez sieć internet (np. wirtualne wystawy, serwisy streamingowe). Także konkurencja o pieniądze, czas i uwagę odbiorców kultury i informacji w coraz większym stopniu stopniowo przenosi się do świata cyfrowego i internetu. **Prawo i polityka państwa muszą za tymi procesami nadążać i właściwie na nie reagować.** Tymczasem pod wieloma względami **polski system prawny nie tylko nie stwarza sprzyjających warunków do rozwoju branż kreatywnych** (np. poprzez stworzenie systemu zachęt podatkowych stymulujących produkcję i koprodukcję filmową w naszym kraju – pozytywnym wzorem mógłby być system węgierski oferujący m.in. 30% ulgi podatkowej na produkcje filmowe), **lecz wręcz tworzy bariery przekładające się bezpośrednio na gorsze warunki konkurowania i prowadzenia działalności w tym sektorze przez podmioty podlegające polskiemu prawu.** Jeżeli na problem braku równoważnych warunków konkurencyjnych dla polskich podmiotów w porównaniu do podmiotów zarejestrowanych w innych państwach członkowskich nałożymy jeszcze bardzo silną presję konkurencyjną ze strony działających w Polsce globalnych podmiotów nie podlegających europejskiej jurysdykcji, widzimy realną potrzebę podjęcia przez państwo działań w przestrzeni prawnej celem wsparcia polskiego rynku kreatywnego.

W świetle powyższego **odnotowujemy uwzględnienie w Celu 3 tej sekcji Strategii:**

- punktu „a” *Dotacje i granty na rozwój projektów kreatywnych, umożliwiające artystom i firmom rozwijanie nowych projektów i technologii* oraz
- punktu „g”: *Wzmocnienie przepisów dotyczących ochrony własności intelektualnej, co zapewni twórcom lepszą ochronę ich prac i zachęci do innowacji,*

jednak apelujemy o szersze potraktowanie w Strategii problemu niesprzyjających regulacji prawnych i warunków konkurencyjnych. Sugerujemy:

- dodanie kolejnego punktu: *Wprowadzenie systemu zachęt podatkowych dla sektora kreatywnego celem stymulacji jego innowacyjnego rozwoju i konkurencyjności,*
- następującą zmianę brzmienia punktu „g”: *Rewizja i wzmocnienie polskich przepisów dotyczących ochrony praw własności intelektualnej w przestrzeni cyfrowej pod kątem ich zgodności z normami i praktykami europejskimi, co zapewni twórcom lepszą ochronę ich prac oraz zachętę do innowacji.*

Z poważaniem,



Włodzimierz Schmidt
Prezes Zarządu