



Glasba dela za vas ...





V iskanju načinov, kako izboljšati poslovanje, so ta cilj mnogi dosegli prav z uporabo glasbe. Če je primerno izbrana in posredovana, privablja nove in zadrži stare stranke. Izboljšajte svoje poslovne rezultate! S pravo izbiro glasbe se boste lahko prepričali, da ...

... tudi glasba dela za vas!

Večina lastnikov javnih prostorov, hotelov, restavracij, trgovin, pisarn, lokalov in gostiln je spoznala, da glasba **pozitivno vpliva** na njihove stranke, goste ali zaposlene ter da pomembno vpliva **na rezultate poslovanja**.

Glasba je vsepovsod okoli nas: na avtobusih, vlakih, taksijih in letalih nam krajša čas med vožnjo, predvajajo jo v klubih, diskotekah, restavracijah, hotelih in trgovinah. Predvsem v zadnjih letih je postala tako lahko dostopna, da jo mnogi jemljejo kot nekaj samoumevnega. Vendar pa ima poleg zabavne, kulturne in reklamne vrednosti tudi druge, nevidne, a močne učinke.

V današnjem izrazito tekmovalnem poslovnem svetu številna podjetja namenjajo veliko sredstev za raziskave in ugotavljajo, kako ustvariti atmosfero, ki bo v celoti zadovoljila potrošnika. Poleg prijetno urejenih poslovnih prostorov in kvalificiranih zaposlenih največjo pozornost namenjajo prav skrbni izbiri glasbe. Pravilna izbira glasbe, prilagojena potrebam naročnika, vpliva na odnos stranke do blaga in storitev. In s tem - kar je najpomembnejše - tudi na prihodke. To je dokazano s številnimi študijami.

Kolikšna je vrednost javno predvajane glasbe?

Ne verjemite Zavodu IPF, lahko smo pristranski! Predlagamo vam pa, da preberete, kaj pravijo rezultati številnih raziskav. Priporočamo ogled spletnih strani *The Power of Music* (www.thepowerofmusic.co.uk) in *Music Works for You* (www.musicworksforyou.com).

1. GLASBA VPLIVA NA POTROŠNJO

Glasba, ki igra v ozadju, da se je nepozoren potrošnik niti ne zaveda, lahko **vpliva na količino časa in vsoto denarja**, ki ga potrošnik nameni nakupu. Raziskave kažejo, da se **poveča celo do 38 %**. Glasba izboljša vtis, ki si ga kupec ustvari o trgovini, baru, blagovnici ali podjetju, s skrbno izbiro glasbe pa se gost v trgovini ali baru sprosti, počuti se prijetno in domače ter se zadrži dlje, kakor bi se sicer.

2. GLASBA VPLIVA NA DOJEMANJE ČASA

Glasba učinkovito zmanjša nakupovalni stres in izboljša razpoloženje, saj vpliva tudi na potrošnikovo dožemanje časa. Dokazano je, da je s pravo izbiro celo čakanje pred blagajno ali okencem 'krajše' in prijetnejše. Med policami nakupovalci ob počasnejši glasbi v ozadju upočasnijo korak, tako se dlje zadržujejo med policami in posledično – **več potrošijo!**

3. GLASBA VPLIVA NA IZBIRO BLAGA

Glasba, ki jo predvajajo v trgovinah ali gostinskih obratih, vpliva na izbiro blaga, potrošnik pa se tega niti ne zaveda. Ko so v specializirani prodajalni z vini predvajali francosko glasbo, se je delež prodaje francoskih vin dvignil na neverjetnih 80 %. Z raziskavami je dokazano tudi, da klasična glasba kupce **vodi h kupovanju dražjih izdelkov.**

4. GLASBA VPLIVA NA PREHRANJEVANJE

Če takrat, ko je v ozadju predvajana glasba, jemo, se poveča število ugrizov na minuto (in obratno). Za obrok porabimo manj časa. V tistih restavracijah, kjer so spoznali **pozitivne učinke glasbe**, v času kosil, ko je povpraševanje po prostih mizah največje, predvajajo glasbo s hitrim tempom. S tem 'pospešijo' izmenjavo gostov. Zvečer pa, ko je obisk manjši, predvajajo predvsem počasno glasbo. Tako zadržijo goste, hkrati pa ti v prijetni atmosferi trošijo tudi za izdelke z višjo dodano vrednostjo (cigare, konjaki, koktajli).

5. GLASBA VPLIVA NA VZDUŠJE

Več je dejavnikov (okolica in zunanost, notranja oprema, osebje), ki vplivajo na počutje kupca/gosta. Številne raziskave pa so pokazale, da je prav **glasba iz ozadja** tista, ki je **od vseh dejavnikov najpomembnejša!** Dokazano je, da so ob pravilno izbrani glasbi kupci za isti izdelek/isto storitev pripravljeni plačati več.

6. GLASBA VPLIVA NA OBNAŠANJE

Z raziskavami je dokazano, da je skrbna izbira glasbe, ko so jo v zvočni kulisi predvajali v podjetjih, vplivala na povečanje delovne vneme in storilnosti zaposlenih. S pravilno izbiro pa lahko **povečate prodajo** npr. določene vrste pijač: več piva se popije ob poslušanju country glasbe, več žganih pijač pa ob predvajanju hard-rock glasbe. Prav tako je dokazano, da višja kot je glasnost glasbe v baru, več se popije.

Zakaj plačevati?

Danes vlada prepričanje, da kar je javno dostopno (in glasba je na prvem mestu - le radijski sprejemnik je treba vključiti), je hkrati tudi javno dobro. Vendar ni tako. Že ustava vsakomur zagotavlja pravico, da od svojega dela tudi živi. Prav tako nihče nima pravice uporabljati tistega, kar ni njegovo, če nima dovoljenja lastnika. In tudi **glasba ima svoje lastnike**.

Zato, spoštovani lastniki gostinskih obratov, trgovin in drugih podjetij: če pri svojem poslovanju uporabljate tudi glasbo, izpolnite zakonske obveze in **sklenite sporazum z Zavodom IPF**. Le z urejenim razmerjem z Zavodom IPF boste legalizirali predvajanje in uporabo zaščitene avtorskih del ter z njimi še naprej dodajali vrednost svoji ponudbi.

S tem vam bo omogočen **legalen dostop** do svetovne glasbene zakladnice in uporabe le-te ne glede na zvrst: džez, klasika, pop, narodno-zabavna, rock ...

Na podlagi mednarodnih sporazumov s tujimi sorodnimi organizacijami Zavod IPF zagotavlja zaščito tudi milijonom tujih izvajalcev in proizvajalcev fonogramov.

Zavod IPF ima sklenjene sporazume o uporabi glasbe z Obrtno-podjetniško zbornico Slovenije in z Gospodarsko zbornico Slovenije. Nadomestila, ki ste jih dolžni plačevati, so torej obojestransko dogovorjena že od leta 2006. O vsebini sporazuma in zneskih nadomestil smo uporabnike obveščali v individualnih dopisih, z objavo v Uradnem listu, v internih glasilih obeh zbornic, prek medijev in spletnih strani.

Besedila sporazumov so zavezujoča za vse t. i. male uporabnike, objavljena so bila v UL RS, najdete pa jih tudi na <http://zavod-ipf.si/uporabniki/besedila-sklenjenih-sporazumov/>.

7 najpogostejših zmot o javnem predvajanju glasbe

1. "KAR JE JAVNO DOSTOPNO, JE OD VSEH IN JE JAVNO DOBRO!"

Ker ima tudi glasba (kakor vsa druga intelektualna LASTNINA) svoje lastnike, to seveda ne drži. Nosilci pravic so v primeru nepooblaščenega predvajanja (to je brez dovoljenj ali pogodb) prisiljeni uveljavljati svoje pravice v okviru zakonskih možnosti. Vse tiste, ki niso sami uredili, kar veleva in nalaga Zakon o avtorski in sorodnih pravicah, obišče zastopnik Zavoda IPF, v podpis pa prejmejo tudi pogodbo, s podpisom katere uporabo repertoarja Zavoda IPF legalizirajo.

2. "NI MI TREBA PLAČATI, SEM ŽE PLAČAL SAZAS!"

Vsak glasbeni posnetek ima tri skupine imetnikov pravic: (1) avtorje glasbe, aranžmaja in besedila, (2) izvajalce in (3) proizvajalca fonograma. Gre sicer za eno glasbeno delo/posnetek, vendar iz njega izvira več popolnoma različnih pravic. Vsak javni uporabnik glasbenih posnetkov je dolžan imeti urejena razmerja z vsemi imetniki pravic oz. njihovimi zastopniki - in Zavod IPF zastopa kar dve od treh navedenih skupin upravičencev.

3. "NI MI TREBA PLAČATI, SEM ŽE PLAČAL NAROČNINO RTV!"

Velik del javnosti še vedno meni, da so s plačilom nosilca zvoka hkrati poravnali tudi nadomestila za

vse oblike eksploatacije nosilca, vključno z javnim predvajanjem. Pri uveljavljanju pravic se je Zavod IPF večkrat srečal tudi z vprašanjem: »Saj sem že plačal RTV-naročnino! Zakaj bi plačeval dvakrat za isto stvar?«. Ali to res pomeni, da se ista stvar dvakrat plača?

Poznamo več oblik priobčevanja glasbenih del za javnost: radiodifuzno oddajanje, kabelska retransmisija, predvajanje s fonogrami, sekundarno radiodifuzno oddajanje ... Ko radijska postaja kupi nosilec zvoka, lahko to postajo posluša kdorkoli v svojem zasebnem okolju. Nadomestila so bila plačana s pogodbo med Zavodom IPF in izdajateljem programa. Radijska postaja kot kupec nosilca zvoka (npr. zgoščenke) je le lastnik nosilca samega, ne pa tudi vsebine. Za to radijska postaja plača Zavodu IPF mesečno nadomestilo v skladu z zakonom. In ker je postaja plačala nadomestilo za uporabo zaščitene del, lahko poslušalec ta radijski program brezplačno posluša v svojem zasebnem okolju.

Ko glasbo doma poslušamo z raznih nosilcev zvoka, nam nadomestil ni treba plačati, saj so to storili že proizvajalci fonogramov in je nadomestilo del cene nosilca.

V trenutku, ko se **v javnem prostoru** z radijske postaje vrti ista glasba, pa je **lastnik** poslovnega prostora dolžan plačati nadomestilo Zavodu IPF.

Zakaj?

Ker je radijska postaja plačala nadomestilo le za svojo obliko posredovanja - radijsko predvajanje - ne pa tudi za njegovo posredovanje v javnem prostoru (t. i. sekundarna radiodifuzija). Vsakdo, ki posreduje zaščiteni glasbeni deli tretjim osebam, je skladno z zakonom - na podoben način, kakor ga poznajo v vseh pravno razvitih državah - dolžan skleniti sporazume z Zavodom IPF (izvajalci in proizvajalci fonogramov) in SAZAS (avtorji) ter plačati ustrezna nadomestila.

V ceni nosilca glasbe ali v ceni RTV-naročnine torej niso zajete vse pravice za vse oblike posredovanj in predvajanja. In to iz preprostega (in pravičnega) razloga: kupec kupi CD za poslušanje v domačem okolju.

Radijska postaja plača nadomestilo le za svojo dejavnost - oddajanje radijskega programa. In ni prav, da plača nadomestilo tudi za tistega, ki glasbo zopet posreduje naprej in z njo dodaja vrednost svoji storitvi - npr. bar, diskoteka ... Ne drži torej, da se ista glasba plača večkrat. Plača se le vsaka vrsta oz. oblika javnega predvajanja (ali posredovanja avtorsko zaščitene del) posebej in sicer povsod tam, kjer s tem dodajajo vrednost pri opravljanju gospodarske dejavnosti.

Javno predvajanje zaščitene del je vsako predvajanje na prostoru, ki je odprt za javnost (od taksija in avtobusa, sprejemnice pri zobozdravniku do muzejev in stadiona - da o diskotekah, klubih, plesnih šolah in gostilnah niti ne govorimo).

4. "PRAV VSI MORAJO PLAČEVATI NADOMESTILA!"

Tudi to ne drži. Tisti, ki avtorsko zaščitene glasbenih del ne uporabljajo, izpolnijo izjavo in ne plačujejo nadomestil. Nadomestila pa so dolžni plačevati vsi tisti, ki v javnih prostorih **predvajajo glasbo** (gostinski obrati, kinodvorane, gledališča, banke, verski objekti, plesne šole, fitness centri, javna kopališča, trgovska središča, javna prevozna sredstva ...).

5. "POLOŽNICE ZA NADOMESTILA OGROŽAJO NAŠE POSLOVANJE!"

Po javno dostopnih podatkih se v Republiki Sloveniji samo z gostinstvom ukvarja več kakor 7.000 podjetij, ki ustvarijo več kakor milijardo evrov prometa na leto. Povprečno nadomestilo Zavodu IPF znaša 20 evrov na subjekt na mesec. Za 7.000 uporabnikov gostincev na leto ob 100-odstotnem plačevanju to znese malo več kakor 1 milijon evrov. To predstavlja le 0,1 % prihodkov od prodaje iz gostinske dejavnosti. Iz navedenega vidimo, da so vsi očitki o ogroženosti poslovanja tovrstnih obratov popolnoma neutemeljeni.

6. "ZA PREDVAJANJE GLASBE NE POTREBUJEM NOBENIH POGODB!"

Iz vsakdanjega življenja vemo, da moramo vsako stvar, ki ni naša, in jo želimo imeti, kupiti, najeti ali pa sami narediti (ustvariti): od kruha in marmelade za zajtrk, elektrike in ogrevanja, bencina in avtomobila do dvournega najema parkirnega prostora v mestu.

Ravno tako je z glasbo: ko jo poslušamo v zasebnem prostoru (radio, TV, različni nosilci zvoka), nam nadomestil ni treba plačati, saj so to storili že tisti, ki so nam to omogočili (radijska ali televizijska postaja, proizvajalci fonogramov ...). Če jo želimo uporabljati izven okvirov zasebnega predvajanja, pa smo dolžni plačati ustrezno nadomestilo za njeno uporabo.

Torej: z nakupom avtorsko zaščenega dela - plošče, kasete, CD-ja, MP3-predvajalnika ali drugih nosilcev zvoka - nismo kupili tudi pravice, da to delo javno predvajamo in eksploatiramo. Kupec nosilca zvoka (npr. CD-ja) je le lastnik nosilca samega, ne pa tudi vsebine. Z njo ne more in ne sme razpolagati zunaj zakonskih okvirov.

Vsak, ki javno posluje, je pred zakonom odgovoren za vse, kar se v njegovem poslovnem prostoru dogaja, sklenjene pogodbe z ustreznimi združenji pa mu omogočajo zakonito uporabo avtorsko zaščenih del tudi na javnem mestu.

7. "JAZ (PLAČNIK NADOMESTIL) SEM ZARADI KOLEKTIVNEGA UVELJAVLJANJA PRAVIC NA SLABŠEM!"

Ravno nasprotno. Kolektivni način uveljavljanja nadomestil je dober predvsem za uporabnika, ki bi moral sicer npr. za en dan predvajanja glasbe skleniti najmanj 720 pogodb (20 skladb na uro x 8 ur x 3 avtorji x 5 glavnih izvajalcev x 3 pogodbeni izvajalci x 1 proizvajalec fonogramov = 720 pogodb in tudi toliko položnic na mesec). Pri plačilu na bančnem okencu bi samo bančne provizije znašale 1.000 evrov. Seveda bi morali pred tem z vsakim

posebej skleniti pogodbo in se z vsakim posebej tudi dogovoriti o višini nadomestila - torej najmanj 720 pogajanj in pogodb na leto.

Že preprost izračun nam pokaže, da uporabnik v gostinski dejavnosti v povprečju plača Zavodu IPF letno le desetino zneska, ki bi ga sicer mesečno plačal že samo za bančne provizije. Zavod IPF tako namesto njega pobere pooblastila upravičencev, namesto njega sklene pogodbe in naredi obračune, namesto njega nakaže sredstva iz nadomestil ... in to za veliko manj kakor 20 evrov na mesec, saj so v to ceno všteta tudi vsa nadomestila iz naslova sorodnih pravic.

KDO SMO?

Zavod IPF je kolektivna organizacija: pravna oseba, ki na **podlagi dovoljenja** Urada za intelektualno lastnino RS¹, ki deluje v okviru Ministrstva za gospodarstvo, nepridobitno in kot edino dejavnost po določilih Zakona o avtorski in sorodnih pravicah (ZASP) v svojem imenu in za račun imetnikov pravic **skrbi za uveljavljanje kolektivnih sorodnih pravic**.

Pravica izvajalcev in proizvajalcev fonogramov do nadomestila za javno uporabo glasbe je bila s podpisom Mednarodne konvencije za varstvo izvajalcev, proizvajalcev fonogramov in radiodifuznih organizacij prvič priznana že leta 1961, v slovensko zakonodajo pa smo jo implementirali leta 1995 (Uradni list RS, št. 21/95).

Takrat je bil sprejet ZASP, s tem pa je tudi Slovenija zagotovila pogoje za varstvo pravic, za katere se je zavzela z Ustavo in s številnimi mednarodnimi sporazumi. S tem smo se pridružili drugim državam EU, kjer so pravice izvajalcev in proizvajalcev fonogramov zaščitene že desetletja.

¹Dovoljenje št. 800-9/96 z dne 7. 11. 2000 za kolektivno uveljavljanje pravic izvajalcev in proizvajalcev fonogramov na fonogramih. Obvestilo Urada o dovoljenju je bilo objavljeno leta 2000 v Uradnem listu RS, št. 110-111/00.





Zavod za uveljavljanje pravic izvajalcev
in proizvajalcev fonogramov Slovenije



Zavod IPF
Šmartinska 152
1000 Ljubljana
Slovenija / EU
T: + 386 1 52 72 930
F: + 386 1 52 72 931
W: www.zavod-ipf.si
E: info@zavod-ipf.si