

Opetus- ja kulttuuriministeriö
 Sähköposti: copyright@minedu.fi,
anna.vuopala@minedu.fi

Valmistautuminen EU:n komission Digitaalisia sisämarkkinoita (Digital Single Market) koskevaan strategiaan; lausuntopyyntöne 5.3.2015

Säveltäjäin Tekijänoikeustoimisto Teosto ry kiittää mahdollisuudesta lausua asiassa ja esittää lausuntonaan seuraavaa. Viittaamme myös Luovan työn tekijät ja yrittäjät LYHTY -projektin antamaan lausuntoon.

1. Luovien toimialojen merkitys digitaalisilla sisämarkkinoilla

Tuoreen selvityksen *Creating growth; Measuring cultural and creative markets in the EU* (EY, December 2014) mukaan eurooppalaisten luovien ja kulttuurialojen (Creative and cultural industries, CCIs) liikevaihto vuonna 2012 oli lähes 540 miljardia euroa, mikä vastaa 4,2 % Euroopan bruttokansantuotteesta. Nämä alat työllistävät yli 7 miljoonaa ihmistä. Samanaikaisesti kun työllisyys kaudella 2008-2012 yleisesti heikentyi, luovilla ja kulttuurialoilla työpaikkojen kasvuvauhti oli 0,7 %.

EU:n komissio tähtää kasvun luomiseen digitaalisilla sisämarkkinoilla. EY:n selvityksen mukaan luovan toimialan kasvu on viime vuosina perustunut juuri digitaalisiin tuottoihin ja kehitys näyttää jatkuvan. Suomessa digitaalisen kaupankäynnin näkymät eivät näytä yhtä suotuisilta. ETLAn uusimman *Digibarometrin* (17.3.2015) mukaan vain 15 % suomalaisista yrityksistä harjoittaa verkkokauppaa ja vain murto-osa panostaa siihen tosissaan. Suomalaiset verkkokaupat panostavat ulkomaisten asiakkaiden palvelemiseen selvästi muita Pohjoismaita vähemmän, eivätkä suomalaiset yritykset tavoittele kasvua ulkomailta samassa tahdissa kuin pohjoismaiset kilpailijat. Viime vuoden lopulla julkaistun pohjoismaisen *Polaris Nordic Digital Music Survey* -kuluttajatutkimuksen (Teosto, KODA, TONO; lokakuu 2014) perusteella digitaaliset musiikkimarkkinamme laahaavat muita Pohjoismaita jäljessä: suomalaisista kuluttajista vain 13 % on ostanut musiikkia internetistä viimeksi kuluneen vuoden aikana, kun vastaava luku Norjassa on 36 %, Ruotsissa 24 % ja Tanskassa 23 %.

ETLA arvioi, että suomalaisten yritysten pärjäämiseen digitalisoituvassa maailmassa vaikuttaa kaksi trendiä: nopea kuluttajakäyttäytymisen muutos ja kuluttajien kasvavat odotukset verkkopalveluiden tasosta sekä perinteisten maarajojen katoaminen verkossa.

Suomalaisten kuluttajien kysyntää verkossa ovat tähän saakka hyödyntäneet nimenomaan ulkomaiset yritykset. Jotta suomalaiset yritykset pysyisivät mukana kilpailussa, verkon hyödyntäminen liiketoiminnassa tulisi olla nykyistä keskeisempi osa niiden strategioita.

Esimerkki pienestä mutta lupaavasta digitaalisesta kasvualasta ovat suomalaiset musiikin alan startup -yritykset. Pian julkaistavan *Musiikkialan startupit Suomessa 2014* -raportin (Teosto ja Finnish Music Startups -kollektiivi) mukaan näiden yritysten palvelut ovat pääosin digitaalisia ja niiden tyypillisin tuote on mobiilisovellus, desktop-sovellus tai verkkopalvelu. Parinkymmenen startupin kokonaisliikevaihto vuonna 2014 oli runsaat 2 miljoonaa euroa mutta yritysten omien arvioiden mukaan klusterin liikevaihto voi nousta jopa yli 22 miljoonaan euroon vuonna 2015. Yrityksistä yli 30 %:lla on tällä hetkellä toimintaa ulkomailla ja vielä useampi tarjoaa tuotteita globaalisti verkkokaupan tai sovelluskauppojen kautta. Kaikkien yritysten tulevaisuudennäkymissä on vahva kansainvälinen kasvutavoite ja yritykset pyrkivät saavuttamaan merkittävän aseman omalla erikoisalallaan. Toimintakonseptien potentiaalia ilmentää se, että musiikkialan startup-yritykset ovat keränneet ulkopuolista rahoitusta yhteensä yli 15 miljoonaa euroa.

Edellä esitetyn valossa vaikuttaa siltä, että kansallisesta näkökulmastamme suurimmat digitaalisten sisämarkkinoiden ongelmat eivät liity sääntelyyn tai kaupan esteisiin, vaan suomalaisten yritysten haluttomuuteen tai varovaisuuteen lähteä rajat ylittäville tuotteiden ja palveluiden markkinoille. Ratkaiseva kysymys onkin se, miten tähän voidaan vaikuttaa.

Kansallisen kulttuuritarjontamme monimuotoisuuden ja elinvoimaisuuden ylläpitäminen edellyttää vahvaa kulttuurituotannon klusteria. Suomalaisten tuotteiden ja palveluiden tulee olla ylivoimaisia kotimarkkinoillaan ja kilpailukykyisiä eurooppalaisilla sisämarkkinoilla. Kansallisesti tulisi vahvistaa kotimaisten luovien ja kulttuurialojen toiminnan ja kasvun edellytyksiä mm. helpottamalla rahoitusta, järjeistämällä verotusta ja lisäämällä ammattimaisuuden astetta. EU-tasolla Suomen tulisi korostaa kulttuuridiversiteetin merkitystä ja tavoitella siihen tukeutuvia kotimarkkinoitamme vahvistavia toimenpiteitä. Näitä ovat esimerkiksi suomalaisten luovien ja kulttuurialojen mahdollisuus hyödyntää EU:n rahoitusohjelmia, yritysten verkostoitumisen edistäminen, Suomeen suuntautuvien investointien lisääminen sekä erilaiset vienninedistämistoimet. Vahvat ja innovatiiviset kotimarkkinat luovat vientipotentiaalia, jonka hyödyntämisessä julkisen vallan toimet, kuten Team Finland -hanke, ovat ensiarvoisen tärkeitä.

2. Esteiden poistaminen musiikki- ja av-palveluiden siirrettävyyden tieltä

Tekijänoikeuksien kollektiivihallintoa koskeva direktiivi (2014/26/EU) hyväksyttiin keväällä 2014. Yksi direktiivin keskeisistä tavoitteista on luoda edellytykset sille, että yhteishallinnointiorganisaatiot voivat käyttää mahdollisimman tehokkaita lisensiointitapoja toimiessaan yhä enenevässä määrin rajojen yli. Direktiivissä määrätään perusedelly-

tyksistä sille, miten yhteishallinnointiorganisaatiot huolehtivat usean valtion alueen kattavasta musiikkiteosten tekijöiden verkkokäyttöoikeuksien kollektiivisesta lisensioinnista. Nämä säännöt koskevat nimenomaan Teoston tapaisia musiikin tekijöiden ja kustantajien oikeuksia hallinnoivia organisaatioita.

Kollektiivihallinnon direktiivi on saatettava jäsenvaltioissa voimaan viimeistään huhtikuussa 2016. Näkemyksemme mukaan musiikkipalveluiden rajat ylittävää saatavuutta koskevat tekijänoikeudelliset kysymykset ovat tulleet ratkaistuiksi direktiivin III osaston määräysten kautta. Markkinoilla on nyt käynnistymässä vaihe, jossa sekä sopeutetaan nykyisiä toimintatapoja uuteen sääntelyyn että luodaan siihen perustuvia uusia toiminta- ja organisoitumismalleja. Vastuu tästä on markkinatoimijoilla eikä markkinoiden uudelleen järjestäytymistä tulisi nyt häiritä uudella sääntelyllä. Tekijänoikeusjärjestöjen lisensitarjontaa enemmän musiikkipalveluiden rajat ylittävään saatavuuteen ja siirrettävyyteen vaikuttavat kuluttajapalveluja tarjoavien yritysten kaupalliset valinnat ja konseptit. Palvelun siirrettävyys on kilpailutekijä, jonka merkitys kasvaa kuluttajien liikkuvuuden lisääntyessä. Mahdollisuudet vaikuttaa sääntelyllä tämantapaisiin kysyntään ja tarjontaan liittyviin seikkoihin lienevät rajalliset silloin kun toiminnan esteet muuten on poistettu tai minimoitu.

3. Keskeisten rajoitussäännösten toimivuus ja tehokkuus rajat ylittävissä tilanteissa

Tietoyhteiskuntadirektiivin (2001/29/EY) 5 artikla sisältää luettelon tekijänoikeuden rajoituksista, joista jäsenvaltioiden on mahdollista säätää kansallisessa lainsäädännössään. Monet niistä ovat luonteeltaan sellaisia, että rajoituksen liittymä teosten rajat ylittävään tai digitaaliseen käyttöön on vähäinen tai olematon. Ylipäättäänkin on jäsenvaltioiden omassa harkinnassa, mitkä rajoituksista ovat tarpeellisia niiden kansallisten sivistyksellisten tai yhteiskunnallisten tarpeiden kannalta, ottaen huomioon jäsenvaltion oma oikeudellinen perinne ja unionin oikeuden toissijaisuusperiaate. EU-tasoinen keskustelu rajoituksista tulee siten rajata vain kysymyksiin, joilla on tosiasiallista merkitystä digitaalisessa rajat ylittävässä toiminnassa. Lisäksi rajoitusten hyväksyttävyyden ehtona on niiden merkitys yleisen edun kannalta. Tekijänoikeuden rajoituksia säätämällä tai laajentamalla ei tule luoda kilpailuetuja kaupallisille toimijoille, kuten erilaisille internetin välittäjätahoille, kaventamalla tekijänoikeuksien lisensioinnin markkinoita.

Helsingissä, maaliskuun 26 päivänä 2015

Säveltäjäin Tekijänoikeustoimisto Teosto ry

Katri Sipilä
toimitusjohtaja

Martti Kivistö
johtaja, strategia ja edunvalvonta